Alkoholiverolaki HE 169/2017

Eduskunnan verojaosto 10.11.2017:

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus ry vastustaa esitystä alkoholiveron korottamiseksi.

Veronkorotuksella on negatiivinen vaikutus oluen kotimarkkinaan. Vastaavasti on ennakoitavissa kasvua panimojuomien rajakaupan osalta.

Veron korotus on esitetty voimaantulevaksi 01/2018. Alkoholilain kokonaisuudistus, johon perusteluosassakin useasti viitataan, on edelleen keskeneräinen eduskunnassa, eikä sen voimaantulosta ole selvyyttä.

Veronkorotus vesittää alkoholilain kokonaisuudistuksen tavoitteen kotimarkkinan kilpailukyvyn parantamiseksi ja rajakaupan hillitsemiseksi.

Esitys on ristiriitainen pääministeri Sipilän hallituksen kärkihankeen kanssa, jonka mukaan ”Suomessa työn tekeminen ja työn teettäminen on aina kannattavaa. Suomi on kilpailukykyinen maa, jossa yrittäminen, omistaminen ja investoiminen on nykyistä kannattavampaa.”

Veron korotuksilla Suomi paitsi menettää verotuloja kasvavaan rajakauppaan, myös heikentää panimoelinkeinon kilpailukykyä, kykyä työllistää ja vähentää panimoiden omistamisen ja investointien kannattavuutta.

1. Panimoala jalostusarvoltaan Suomen neljänneksi suurin elintarviketeollisuuden ala

Panimoteollisuus työllistää suoraan noin 1 700 henkilöä, koko arvoketju - pellolta kuluttajalle asti - työllistää noin 26 000 henkilöä. Panimoalan työpaikat ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana vähentyneet noin tuhannella. Vielä suurempi työpaikkojen väheneminen on ollut anniskelussa.

Suomessa valmistetun oluen osuus tilastoidusta kulutuksesta on noin 90 %. Tilastoidun tuontioluen (pl. matkustajien rajakaupasta tuoma olut) osuus on viimeisen kymmenen vuoden aikana vaihdellut 10–15 % välillä. Osuus vastaa EU-maiden keskimääräistä tasoa.

Mallasohraa viljellään Kymenlaaksosta länsirannikolle. Tällä alueella noin joka viides käytössä oleva viljapeltohehtaari kasvaa mallasohraa. Yli tuhat maanviljelijää saa elantonsa mallasohran viljelystä. Jalostusarvon nostaminen viljasta maltaaksi, ja maltaasta elintarvikkeiksi tai juomiksi on järkevää. Vahva kotimarkkina ja siellä toimintaa kirittävä kilpailu (monopolikaupan sijaan) ovat hyvä pohja myös viennille.

Panimoalassa on paljon potentiaalia, jota yhteiskunnan kannattaa tuupata eteenpäin ja valjastaa hyvinvoinnin lähteeksi. Kotimainen panimoala tuottaa yhteiskunnalle merkittävän määrän myös muita verotuloja kuin vain alkoholiveroa.

2. Yksistään Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus kerryttää valtion kassaan vuosittain n. 2,0 mrd. €

Panimoteollisuuden maksamien verojen määrä on huomattava, jos sitä vertaa esimerkiksi alan kokonaisliikevaihtoon, joka oli vajaa 900 miljoonaa euroa.

Olut on panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden tärkein tuoteryhmä. Puolet tuotetuista litroista on olutta. Kolmasosa on virvoitusjuomia. Kivennäisvettä on noin 10 % tuotannosta. Siiderin ja lonkeron osuus tuotannosta on kummankin osalta noin 5 %.

Panimoalan yhteiskunnalle maksettavista veroista suurin osa oli arvonlisäveroa ja tuoteveroja, yhteensä 900 miljoonaa euroa. Valtiolle tuloutetut tuloverot ja henkilöstösivukulut olivat 330 miljoonaa euroa. Energiaverotus, yhteisöverotus ja kiinteistöverotus toivat 150 miljoonaa euroa yhteiskunnalle tuloja.

