Lausunto
06.11.2018

Eduskunnan maa- ja metsätalousvaliokunta
Mmv@eduskunta.fi

Lausuntopyyntö 31.10.2019, HE 121/2018 vp Hallituksen esitys elintarvikemarkkinalaiksi ja laiksi oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain 1 luvun 6 §:n ja 5 luvun 2 §:n muuttamisesta

RUOKAKETJU VAHVISTUU AINOASTAAN SUOMALAISEN RUOAN ARVOA KASVATTAMALLA

Kiitän mahdollisuudesta lausua elintarvikemarkkinalaista. Huoli suomalaisen ruoan ja maanviljelyn tulevaisuudesta on koko ruokaketjun ja suomalaisen yhteiskunnan yhteinen.

Kiperän tilanteen taustalla on globaali kehitys. EU-Suomessa viljelijöiden toimeentuloa haastavat sään lisäksi maailmanpolitiikan liikkeet sekä kiristyvä globaali kilpailu. Suomi on maailman pohjoisin maa, jossa maataloustuotantoa harjoitetaan isossa mittakaavassa. Syrjäinen sijaintimme aiheuttaa kustannuksia, joita on pystyttävä kompensoimaan muilla tekijöillä.

Markkinatilanteen lisäksi yhtälöön vaikuttavat regulaatiotekijät – ennen kaikkea verotus ja kuluttajien ostovoima. Ruoan verotus ja siten hinta ovat eri maissa hyvin erilaiset. Suomessa ruoan arvonlisävero on lähes kolminkertainen EU15-maiden keskiarvoon verrattuna. Verojen osuus ruoan hinnasta on jo 45 prosenttia. Elintarvikkeiden verotus Suomessa onkin Euroopan kireimpiä. Samaan aikaan ruoan hinta on Suomessa alle Euroopan keskitason ja sitä on pyritty tietoisesti myös laskemaan.

Olen itse toiminut K-ruokakauppiaana ja yrittäjänä 15 vuotta. Tähän matkaan on mahtunut hyvin erilaisia markkinatilanteita. Keskustelu ja yhteys maanviljelijän tilanteeseen on osaltani jatkuvaa, viljeleehän serkkuni Jukka ”mummolaani” Peräseinäjoella, jossa hän toimii sikayrittäjänä jo neljännessä polvessa.

Markkinatalouden voima on valtava. Kaupan alan kiristynyt hintakilpailu tuo paineita myös tuottajahinnoille. Kireän verotuksen ohella myös kaupan alan tilanne on muuttunut globalisaation ja vapaan kaupan myötä olennaisesti. Kotimaisten toimijoiden rinnalle on tullut meitä kymmenkertaisesti suurempia kansainvälisiä toimijoita, mikä on osaltaan lisännyt hintakilpailua rajusti. Vaikutukset näkyvät myös hankintaketjussa ja asettavat siksi paineita tuottajahinnoille. Ruokakauppa on volyymilaji, jossa jokainen toimija joutuu huolehtimaan siitä, että kauppojen hyllyissä olevat tuotteet ovat hinnaltaan kilpailukykyisiä. Jos asiakas tekee valinnan ostaa halvemmalla, kaupan on reagoitava siihen.

Kotimaisen maatalouden nykytila edellyttää vakavaa tulevaisuuspohdintaa. On elintärkeää, että päättäjät ja suomalainen ruokaketju hakevat yhdessä ratkaisuja koko ketjun vahvistamiseksi niin, että jokainen osapuoli on mukana rakentavassa hengessä. Vain siten varmistetaan ruokaketjun elinvoima. Vahvasti politisoituneesta ja yksinkertaistavasta keskustelusta tulisi päästä kattavaan analyysiin ja kaikkien osapuolten yhteisen tilannekuvan kasvattamiseen.

Yhtälö ei ole helppo. Vapaa ja vastuullinen kilpailu palvelee kuluttajan etua ja on siksi tervetullutta sekä yhteiskuntaa rakentavaa. Nyt meidän tulee kuitenkin yhdessä löytää ratkaisut, joiden avulla estetään suomalaisen ruoantuotannon hiipuminen ja kotimaisten ruoan muuttuminen harvojen etuoikeudeksi.

Minun kauppani elää suomalaisesta ruoasta. Kaikkien K-ruokakauppojen myymistä tuotteista noin 80 prosenttia on suomalaisia. K-Citymarket Päivärannan yhteistyökumppaneista suomalaisia oli yli 80 prosenttia. Suurimmat tavarantoimittajani ovat Valio, Atria, Fazer ja HK-ruokatalo. K-ryhmän hankinnat kotimaiselta teollisuudelta olivat vuonna 2017 4,5 miljardia euroa.

Koko yhteiskunnan on toimittava linjakkaasti yhdessä suomalaisen ruoan arvostuksen nostamiseksi. Tämä edellyttää koko ruokaketjun yhteistyötä, viennin kasvattamista, kotimaisten huippubrändien arvostuksen nostamista sekä panostuksia pien- ja lähituottajien tuotteisiin ja toimintaedellytyksiin.

Kaikki suomalainen ruoka on puhdasta lähiruokaa. **Lisääntyvän byrokratian sijaan** tehdään joka päivä työtä, jotta saisimme puhdasta Suomalaista ruokaa tulevaisuudessakin.

KIITOS

Kauppias Pasi Toppari
K-Citymarket Kuopio Päiväranta
Pasi.toppari@citymerket.fi
+358 40 554 7370

K-ryhmän ruokakaupoissa käy päivittäin noin 1,2 miljoonaa asiakasta. K-ruokakaupat ovat alansa vastuullisimpia maailmassa[1]. Asiakas ja laatu ovat K-ruokakauppojen kaiken toiminnan keskiössä – tavoitteenamme on tarjota markkinoiden inspiroivimmat ruokakaupat ja niitä tukevat digitaaliset palvelut.

Kesko toimii K-ruokakauppiaiden kanssa ketjuliiketoimintamallilla. K-ruokakauppojen ketjuja ovat K-Citymarket, K-Supermarket, K-Market ja Neste K.