Maa- ja metsätalousvaliokunta
Asiantuntijakuuleminen

HE 100/2017 vp Hallituksen esitys eduskunnalle alkoholilaiksi ja eräiksi siihen liittyviksi laeiksi

Alko Oy esittää lausuntonaan hallituksen esityksestä alkoholilaiksi seuraavaa:

Esityksessä ehdotetaan muutettavaksi Alkolle kuuluvaa alkoholijuomien vähittäismyynnin yksinoikeutta sallimalla luvanvaraiseen vähittäismyyntiin enintään 5,5 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävät alkoholijuomat nykyisen 4,7 tilavuusprosentin asemesta. Lisäksi pienpanimot saisivat ulosmyyntioikeuden enintään 12 tilavuusprosenttia sisältävien oluiden osalta.

Alko on valtionyhtiö, jonka tehtäväksi on säädetty alkoholin vähittäismyynti alkoholihaitat huomioiden. Alko vastaa vähittäismyynnistä omien myymälöidensä ja verkkokaupan noutopisteiden kautta. Alkon myymälöitä on Suomessa tällä hetkellä kaikkiaan 354 ja noutopisteitä noin 60. Suomalaisista arviolta kolme neljäsosaa asuu alle neljän kilometrin päässä lähimmistä Alkon palveluista. Alkon ulkopuolella myytävien alkoholijuomien prosenttirajan nosto ja valmistustaparajoitteen poistaminen vaikuttaisivat Alkon myyntiin ja liikevaihtoon. Kohentunut taloustilanne ja sitten vuoden 2013 alhaisimmalla tasollaan oleva matkustajatuonti kuitenkin osaltaan tasapainottavat tilannetta yhtiön näkökulmasta. Alko on kehittänyt myymäläverkostoaan ja henkilökäyttöään entistä joustavimmiksi, jotta yhtiö pystyy pitämään yllä mahdollisimman laajaa verkostoa, vaikka litramyynti laskisikin. Alkon uudistetut myymälätyypit mukautuvat erilaisiin liiketoimintaympäristöihin ja asiakasvirtojen muutoksiin. Myymälöissä jousto tapahtuu esimerkiksi valikoimaa ja myymälän kokoa pienentämällä. Lain tuoma mahdollisuus kehittää myymäläautoa voisi olla jatkossa täydentävä palvelumuoto harvaan asutuilla seuduilla.

Elinkeinoelämän piirissä esitettyjen näkemysten mukaan alkoholiprosentin muuttaminen 5,5 prosenttiin on tarvittava ensimmäinen askel kohti laajempaa alkoholin myynnin vapauttamista. Joillakin elinkeinoelämän tahoilla on tavoitteena alkoholimonopolin purkaminen.

Viinien myynnin vapauttaminen johtaisi väistämättä siihen, että Alko ei pystyisi ylläpitämään riittävää myymäläverkostoa. Alkon vuotuisesta litramyynnistä viinit muodostavat yli 55 prosenttia ja muutoksen myötä Alkon nykyinen 354 myymälän koko maan kattava verkosto supistuisi noin 50–75 myymälään. Viinien siirrolla ruokakauppaan heikennettäisiin paitsi laajan viinivalikoiman saatavuutta, samalla myös väkevien juomien saatavuutta. Viinit myös heikentäisivät oluen markkinoita, koska kulutus siirtyisi enemmän viineihin. Pelkkiä väkeviä myyvä maanlaajuinen, kaikkia suomalaisia palveleva ketju ei ole taloudellisesti mahdollinen, joten lopulta myös väkevät alkoholijuomat tulisivat kaikkialle myyntiin. Tämä tarkoittaisi viinien ja väkevien alkoholijuomien myymistä kioskeilla, huoltamoilla ja päivittäistavarakaupoissa.

Alkon valikoimassa on liki 7 000 tuotetta, joista noin 450 on suomalaista. Ranska, Italia ja Espanja ovat tuotemäärältään Alkon valikoiman suurimmat

tuottajamaat, koska ne ovat Euroopan suurimmat viinimaat. Alkuperämaista Suomi on siis neljänneksi kattavimmin esillä Alkon valikoimassa. Kotimaisia pientuottajia Alkon valikoimassa on 79 ja pientuottajien tuotteita on 289. Esimerkiksi kotimaisten pientuottajien oluiden tuotemäärä on noussut vajaassa vuodessa liki 40 prosentilla.

Pientuottaja- ja pienpanimotuotteiden kysyntä on kasvanut. Alko pitää kotimaisia tuotteita valikoimassaan mahdollisimman laajasti. Pientuottaja voi vapaasti valita enintään kymmenen myymälää, joiden kautta haluaa myydä tuotteitaan. Tällä tavoin tuottaja voi esimerkiksi valita oman kylän tai lähialueen myymälän jakelukanavaksi omalle tuotteelleen, jolloin lähituotanto saadaan paikallisesti esille. Nopeimmillaan tuotteen saa Alkon valikoimaan muutamassa viikossa ja Alko ei koskaan vaadi markkinointitukia tai jälkihyvitteitä. Alko tekee aktiivisesti yhteistyötä pienpanimoiden ja -tuottajien kanssa sekä tarjoaa laajasti mahdollisuuksia valikoimaan pääsyyn. Kaikki tuottajat (ml. pientuottajat) voivat ilmoittaa tuotteensa myös verkkokauppaan, jolloin se on kaikkien asiakkaiden ostettavissa ja tilattavissa mihin tahansa Alkon myymälään tai noutopisteeseen.