(EY: Suomen panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden toimialakatsaus 2015)

3. Alkoholipolitiikan pohja murenee rajakaupan takia

Hallituksen esityksessä rajakauppaa tarkastellaan pääsääntöisesti absoluuttialkoholina ja siten siis haittojen näkökulmasta. Verokysymys on vahvasti elinkeinopoliittinen ja siksi rajakauppaa on hallituksen esitystä selkeämmin käsiteltävä nimenomaan tuotuina litroina, ei absoluuttialkoholina, joka on vain laskennallinen määre.

Viranomaisilla on varsin selvä ja tietoinen halu vähätellä rajakaupan merkitystä. Elinkeinolle se on kuitenkin keskeinen ongelma ja harjoitetulta alkoholipolitiikalta se vie pohjan alta.

Viimeisimmän Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen teettämän puhelinhaastatteluihin perustuvan matkustajatuontiarvion mukaan panimojuomien matkustajatuonti on ennätyslukemissa. Taso on jäänyt pysyvästi yli 50 miljoonan litran rajan, joka ylitettiin ensimmäisen kerran vuonna 2013. Kotimaisen kulutuksen väheneminen ja korvautuminen rajusti kasvaneella matkustajatuonnilla vaikuttaa koko ketjun elinvoimaisuuteen ja kykyyn työllistää.

- THL:n puhelinhaastattelun mukaan yli 70 % matkustajatuonnista on panimojuomia eli olutta, lonkeroa ja siideriä.
- Suomessa kulutetuista panimojuomista 11 % on puhelinhaastatteluun perustuen hankittu rajakaupasta; lähinnä Virosta tai Latviasta.
- Vain kolmasosa rajakaupasta tuoduista juomista on THL:n puhelinhaastatteluun perustuvan arvion mukaan Suomessa valmistettuja. Viron EU-jäsenyyden alussa pääsääntöisesti kaikki suomalaisten tuliaiset olivat Suomesta Viroon suomalaisia kuluttajia varten kuljetettuja juomia.
- Panimojuomia tuodaan rajakaupasta lähes neljä kertaa niin paljon kuin niitä ostetaan valtion viinamonopolista. (Ne myös ovat vahvuudeltaan vain Alkon myynnissä olevia juomia.)
- Rajakaupasta tuodaan panimojuomien 24 tölkin monipakkauksia 18 000 vuoden jokaisena päivänä.
- Viinapohjaisesta lonkerosta kaksi kolmasosaa on THL:n puhelinhaastattelun mukaan hankittu rajakaupasta. Vahvan oluen osalta reilu puolet.
- Rajakaupasta tuodun alkoholin aiheuttamat haitat hoidetaan Suomessa. Siksi on perusteltua arvioida myös menetettyjä verotuloja. Yhteiskunnalta jää saamatta yksinomaan alkoholiverotuottoja reilut 300 miljoonaa euroa. Luvussa ei ole arvonlisäveroa mukana.
- Alkoholikaupan arvo on Suomessa 4,5 miljardia euroa. Rajakauppa vastaa noin viidesosaa kotimaan kulutuksesta. Suomen verotasolla rajakaupan arvo on noin 900 miljoonaa euroa.

Yhteisöveron lasku jokunen vuosi sitten on tuonut yhteiskunnalle dynaamisina vaikutuksina merkittävän määrän lisääntyneitä verotuloja. Sama verotuksen dynamiikka toisi verotuloja myös alkoholikaupan osalta. Tällöin ei pidä arvioida vain alkoholiveroa, vaan myös koko arvoketjun ja elinvoimaisen toimialan kautta generoituvia verotuloja.

