Valtiovarainvaliokunnan työ- ja elinkeinojaostolle

Lidl Suomi Ky:n lausunto: Kaupan kehittämisen ongelmakohdat ja kehittämishaasteet (O 3/2017 vp Ajankohtaiset asiat jaostossa)

Lidl Suomi Ky haluaa kiittää mahdollisuudesta lausua valtiovarainvaliokunnan työ- ja elinkeinojaoston käsittelyssä olevaan teemaan kaupan kehittämisen ongelmakohdista ja kehittämishaasteista.

Aluksi

Suomessa päivittäistavarakaupan markkina on Euroopan keskittyneimpiä, ja sitä ovat jo pitkään hallinneet kaksi kaupparyhmää. Mm. Euroopan komissio, Kilpailu- ja kuluttajavirasto ja OECD ovat kiinnittäneet huomiota siihen, että Suomen voimassa oleva sääntely suojelee näitä markkinajohtajia haastajilta. Suomi ei näyttäydy houkuttelevana investointikohteena esimerkiksi uusille ulkomaisille päivittäistavarakaupan toimijoille. Vähäisen kilpailun johdosta monien tuoteryhmien, kuten elintarvikkeiden, hinnat ovat edelleen EU:n korkeimpia.

Kilpailua estävä sääntely liittyy ennen kaikkea kaavoitukseen ja Alkon monopoliaseman kilpailua vääristäviin vaikutuksiin, mutta suomalaisen päivittäistavarakaupan kehittymistä on jarruttanut myös mm.:

- Korkea kustannustaso, joka aiheutuu korkeista veroista sekä esim. rakentamisen alalla yksityiskohtaisesta, rakentamista hidastavasta ja kustannuksia nostavasta sääntelystä.
- Heikko talouskasvu ja ikääntyvä väestö.
- Pitkään vallalla ollut liike-elämän politisoituminen eri leireihin (kaupat, pankit, rakennusliikket ym.), mikä on hidastanut asiakaslähtöisen palveluiden tarjonnan ja ostamisen kulttuurin syntymistä.

Euroopan komission Suomelle osoittamissa maakohtaisissa suosituksissa on kiinnitetty viime vuosina erityistä huomiota vähittäiskaupan kilpailuun. Komission 2016 maaraportissa[1] todetaan erityisesti edellä mainitut kaksi kilpailua rajoittavaa tekijää:

1. **Kaavoitusasioihin liittyen Suomessa on paljon vähittäiskauppaan sovellettavaa sääntelyä ja toimintarajoituksia, jotka muodostavat markkinoilletulon esteen.** Näihin asioihin hallitus pyrki puuttumaan 1.4. voimaan astuneessa maankäyttö- ja rakennuslain uudistuksessa. Lakiuudistuksesta jäi kuitenkin korjaamatta erityisesti nykyiset läpinäkymättömät ja parhaiten verkottuneita toimijoita suosivat kaavoituskäytännöt.
2. **Alkon sijoittumispäätöksillä on suuri vaikutus päivittäistavarakaupan kilpailuun, sillä päivittäistavarakaupat, joiden yhteydessä on Alko nauttivat suuremmista asiakasvirroista.** Komissio huomauttaa, että vasta viime vuosina Alkojen sijoittumisen kilpailua vääristäviin vaikutuksiin on herätty ja Alkoja on lähdetty sijoittamaan myös muiden toimijoiden kuin K- ja S-ryhmän liikkeiden yhteyteen.

Lidl katsoo, että Suomen tulisi ripeästi toteuttaa kaupan kilpailua edistäviä toimia erityisesti kahden komission mainitseman, kilpailua rajoittavan tekijän tiimoilta. Tässä lausunnossa Lidl avaa tarkemmin näkökulmiaan näihin kahteen tekijään.

[1] Euroopan komissio: Suomen maaraportti 2016 http://ec.europa.eu/europe2020/pdf/csr2016/cr2016_finland_fi.pdf

Maankäytön ja kaavoituksen kehittämiskohteet kaupan näkökulmasta

1.4.2017 voimaan tullut maankäyttö- ja rakennuslain uudistus oli kaupan kannalta iso edistysaskel. Erityisesti suuryksikkörajan nostaminen 2000 kerrosneliömetristä 4000 kerrosneliömetriin sekä kaupan laatuluokittelun rajaaminen helpottavat uusien myymälöiden perustamista ja siten edistävät kilpailua. Lidl kuitenkin katsoo, että kun lähivuosina maankäyttö- ja rakennuslaki uudistetaan kokonaisuutena, on tarpeen vielä a) vielä läpi laatuluokituksen täydellinen poisto b) päivittää kaavoituskäytännöt avoimemmiksi ja läpinäkyvimmiksi c) yleisesti poistaa rakentamista koskevaa ”nippelisääntelyä”.

Kaupan laatuluokitus tarkoittaa, että kaavoittaja määrittää, minkälaatuinen kauppa tietyllä tontilla sallitaan (esim. päivittäistavarakauppa). Laadun sääntely on johtanut siihen, että vaikka kaupan tontteja kaavoitetaan riittävästi, päivittäistavarakaupan sallivia tontteja kaavoitetaan toimivan kilpailun näkökulmasta liian vähän. Siksi on tärkeää, että tulevassa kokonaisuudistuksessa kaupan laatuluokittelu kielletään kokonaan, mitä tässä uudistuksessa ei vielä tehty: kunnilla on edelleen mahdollisuus säännellä kaupan laatua niin halutessaan.

Tulee huomata, että päivittäistavarakauppatonttien rajallinen määrä ei vääristäisi kilpailua niin pahasti, jos nämä tontit jaettaisiin avoimesti esim. kilpailuttamalla. Nyt näin ei ole vaan valtaosa tonteista jaetaan parhaiten verkottuneille toimijoille kaavoitusprosessien alkuvaiheessa esim. suunnitteluvarauksina. Siksi tulevassa uudistuksessa pitää kehittää kaavoitus- ja tontinjakokäytäntöjä avoimemmaksi. Lisäksi kilpailuvaikutusten arviointi pitää ottaa elimellisesti kaavoitusprosessin osaksi ja edellytykseksi.

Lopuksi kaupan kehittämistä Suomessa haittaa myös kansainvälisesti katsottuna hyvin yksityiskohtainen rakentamisen sääntely ja viranomaisprosessien kankeus. Hallitus aivan oikein sujuvoitti rakentamisen sääntelyä äskeisessä uudistuksessa, mutta sääntely on edelleen ”tilkkutäkki”. Kokonaisuudistus tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden suunnitella kokonaisuutena toimiva rakentamisen sääntely puhtaalta pöydältä.

Alkoholilainsäädännön kehittämiskohteet kaupan näkökulmasta

Hallituksen kaavailemat uudistukset vapauttaa alle 5,5 prosenttia sisältävien alkoholijuomien myynti vähittäiskaupassa ja poistaa kaupassa myytävien alkoholijuomien valmistustaparajoite ovat kaupan kehittymisen kannalta keskeiset uudistukset.

Ensinnäkin kaavailtu uudistus vähentäisi Alkojen sijoittumisen kilpailua vääristävää roolia: Alkon sijoittaminen päivittäistavarakaupan yhteyteen tutkitusti lisää tuon päivittäistavarakaupan myyntiä ja samanaikaisesti vähentää alueen muiden päivittäistavarakauppojen myyntiä[2]. Uudistuksen myötä Alkon sijainnin merkitys vähenisi ja näin ollen terve kilpailu lisääntyisi. Uudistus myös turvaisi kattavaa suomalaista ruokakauppaverkostoa, sillä pienten ruokakauppojen elinmahdollisuuksien ja kilpailukyvyn parantuessa kuluttajilla olisi vähemmän tarvetta asioida suuremmissa keskittymissä, joissa Alko tyypillisesti sijaitsee.

