

13.4.2026

tav@eduskunta.fi

Asia: HE 36/2026 vp

MTK:n lausunto Hallituksen esityksestä eduskunnalle laeiksi elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain 1 luvun 6 §:n ja 5 luvun 2 §:n muuttamisesta

Yleisesti Hallituksen esityksestä HE 36/2026 vp

MTK kiittää mahdollisuudesta lausua otsikkoasiassa. Tämä lakimuutosehdotus on tärkeä osa hallitusohjelmaan ja maatalouden tulos- ja kehitysnäkymien parlamentaarisen arviointiryhmän loppuraporttiin kirjattuja toimia, joilla pyritään edistämään elintarvikemarkkinoiden toimivuutta. MTK pitää esitettyjä muutoksia erittäin tarpeellisina ja tarkoituksenmukaisina elintarvikemarkkinoiden kauppatapojen tervehdyttämiseksi.

Elintarvikemarkkinoita koskevien sääntelyhankkeiden laajempi tavoite on turvata suomalaisen maatalouden toimintaedellytykset ja kotimaisen ruoantuotannon jatkuvuus. Keskeinen keino tähän on vahvistaa elintarvikeketjun toimivuutta ketjun alkupäässä parantamalla ruoantuottajien asemaa sekä varmistaa kannattavamman alkutuotannon pitkän aikavälin edellytykset. Elintarvikemarkkinalain muuttaminen on tehokkain sääntelykeino näiden tavoitteiden saavuttamiseksi.

Lain voimaantulo on ehdotettu toteutettavaksi mahdollisimman pian, ja ennen voimaantuloa tehtyjen sopimusten saattamiseksi muutosten mukaisiksi on esitetty siirtymäaikaa marraskuuhun 2026 asti. MTK korostaa, että käsillä oleva kustannuskriisi ja alati kasvava epävarmuus osuvat erityisen voimakkaasti maanviljelijöihin. Siksi viljelijöiden asemaa elintarvikeketjussa on vahvistettava viivytyksettä elintarvikemarkkinalain muutoksilla. Tämän lisäksi toimia viljelijöiden aseman vahvistamiseksi on jatkettava myös muilla keinoin.

Uusien valvontatehtävien takia Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimiston työmäärä tulee oletettavasti lisääntymään ja toimiston riittävästä resurssoinnista on huolehdittava jatkossakin. Valtuutetun vuosikertomusten valossa toimiston käsittelemien toimenpidepyyntöjen määrä on kasvu-uralla ja oletettavasti jatkaa samansuuntaisena lain tunnettuuden kasvaessa ja kustotoimien pelon lieventyessä. Toimenpidepyyntöjen määrän kasvaessa on todennäköistä, että tapauksia tullaan käsittelemään jossain vaiheessa myös tuomioistuimissa, mikä vaikuttaa lisääntyvästi ETMV:n toimiston työmäärään.

13.4.2026

4 c § Ostajan tuotemerkin suosimisen kieltö

Euroopan komission selvitysten (2014) perusteella on nähtävissä, että private label -tuotteiden (*pl-tuote*) markkinaosuuden kasvu yli tietyn kriittisen tason voi vähentää uusien tuotteiden kehittämistä ja vaikeuttaa uusien toimijoiden markkinoille pääsyä.¹ Elintarvikemarkkinavaltuutetun tuoreen kyselyn (2025)² tulosten perusteella yli puolet (58 %) pl-tuotteita valmistaneista koki, että yhteistyöhön liittyvät riskit eivät jakaudu oikeudenmukaisesti kaupan ja pl-tuotteiden valmistajan välillä. Ainoastaan 17 % piti riskienjakoa tasapuolisena. Valtuutetun pl-kyselyn tulosten perusteella on saatavilla viitteitä myös käytännöistä, joissa brändituotteiden valmistajat ovat epäilleet tuotteidensa tulleen kopioituiksi pl-tuotteiksi.³ Nämä havainnot osoittavat objektiivisesti, että pl-tuotteiden hankintamenettelyiden sääntelemättömyys ei ole vaihtoehto.