4. Olutmarkkina ei ole terveellä pohjalla myyntiä ohjaavan ”tarjouspakon” puristuksissa

Alkoholijuomien hinnoittelua ja hinnan mainontaa koskevia säännöksiä kiristettiin vuonna 2007. Käytännössä juomien paljousalennukset kiellettiin. Alkoholijuoman hinta yksittäin myytynä ei saa olla korkeampi kuin yksittäisen juoman hinta on monipakkauksessa. Säännöksen tarkoituksena oli rajoittaa erityisesti 12:n ja 24:n tölkin pakkausten huomiota herättävän halpaa hinnoittelua.

Laista johtuen olut on käytännössä sisäänheittotuotteena vuoden jokaisena päivänä. Tarjousmyyntiä hillitsemään tarkoitetut säännökset ovat vastoin tarkoitustaan entisestään lisänneet tarjouskampanjointia.

Sosiaali- ja terveysministeriön arviomuistiossa (5.8.2013) todetaan, että ”Esitettyjen alkoholiverojen korotusten toteuttamisen jälkeen on mahdollista arvioida, voidaanko alkoholijuomien hinnoittelua ja tarjoushinnan ilmoittamista koskevista säännöksistä luopua.” Ennen vuotta 2013 oli jo toteutettu neljä veronkorotusta ja sen jälkeenkin nyt on jo tulossa toinen korotus. Arviota pykälän vaikutuksesta olutmarkkinaan ei edelleenkään ole tehty.

5. Suomalainen alkoholiveropolitiikka tukee valtion omaa liiketoimintaa

Suomalainen alkoholiveropolitiikka kohtelee merkittävän kotimaisen arvoketjun olutta karkeammin kuin aina tuontitavaraa olevaa viiniä. Viinien matalampi verotus olueen verrattuna on poikkeuksellista verrattuna muihin Pohjoismaihin, joissa kaikissa viinien verotus on kireämpää.

Vahvojen alkoholijuomien reaalihinta on edelleen reilusti alle vuoden 2000 tason. Panimojuomien reaalihinnat ovat kasvaneet eniten. Vuonna 2004 toteutetun veronalennuksen jälkeen kaikkien muiden juomaryhmien verotus on veronalennusta korkeammalla tasolla – lukuun ottamatta väkeviä alkoholijuomia.

Suomessa kulutetaan väkeviä alkoholijuomia enemmän kuin muissa Pohjoismaissa. Suomessa on Pohjoismaiden, ja oikeastaan yksi kaikkien EU-maiden matalimmista veron ohjausvaikutuksista käytössä. Esimerkiksi Saksassa kansanterveydellisistä syistä kulutusta halutaan ohjata mietoihin juomiin. Vahvojen alkoholijuomien vero on Saksassa yli kuusinkertainen ja Ruotsissakin yli 2,5 -kertainen.

On perusteltua kysyä, suojaako valtio veropolitiikallaan omaa liiketoimintaansa?

6. Alkoholin kulutus laskee ja miedontuu Euroopassa yleisesti – myös Suomessa

Väkevien alkoholijuomien kulutus laskee, ja viinien osuus kulutuksesta kasvaa. Mallasjuomien kotimaanmyynti on ollut viime vuodet laskevaa, mutta vastaavasti panimojuomien matkustajatuonti on ennätysluvuissa. Kulutuksen miedontumisella on huomattava merkitys alkoholin kokonaiskulutukseen, joka arvioidaan absoluuttisena alkoholina. Kokonaiskulutus on ollut laskusuuntainen vuodesta 2008 lähtien. Samansuuntainen kehitys on menossa myös muualla Euroopassa.

Suomi on EU-maiden vertailussa keskikastia kulutuksen osalta. Haittoja meillä on siinä kuin muuallakin. Suomalaista monopoliin nojaavaa alkoholipolitiikkaa ei voi pitää eurooppalaisena menestystarinana. Myös matalamman verotuksen maissa kulutus on viime vuosina miedontunut ja laskenut. Samalla tavalla kuin Suomessakin.