Toisekseen alle 5,5 % sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen ei nostaisi merkittävästi alkoholin kokonaiskulutusta väkevien alkoholijuomien kulutuksen laskiessa ja kotimaisen myynnin korvatessa matkustajatuontia[3]. Matkustajatuonnin vähentyessä näiden juomien myynti siirtyisi tehokkaamman ikärajavalvonnan piiriin Suomessa, jolloin alkoholin välittäminen alaikäisille vähentyisi. On myös huomionarvoista, että alkoholipitoisuuden nosto päivittäistavarakaupassa myydyissä alkoholijuomissa lisää valikoiman laajuutta

[2] Lähde: *Alkon myymälän vaikutus ympäristönsä päivittäistavaramyyntiin*, PTY / A.C. Nielsen Finland Oy 2010
[3] Lähde: *IV-olut päivittäistavarakauppaan*, Pellervon taloustutkimus, 2013

lähinnä vain laadukkaampien ja hintavampien tuotteiden osalta – volyymituotteet tulevat jatkossakin olemaan edullisimpia matalamman alkoholipitoisuuden tuotteita.

Alkoholin matkustajatuonnin korvautuminen kotimaisella myynnillä toisi Suomelle lisää verotuloja ja samalla synnyttäisi työpaikkoja sekä kasvua kaupan investointiedellytysten parantuessa. Alkoholijuomien matkustajatuonti vähenisi neljänneksen (litroissa) ja IV-oluen ja lonkeron osalta tuonti puolittuisi. Samalla alkoholijuomaverojen tuotto kasvaisi 4,5 prosentilla eli noin 60 miljoonalla eurolla.[4]

Kolmannekseen kaupan kehittymistä edistettäisiin kaupassa myytävien alkoholijuomien valmistustaparajoitteesta luopumalla. Valmistustaparajoite tarkoittaa, että päivittäistavarakaupassa myytävien alkoholijuomien alkoholin pitää olla syntynyt käymisteitse eikä sekoittamalla tislattua alkoholia esim. limonadiin. Valmistustaparajoite on saman alkoholipitoisuuden omaavien tuotteiden välillä epätasa-arvoinen ja estää siten kilpailua.

Kaikki alkoholijuomien alkoholi on maatalousperäisistä raaka-aineista valmistettua, jolloin valmistustaparajoitteessa on ollut kyse ainoastaan siitä, voiko alkoholikomponentin valmistaa erillisessä tuotantoprosessissa. Eri valmistustavoilla valmistettujen alkoholijuomien välillä ei ole terveydellisiä eroja alkoholipitoisuuden ollessa yhtäläinen. Sekoitejuoma ei siis ole käyttäjän terveydelle sen vaarallisempi tai terveellisempi kuin käymisteitse valmistettu alkoholijuoma. On erittäin huomionarvoista, että sekoitejuomien myymistä päivittäistavarakaupassa ei ole kielletty missään muussa EU-maassa.

Lausunnonantajasta

Lidl on Suomen kolmanneksi suurin päivittäistavarakauppa yli 9 prosentin markkinaosuudella. Lidlin konseptin ydin on parhaan hinta-laatusuhteen tarjoaminen asiakkaille iloisesti palvellen. Suomessa viime vuosina vauhdikkaasti kasvaneessa organisaatiossa työskentelee yli 5000 henkilöä. Yli 160 myymälän verkosto ulottuu Hangosta Sodankylään, ja tavarantoimitukset myymälöihin hoidetaan Janakkalan ja Laukaan jakelukeskuksista. Iso, yli 100 miljoonan euron jakelukeskusinvestointi on käynnissä Järvenpäässä.

Lidl Suomen kautta vietiin vuonna 2016 yhteeensä 60 eri tuotetta, 20 eri toimittajalta, 23 eri maahan. Elintarvikeviennin arvo on vuosittain ollut yli 10 miljoonaa euroa ja tavoite on sitä kasvattaa. Lidlin Suomessa myytävistä elintarvikkeista 53 prosenttia on kotimaisilta ja 47 prosenttia ulkomaisilta tavarantoimittajilta.

Yli viidentoista vuoden aikana Lidl on investoinut Suomeen yhteensä yli 700 miljoonaa euroa ja kuluvalle tilikaudelle on suunniteltu yli 100 miljoonan euron investointeja.

Lidl Suomi Ky

Helsingissä 4.4.2017

Lauri Sipponen
Toimitusjohtaja
+358 923 456 779
lauri.sipponen@lidl.fi

[4] Lähde: *Alkoholin vähittäiskauppaa koskevien uudistusten vaikutus alkoholijuomien kulutukseen*, Taloustutkimus 2017