Elintarvikemarkkinoiden merkittävä ongelma on tietoepätasapaino. Tavarantoimittajat, maataloustuottajat mukaan lukien, joutuvat luovuttamaan paljon tietoa ostajille, mutta eivät saa vastaavissa määrin tai riittävän tarkkaa oman tuotteensa kysynnästä. Maataloustuottajat eivät saa näitä tietoja myöskään riittävän ajoissa, jotta voisivat tehokkaasti reagoida tuotantopäätöksiinsä tai kehittää brändiään.

Epäreilujen kauppatapojen vähentyminen elintarvikeketjun muissa osissa on todettu parantavan välillisesti myös tuottajien asemaa. Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) PL-tuotteita koskevan tutkimusraportin (3/2025)⁴ mukaan kaupan omien merkkien vaikutukset ulottuvat ketjun alkupäähän: PL-myyntin kasvu luo alkutuottajille hintapainetta kahdelta suunnalta. Vähittäiskauppa pyrkii neuvottelemaan omille tuotemerkeilleen alhaisia hankintahintoja, ja samanaikaisesti brändituotteiden valmistajat painostavat raaka-ainekustannuksia alas säilyttääkseen kilpailukykyä (OECD, 2024).

Mikäli jo valmiiksi keskittyneillä päivittäistavaramarkkinoilla toimivien ”kaksoisroolin” omaavien toimijoiden neuvotteluvoima ja omien tuotemerkkien markkinaosuudet kasvavat, vaikeutuu pienten brändituotteita toimittavien yritysten pääsy markkinoille. Kaksoisroolissa toimivan ostajan ei välttämättä ole kilpailuasetelman vuoksi oman edun mukaista edistää tavarantoimittajalta ostettujen tuotteiden myyntiä. Tämän takia on välttämätöntä säätää ostajan omien tuotemerkkien suosimisen kiellosta.

Tuoretuotteita (esim. hedelmiä, vihanneksia, kananmunia) päivittäistavarakauppoihin toimittavat maataloustuottajat ovat erityisen riippuvaisia harvoista ostajistaan ja neuvotteluvoimaltaan huomattavasti ostajaansa heikommassa asemassa. Yksipuolinen riskin siirto näiden tavarantoimittajien kannettavaksi epäterveiden kauppatapojen muodossa ei valitettavasti ole harvinaista. Julkisuuteen päätyneistä tapauksista, erityisesti niin sanottu pakkojako-toimintatapa, on osoittanut selkeitä epäkohtia markkinoilla. Tuoretuotteiden viljelijät ovat kohdanneet myös muita epäterveitä

¹ [Press corner | European Commission](#)

² [Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto: Private label -kyselyn tuloraportti](#), 3.11.2025.

³ [private-label-tuloraportti-syky-2025.pdf](#), jonka mukaan 25 % kyselyyn vastanneista ilmoitti brändituotteidensa tulleen kopioituiksi pl-tuotteiksi.

⁴ <https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaikuttaminen/julkaisut/tutkimusraportit/kaupan-omat-merkit-eli-private-label-tuotteet-elintarvikemarkkinoilla-tutkimusraportteja-3-2025/>

13.4.2026

kauppatapoja, joita vielä ei ole yksiselitteisesti kielletty. Tällaisia ovat olleet muun muassa yllättäen uuden valikoimajakson kilpailutuksessa tulleet vaatimukset siitä, että tietyllä lajikkeella on mahdollista päästä valikoimaan vain kaupan oman merkin pakkauksessa. Tällainen kauppatapa tekee kerralla tyhjäksi tavarantoimittajan joskus jopa vuosien panostuksen omaan brändiin.

Oikeuskirjallisuudessa yksipuolista riskinsiirtoa ja epäterveitä kauppatapoja on käsitelty esimerkiksi Victoria Dashkalovan (2019)⁵ ja Matsumoto et al. (2025)⁶ artikkeleissa. Useammassa ulkomaisessa private label -tuotteiden vaikutuksia käsittelevässä oikeustaloustieteellisessä tutkimuksessa⁷ on tuotu esiin, että private label -tuotteiden hankintakäytäntöihin liittyvien epäselvyyksien takia sekä brändituotteita tuottavien toimijoiden markkinaosuuden laskiessa, vähentyvät brändituotteita tuottavien toimijoiden tuotekehityskannusteet. Suuri neuvotteluvoiman epätasapaino heikentää pienempien toimijoiden kannustimia investoida ja/tai innovoida elintarvikeketjun eri tasoilla. Epäterveiden hankintakäytäntöjen sääntelemättömyys johtaa pahimmillaan kuluttajien valinnanvaran heikentymiseen.