Positiivista kehitystä tapahtuu nuorten alkoholinkulutuksen osalta. Nuorten alkoholinkulutus on vähentynyt koko 2000-luvun. Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen mukaan kyse on jo megatrendistä. Hallituksen esityksessä veron korotusta perustellaan nuorten suojelemisella. Nuorten vähenevää alkoholin kulutuksen kehitystä ei vaarantanut alkoholiverotuksen tuntuva alentaminen 2004. Muutos nuorten juomatavoissa näkyy myös muualla Euroopassa, mutta Suomessa erityisen voimakkaana.

7. Veronnoston tuottotoive on ylimitoitettu

Hallituksen esitys nojaa tuottotavoitteidensa (100 miljoonaa euroa) osalta hyvin vahvasti tulevan alkoholilain muutosten varaan. Erityisen suuri merkitys on päivittäistavarakaupan myyntirajan nostolla 0,8 %-yksikköä.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos on laatinut arvion uuden lain mahdollisista vaikutuksista kokonaiskulutukseen. THL:n arvioon liittyy huomattavaa epävarmuutta:

Arviosta ei käy ilmi kuinka paljon uudistuksen arvioidaan vaikuttavan rajakauppaan. Kansanterveydelle ei ole merkitystä, mistä juoma on hankittu. Voidakseen arvioida kasvavaa kulutusta kotimarkkinassa on väistämättä arvioitava uudistuksen vaikutusta rajakauppaan. Miksi arvion taustalukuja ei kerrota avoimesti?

Samalla tavalla uupuu myös arvio siitä, paljonko viinin ja väkevien myynti vähenee, kuten Alko on kovasti ollut huolissaan. Lonkeroiden tuoteryhmästä löytyy Alkon myydyin tuotemerkki ja sen siirto ruokakauppoihin vähentänee tarvetta käydä monopolikaupassa, josta mahdollisesti mukaan tarttuu myös vahvempia juomia.

THL:n arvio keskivahvuuden muuttumisesta 5,0 tilavuusprosenttiin on panimoteollisuuden arvion mukaan vahvasti ylimitoitettu:

- Kuluttajatutkimuksen mukaan 53 % kuluttajista ostaisi jatkossakin ns. kolmosolutta (Taloustutkimus 2017).
- Jopa 80 % anniskelussa kulutetusta oluesta on keskioluen vahvuista, vaikka kaikki oluen vahvuudet ovat tarjolla. Muutos nelosoluesta kolmosolueen tapahtui 1990-luvulla, ja muutos on ollut pysyvää.
- Jos nelosolutta kulutettaisiin neljä kertaa enemmän kuin nyt -> keskivahvuus lisääntyisi vain 4,67 %:iin. Edelleen oltaisiin merkittävästi alle THL:n arvioiman 5,0 %:n keskivahvuuden.

8. Veropolitiikkaa Suomen eduksi – ei Viron tai Latvian ehdoilla

Suomen on kyettävä tekemään omaa veropolitiikkaansa. Hintaeron aiheuttamaan hallitsemattomaan rajakauppaan on haettava ratkaisuja itsekkäästi. Nyt tehtäviä veronkorotuksia perustellaan hallituksen esityksessä Viron veronkorotuksilla. On hyvä huomioida, että Virossa käydään parhaillaan vilkasta keskustelua jo tehtyjen ensi vuoden veron korotusten perumisesta. Jos Viro päättääkin perua tulevat korotukset, niin seuraako Suomi perässä?

Yhteiskunnan pitää taata kotimaiselle elinkeinolle samanlainen toimintaympäristö verojen ja sääntelyn suhteen kuin on keskeisissä kilpailijamaissakin. Kulutushyödykkeiden osalta vertailu pitää ensisijaisesti tehdä niihin maihin, joista tällä hetkellä Suomeen kohdistuu kilpailevaa rajakauppaa. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että Suomen on pidettävä alkoholiverotus Viron ja Latvian kanssa kilpailukykyisellä tasolla.

Elina Ussa
Toimitusjohtaja
Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry