Alkoholilaki HE 100/2017

Eduskunnan lakivaliokunta 14.11.2017

Viite: Alkoholilaki rikosoikeudellisten ja muiden seuraamussäännösten osalta.

Panimoliiton jäsenyritysten näkemyksen mukaan ehdotukset rikosoikeudellisten ja muiden seuraamussäännösten osalta vaikuttavat yleisesti ottaen hyviltä. Lakiin on kirjattu selkeä seuraamusmaksu. Lisäksi laki antaa edelleen Valviralle oikeuden ohjeistaa vuoropuhelulla toiminnanharjoittajia. Tämä on hyvä ja arvokkaaksi koettu asia. Välitön vuoropuhelu viranomaisen ja elinkeinon välillä on tärkeää.

Panimoliitto haluaa lisäksi kiinnittää lakivaliokunnan huomion alkoholilain valmisteluun ja sen perusteluosaan.

Esityksen arviot vaikutuksista elinkeinojen toimintaan ovat puutteelliset.

Valtioneuvoston asettama lainsäädännön arviointineuvosto kiinnitti keväällä huomiota alkoholilain vaikutusten puutteelliseen arviointiin. Sen mukaan alkoholilain kokonaishyödyistä ja -kustannuksista ei saa kattavaa käsitystä hallituksen esitysluonnoksesta. Arviointineuvosto kiinnitti huomiota siihen, että varsinkin lain hyötyjä on käsitelty ohuesti.

Valitettavasti lain lopullisessa versiossa arviointineuvoston näkemyksiä ei ole otettu lainkaan huomioon, eikä lain perusteluosaa voi pitää millään muotoa tasapainoisena. Vaikutusta elinkeinoelämälle on käsitelty varsin puutteellisesti. Lisäksi perusteluosassa vedetään johtopäätöksiä, joiden perusta ei ole kestävällä pohjalla.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen arvio kokonaiskulutuksen kasvusta on kaikkine puutteineen nostettu keskeiseksi arvioksi.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen tekemästä arviosta ei ole seuraavia taustalukuja kerrottu julkisuuteen:

1. 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.

2. Samalla tavalla uupuu myös arvio siitä, paljonko viinien ja väkevien myynti vähenee ja paljonko se vaikuttaa kokonaiskulutukseen. Lonkeroiden tuoteryhmästä löytyy Alkon myydyin tuotemerkki ja sen siirto ruokakauppoihin vähentänee tarvetta käydä monopolikaupassa, josta mahdollisesti mukaan tarttuu myös vahvempia juomia. Alko on ilmaissut huolensa vähenevästä myynnistä.

3. THL:n arvio keskivahvuuden muuttumisesta 5,0 tilavuusprosenttiin on panimoteollisuuden arvion mukaan vahvasti ylimitoitettu. Hallituksen esitys (s. 51) arvioi keskivahvuuden nousun jopa 5,3 tilavuusprosenttiin.

    a. 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.

    b. **Hallituksen esityksessä (s. 51) esitetään arvio, jossa ennustetaan päivittäistavarakaupan alkoholipitoisuuden nousemista jopa 5,3 tilavuusprosentiin. Panimoalan mukaan tämä on häikäilemätöntä liioittelua.** Oluen tilastoitu myynti vuonna 2016 oli 413 miljoona litraa ja keskivahvuus oli 4,57 tilavuusprosenttia. Alle 4,7-tilavuusprosenttisen oluen osuus tilastoidusta myynnistä on 95 %. Näiden keskivahvuus on 4,54 tilavuusprosenttia. Yli 4,7-tilavuusprosenttisen oluen osuus tilastoidusta myynnistä on 5 % (Alkon myynnin osuus 2 % ja anniskelun osuus 3 %). Vahvan oluen keskivahvuus on 5,2 tilavuusprosenttia.

    Eli jos uuden lain myötä vahvemman oluen kulutus nelinkertaistuu 20 prosenttiin tilastoidusta vuosimyynnistä, muuttuu oluen keskivahvuus 4,67 tilavuusprosentiksi – ei 5,3 tilavuusprosenttiin, kuten hallituksen esitys (s. 51) arvioi, eikä edes THL:n arvioimaan 5,0 tilavuusprosenttiin.