Alkon myyntikanavan lisäksi lakiuudistus tuo pientuottajille uusia mahdollisuuksia eli pienpanimoiden ulosmyyntioikeuden. Pienpanimoiden ulosmyyntioikeus antaa käsityöläisoluita valmistaville, vuosituotannoltaan enintään 500 000 litraa paneville pientuottajille mahdollisuuden laajentaa omia myyntiverkostojaan. Vuosituotannon osalta Alko esittää, että raja pidetään enintään esitetyn kaltaisena, jotta tuotanto on aidosti käsityön omaista. Valmistusmäärien korottaminen voisi asettaa Suomen monopolin sallittavuuden kyseenalaiseksi Euroopan unionin näkökulmasta.

Alkon hinnoittelu poikkeaa muun vähittäiskaupan hinnoittelusta, sillä tavarantoimittajat itse määrittävät tuotteidensa lopullisen myyntihinnan. Siten tuotteet kilpailevat keskenään Alkon hyllyillä. Yhtiön hinnoittelu on läpinäkyvää, Alkon tuotteiden keskimääräinen myyntikate on vain 17 prosenttia. Hinnoittelumuutoksia valmistaja tai maahantuoja voi tehdä tuotteeseen kolme kertaa vuodessa. Tavarantoimittajan määrittämän hinnan muuttuessa Alko siirtää muutoksen täysimääräisenä kuluttajahintaan. Nykyinen toimintamalli on avoin ja tasapuolinen kaikille toimittajille niiden koosta riippumatta.

Julkisessa keskustelussa 0,8-prosenttiyksikön nostoa on pidetty pienenä, mutta kyseessä on merkittävä muutos. Valviran mukaan Suomessa myytiin vuonna 2016 yhteensä noin 410 miljoonaa litraa olutta. Jos se määrä väkevöityisi 0,8 prosentilla ja litramääräinen myynti pysyisi samana, tarkoittaisi se laskennallisesti 70,4 miljoonan litran kulutuksen lisäystä 4,7 prosenttisena oluena. Tämä vastaa 211 miljoonaa 0,33 litran tölkkiä, mikä on yli tuplamäärä oluen matkustajatuontiin verrattuna. Matkustajatuonnissa olutta tuodaan 35 miljoonaa litraa eli noin 100 miljoonaa oluttölkkiä.

Alko on jo vuosia kehittänyt vastuullista hankintaa yhteistyössä muiden pohjoismaisten alkoholiyhtiöiden kanssa tavoitteena toimitusketjun sosiaalisen ja ympäristövastuun jatkuva parantaminen. Alko edellyttää kaikilta alkoholijuomien maahantuojilta sitoumusta eettisten toimintaperiaatteiden noudattamiseen koko toimitusketjussa. Osana vastuullista hankintaa

toteutetaan auditointeja, joissa koulutettu auditoija tarkistaa, vastaavatko viinien tuotantolaitosten ja viiniviljelmien työntekijöiden olot sovittuja periaatteita. Alkon laadunvalvonta ja Alkoholintarkastuslaboratorio ACL vastaavat tuotteiden laadusta. Laadunvalvonta osallistuu uusien tuotteiden valintaprosessiin, tarkistaa päällysmerkintöjen lainmukaisuuden ja arvioi tuotteet aistinvaraisesti. ACL tekee Alkon myymistä tuotteista kemiallisia ja mikrobiologisia analyysejä.

Prosenttirajan nostaminen johtaa väistämättä myös alkoholin kulutuksen kasvuun eli alkoholin kulutuksen vähenemisen suotuisa kehitys taittuisi. Suomalaisten matkustajien alkoholintuonti väheni 13,8 prosenttia syyskuun 2016 ja elokuun 2017 välillä, se on alhaisimmalla tasolla sitten maaliskuun 2013. Matkustajatuonti tulee vähenemään edelleen. Viro kiristää alkoholijuomien valmisteveroja vuosien 2016–2020 aikana: oluen veroa 206 prosenttia, siiderien 162 prosenttia, viinien 119 prosenttia ja väkevien alkoholijuomien 68 prosenttia. Latvia on hyväksynyt vuonna 2018 toteutettavat alkoholiveron korotukset: viinien veroa korotetaan 18 prosenttia ja oluen veroa 24 prosenttia.

Alkoholi aiheuttaa haittoja paitsi juojalle itselle ja tämän läheisille myös yhteiskunnalle. Alkoholin arvioidaan aiheuttavan Suomessa noin kaksi miljoonaa poissaolopäivää sekä noin 1,4 miljardin euron välittömät kustannukset muun muassa sosiaali- ja terveyspalveluissa. Alkoholinkäytön seuraukset koituvat suomalaisen yhteiskunnan ja jokaisen veronmaksajan kannettaviksi ja lisäävät julkisen talouden kestävyysvajetta. Alkoholi on kansantaloudellisesti tärkeä teema, koska sillä on negatiivinen kaksoisvaikutus: alkoholi kasvattaa julkisen talouden menoja ja samalla se vähentää julkisten menojen maksajia.

Alkoholinkulutusta ja siten haittoja on tutkimusten perusteella tehokkainta ehkäistä säätelemällä alkoholin saatavuutta ja hintaa. Esimerkiksi OECD ja WHO pitävät pohjoismaista alkoholimonopolijärjestelmää tehokkaana keinona saatavuuden ja hinnan kautta vähentää alkoholihaittoja.

Alko pitää parhaana alkoholipoliittisena keinona ylläpitää tehokasta alkoholimonopolia, jossa yhdistyvät elinkeinopoliittiset ja kansanterveydelliset tavoitteet.

Kunnioittavasti

Helsingissä 5. päivänä lokakuuta 2017

Alko Oy

Anton Westermarck
talousjohtaja