2 e § Kaupalliset kostotoimet

MTK pitää ehdotettua pykälää erittäin perusteltuna. MTK toteaa lisäksi, että jos toiminta elintarvikemarkkinalla olisi reilua ja ongelmattonta, ei keskustelua tarvitsisi edes käydä siitä, uskalletaanko keskustella sopimuskumppaneiden toiminnan epäkohdista. HE:ssä on tuotu esiin, että *”käännetty todistustaakka kaupallisten kostotoimien osalta lisäisi dokumentointivelvoitteita ostajille.”* MTK huomauttaa, että tämä pitää paikkaansa, jos ostajien käytännöt eivät kestä nykyiselläänkään kaupallisten kostotoimien kiellon tarkastelua.

Ehdotettu muutos käännetystä todistustaakasta on erittäin perusteltu, sillä se edistää heikommissa asemassa olevien oikeuksien tehokasta toteutumista. Epäterveistä kauppatavoista ilmoittamiseen liittyvä pelkokerroin on tällä hetkellä suuri, ja sitä on vähennettävä kaikin keinoin. Ostajien vähäinen lukumäärä ja pitkät välimatkat tarkoittavat, että monella viljelijällä ei ole käytännössä kuin muutama kauppakumppani. Nykyinen korkea näyttökynnys vaikeuttaa sekä tuottajien että elintarvikemarkkinavaltuutetun mahdollisuuksia osoittaa, että tuottajaa kohtaan on käytetty kaupallisia kostotoimia tämän käytettyä lakisääteisiä oikeuksiaan.

3 a § Neuvottelut poikkeuksellisten olosuhteiden johdosta

⁵ Victoria Daskalova: The New Directive on Unfair Trading Practices in Food and EU Competition Law: Complementary or Divergent Normative Frameworks? Journal of European Competition Law & Practice, 2019, Vol. 10, No. 5

⁶ Matsumoto, K., Cui, A.S., Malter, A.J. (2025). The Impact of Private Label Products on Manufacturers' Innovation. In: Sethuraman, R., Gázquez-Abad, J.C., Ruiz-Real, J.L. (eds) Advances in National Brand and Private Label Marketing. NB&PL 2025. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-97133-4_1

⁷ DG COMP. The Economic Impact of Modern Retail on Choice and Innovation in the EU Food Sector. 2014. Sivut 37.

13.4.2026

MTK katsoo, että kyseinen pykälä on erittäin tarpeellinen, jotta ruokaketjussa voidaan reagoida aikaisempaa tehokkaammin vuoden 2022 kaltaisiin poikkeuksellisiin kustannusten nousuihin, joita on jälleen käsillä. Vuoden 2022 kustannuskriisi osoitti, että heikommassa asemassa olevien toimijoiden oli erittäin vaikea päästä edes neuvottelemaan poikkeuksellisten kustannusmuutosten vaikutuksista toimitussopimuksiinsa. Erityisen haastavaa tämä oli julkisen sektorin elintarvikehankinnoissa.

MTK pitää valitettavana, että pykälän noudattamatta jättämisestä ei ole säädetty ostajalle minkäänlaista seuraamusta. Käytännössä sanktiouhan puuttuminen tekee nyt esitettävästä muutoksesta vaikutuksiltaan lähes tyhjän.

4 b § Kielto edellyttää tiettyjä tietoja

Ehdotettu säännös on erittäin tarpeellinen elintarvikeketjun tietopäätösapainon syventymisen estämiseksi. Viime vuosien aikana maataloustuottajiin on kohdistettu muualta elintarvikeketjusta kohtuuttoman raskaita, ylimitoitettuja ja todella yksityiskohtaisia tietovaatimuksia, joita lainsäädäntö ei edellytä tai joilla ei ole liityntää kyseessä olevien tuotteiden myyntiin tai vastuullisuuden todentamiseen. Usein maataloustuottajille ei ole kerrottu, mitä tarkoitusta varten tietoja kerätään tai mihin niitä käytetään.

Helsingissä 13.4.2026

Kimmo Tammi
Juristi

Johan Åberg
Maatalousjohtaja