Hallituksen esityksen perusteluosa on puutteellinen myös alkoholinkulutuksen ja esitettyjen terveyshaittojen syy-seuraussuhteiden osalta. Haittojen osalta puuttuu tarkastelun aikajänne ja kehityksen arvioiminen. Nyt alkoholilaki rajoituksineen nähdään kaikkivoipana keinona vaikuttaa lähes mihin tahansa yhteiskunnan vitsaukseen.

Hallituksen esityksen perustelut ovat myös ristiriitaisia; toisaalta väitetään, että veronkorotusten seurauksena 2008–2012 alkoholinkulutus olisi laskenut, kun taas toisaalla sanotaan, että nimenomaan lasten ja nuorten kulutus on vähentynyt koko 2000-luvun ja myönnetään, että ei ole tiedossa, mistä tämä johtuu. Lisäksi mainitaan, että suomalaisten terveys ja hyvinvointi ovat yleisesti ottaen parantuneet.

Suomi on EU-maiden vertailussa keskikastia kulutuksen osalta. Haittoja meillä on siinä kuin muuallakin. Toisin kuin hallituksen esityksessä sanotaan, valtion viinamonopoli ei ole alkoholihaittojen ehkäisyn kannalta keskeinen toimija. Suomalaista monopoliin nojaavaa

alkoholipolitiikkaa ei voi pitää eurooppalaisena menestystarinana. Myös vapaamman alkoholisaatavuuden maissa (valtion viinamonopoli on EU-maista vain Suomessa ja Ruotsissa) kulutus on viime vuosina miedontunut ja laskenut. Samalla tavalla kuin Suomessakin.

(1.) Panimoelinkeinolle muutos merkitsee kiristyvää kilpailua ja laajempaa jakelukanavaa aavistuksen vahvemmille tuotteille. Kotimainen panimoala näkee muutoksen keinona rajoittaa Viron rajakaupasta kotimarkkinaan kohdentuvaa epäreilua kilpailua. Rajakaupasta tuodaan yli nelinkertainen määrä ns. nelosolutta Alkon myyntiin verrattuna. Ruokakaupan rajan nostaminen 0,8 %-yksikköä lisää alan elinkeinovapautta.

(2.) Kuluttajan kannalta suurin muutos on ostopaikan vaihtuminen. Alkoholipitoisuudeltaan 0,8-tilavuusprosenttia vahvemmat oluet, lonkerot ja siiderit voi jatkossa – niin halutessaan – hankkia ruokaostosten yhteydessä samasta myymälästä, eikä niitä tarvitse kantaa Virosta tai mennä erikseen valtion monopolimyymälään.

(3.) Maltillinen vapauttava politiikka ei vaaranna hyvää juomakulttuurin kehitystä. Hyvä esimerkki tästä on saatavuuden lisääminen ruokakaupoissa viime vuonna vapautuneiden aukioloaikojen johdosta. Muutos toi ruokakaupoille 15 uutta myyntipäivää. Lisääntyneestä saatavuudesta huolimatta alkoholijuomien myynti ei ruokakaupoissa kasvanut. Nuorten alkoholinkulutuksen vähenevä trendi on jatkunut koko 2000-luvun. Sitä ei muuttanut edes vuonna 2004 toteutettu alkoholiveron tuntuva alennus, vaikka hintaa voisi pitää erityisesti nuorten osalta keskeisenä tekijänä.

(4.) Yhteiskunta saa lisää verotuloja kotimarkkinan kilpailun kasvaessa rajakaupan kustannuksella. Mitä vahvempi olut sitä enemmän siinä on veroa. Tavoitteena pitää olla, että vahvempikin olut ostetaan kotimarkkinoilta ei rajakaupasta. Tavoitteena pitää olla myös se, että verot kerätään siellä, missä haitatkin hoidetaan.

Elina Ussa

toimitusjohtaja

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry