



Elintarvikemarkkinlaki HE 36/2026 vp

SOK:n näkökulmia

Arttu Laine
Elina Das Bhowmik
13.4.2026

Kaupan oma merkki ei tarkoita, että alkutuottajille maksetaan vähemmän kuin brändituotteessa

- S-ryhmän omien merkkien osuus on noin viidesosa kokonaismyynnistämme. Osuus on eurooppalaisittain pieni. Valtaosa (~70%) S-ryhmän oma merkki tuotteista on kotimaisia.
- Kuluttajalle kaupan omat merkit ovat tärkeitä, koska niissä yhdistyvät edullinen hinta, laatu, turvallisuus ja vastuullisuus.
- Omien merkkien tasainen ja varma kysyntä takaa alkutuottajien tuottamalle raaka-aineelle menekin ja teollisuudelle ennustettavuutta ja pitkäjänteistä yhteistyötä, joka osaltaan mahdollistaa investointeja ja kasvua.
- Omien merkkien valmistaminen on etu myös kotimaiselle teollisuudelle. Meillä on valmistajia, joiden koko tuotanto nojaa omien merkkien tekemiseen. Osa näistä tuotteista kulkee hankintaliittoumien kautta kansainvälisille markkinoille.
- Valmistava teollisuus päättää mitä tuotteita haluaa tarjota meille ja millä hinnalla haluaa myydä. Isot hankintaerät, yksinkertaiset pakkaukset ja maltilliset markkinointikulut mahdollistavat edulliset hinnat.





Näkemyksiämme ehdotettuun sääntelyyn

- **Sääntely suosii isoja ulkomaalaisia toimijoita kotimaisten kustannuksella**
 - Yhteismarkkinoilla kansallinen lisäsääntely syö kotimaisten toimijoiden kilpailukykyä.
 - Yhteismarkkinasta poikkeava kotimainen sääntely voi myös vähentää kotimaisen alkutuotannon ja elintarviketeollisuuden vientimahdollisuuksia.
- **Sääntely puuttuu elinkeinonvapauteen**
 - Elinkeinonvapauteen ja markkinatalouteen kuuluu liiketoiminnalliset päätökset siitä mitä kauppa ostaa, keneltä ostaa ja miten tuotteita myydään eteenpäin. Kauppa kantaa liiketoiminnallisen riskin siitä miten elintarviketeollisuudelta ostetut tuotteet sijoitellaan kaupan hyllyille ja miten niitä markkinoidaan.
- **Sääntely voi nostaa ruoan hintaa**
 - Sääntelyn myötä kasvavat hallinnolliset kustannukset, epävarmuus toimintaympäristössä ja kilpailun rajoittaminen heikentävät tehokkuutta ja voivat nostaa ruoan hintaa.
- **Alkutuotannon tilanteeseen ehdotettu sääntely ei tuo ratkaisua – vaikutukset voivat olla jopa heikentäviä.**
 - Kaupalla ei ole mahdollisuutta vaikuttaa elintarviketeollisuuden ja alkutuottajien välisiin sopimuksiin. Alkutuottaja myy esimerkiksi maidon tai lihan elintarviketeollisuudelle markkinahintaan ja elintarviketeollisuus päättää mihin pakkaukseen tuote pakataan (oma merkki vai brändituote).
- **Sääntelyn epäselvyys lisää epävarmuutta**
 - On epäselvää, mitä se laki monilta osin käytännössä meille tarkoittaa ja miten sääntely edesauttaa asetettuja tavoitteita.



Ehdotuksemme

4 c § - Ostajan tuotemerkin suosimisen kieltö

- Pykälä tulisi poistaa elinkeinonvapauteen puuttuvana, hallinnollista taakkaa lisäävänä, ulkomaisia toimijoita suosivana ja mahdollisesti ruoan hintaa nostavana.
- Mikäli pykälää ei voida poistaa, se tulisi rajata esitettyyn 3 momenttiin, joka on täsmällinen.

4 b § Kielto edellyttää tiettyjä tietoja

- Pykälä tulisi poistaa hallinnollista taakkaa lisäävänä. Tilanteessa jossa kaupan tietopyyntö perustuu lainsäädännön velvoitteiden noudattamiseen, kauppaa ei tulisi velvoittaa erikseen perustelemaan tietopyyntöä.

2 e § Kaupalliset kustotoimet

- Kosto-olettamaa koskevista lisäyksistä 2 e §:ään tulee luopua.
- Mikäli pykälää ei voida poistaa, tulisi esitystä muokata seuraavasti:

Poistettava perusteluista seuraava kaupallisia kustotoimia koskeva kappale HE-luonnoksesta s. 41:

”Ostajien on jatkossa dokumentoitava ja perusteltava sopimusten päättäminen tai sopimusten muiden ehtojen heikentäminen siten, että voivat osoittaa, että kyseessä ei ole kustotoimi. Tämä lisännee ostajien hallinnollista taakkaa, mutta myyjien heikomman aseman vuoksi tämä on perusteltua.”



KIITOS