Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Lausunto

13.4.2026

VN/12/2026
VN/12/2026-TEM-44

Eduskunta
Talousvaliokunta
TaV@eduskunta.fi

TEM:n lausunto TaV:lle elintarvikemarkkinalain muuttamisesta HE 36/2026 vp

Talousvaliokunnan lausuntopyyntö, HE 36/2026 vp

Työ- ja elinkeinoministeriön lausunto elintarvikemarkkinalakia ym. koskevasta esityksestä

Hallitus on antanut eduskunnalle esityksen elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain 1 luvun 6 §:n ja 5 luvun 2 §:n muuttamisesta.

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) pitää myönteisenä esityksen tavoitetta heikomman osapuolen suojaamisesta elintarvikeketjussa eikä vastusta esitettyjä muutoksia.

Soveltamisala

Valmistelun aikana TEM on kiinnittänyt huomiota myös muun muassa vaikutusarviointiin ja sen selventämiseen, kannustaako esitys ostamaan elintarvikkeita ulkomailta lain soveltamisalasta johtuen. Esityksessä todetaan soveltamisalan epäselvyyttä ja kannustinvaikutuksia koskevasta lausuntopalautteesta, että sen perusteella esitykseen ei ole tehty muutoksia rajat ylittävän soveltamisalan osalta. Koska lain soveltamisala on vaikeasti avautuva, elintarvikemarkkinavaltuutettu on kuitenkin antanut ohjeet soveltamisalasta. TEM arvioi ohjeiden antamisen olevan myönteistä selkeyden ja ymmärrettävyyden kannalta, vaikka niillä ei olekaan vaikutusta soveltamisalarajauksen vaikutuksiin. Esitysluonnokseen on lisätty asiasta joitakin vaikutusten arviointiin liittyviä tietoja, mutta ilmeisesti esityksessä ei ole arvioitu tai todettu suoremmin sitä, arvioidaanko esityksen soveltamisalan käytännössä kannustavan ostamaan elintarvikkeita ulkomailta.

Postiosoite Postadress Postal Address	Käyntiosoite Besöksadress Office	Puhelin Telefon Telephone	Faksi Fax Fax	s-posti, internet e-post, internet e-mail, internet
Työ- ja elinkeinoministeriö				
PL 32 00023 Valtioneuvosto	Aleksanterinkatu 4 Helsinki	0295 16001 +358 295 16001		kirjaamo.tem@gov.fi www.tem.fi

Kaupalliset kostotoimet ja kosto-olettama, 2 e §

Kaupalliset kostotoimet, joita ostajat kohdistavat sopimusperusteisille ja lakisääteisille oikeuksilleen suojaa hakeviin tavarantoimittajiinsa, ovat jo nykyisellään elintarvikemarkkinalain mukaan kiellettyjä. Hallitus esittää, että kyseistä kieltosäännöstä koskevan asian käsittelyssä sovellettaisiin jatkossa kumottavissa olevaa kosto-olettamaa: mikäli elintarvikemarkkinavaltuutettu voisi ostajaa kuultuaan todeta, että asiassa saatujen selvitysten perusteella ostajan toteuttamilla tavarantoimittajan kannalta haitallisilla toimilla on ajallinen yhteys tavarantoimittajan säännöksessä tarkoitettuihin toimenpiteisiin, ostajalla olisi tämän jälkeen todistustaakka olettaman kumoamisesta. Esityksen mukaan olettama olisi mahdollista kumota osoittamalla, että toimet ovat olleet ”*liiketoiminnallisista syistä*” perusteltuja.

TEM on aiemmin valmistelun aikana nostanut esiin käännetyn todistustaakan / kosto-olettaman tarvearvioinnin ja ostajan hallinnollista taakkaa jossain määrin lisäävän vaikutuksen. Esityksessä arvioidaankin, että kosto-olettamaa koskeva muutos lisännee ostajien hallinnollista taakkaa.

TEM pitää myönteisenä, että säännöstä ehdotetusta käännetystä todistustaakasta on muutettu siten, että käännettyä todistustaakkaa ei sovellettaisi elintarvikemarkkinalain 11 §:ssä tarkoitetun julkisen varoituksen antamisessa. Esityksen mukaan lausuntojen johdosta esityksen lukuun suhde perustuslakiin ja säätämisjärjestys on lisätty perusteluita ehdotetun säännöksen välttämättömyydestä heikomman osapuolen eli tavarantoimittajan oikeusturvan parantamiseksi.

Neuvottelut poikkeuksellisten olosuhteiden johdosta, 3 a §

Esityksen mukaan maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden ostajille asetettaisiin velvollisuus käydä neuvotteluja voimassa olevien sopimusehtojen muuttamisesta heikommassa asemassa olevan tavarantoimittajan pyynnöstä poikkeuksellisten olosuhdemuutosten myötä. Edellytyksenä velvollisuudelle aloittaa neuvottelut olisi esityksen mukaan se, että olosuhdemuutoksia ei ole voitu ottaa kohtuudella huomioon sopimusta laadittaessa ja että muutokset heikentävät olennaisesti sopimuksen heikomman osapuolen asemaa.

Pykälän säännöskohtaisissa perusteluissa tuodaan esiin asianmukaisesti, että pykälässä säädettäisiin vain velvollisuudesta käydä neuvotteluja sopimuksen heikomman osapuolen pyynnöstä eivätkä tällaiset neuvottelut välttämättä johda sopimuksen muuttamiseen, sillä uusista ehdoista sopiminen olisi vapaaehtoista. Vaikka itse pykälässä ei olekaan mainittu hankintalakia (1397/2016), säännöskohtaisissa perusteluissa on tuotu asianmukaisesti esiin esitetyn pykälän suhde hankintalain 136 §:ään seuraavasti: ”Jos julkista elintarvikehankintaa koskevaa hankintasopimusta tulisi muuttaa, sovelletaan muutokseen hankintalain 136 §:n säännöksiä”.

Neuvotteluvoiman väärinkäyttö, 4 a §

Esitetyllä kohtuuttomat sopimusehdot kieltävällä yleislausekkeella saattaisi olla haitallista markkinakäyttäytymistä ennalta ehkäiseviä vaikutuksia, joista hyötyisivät elintarvikeketjun heikoimmassa asemassa olevat toimijat. Esitetty säännös myös täydentäisi nykysääntelyä suhteessa kilpailulainsäädäntöön. Pykälässä todetaan asianmukaisesti, että ”mitä 1 momentissa säädetään, ei sovelleta vastikkeen määrää koskevaan sitoumukseen”.

Esityksen mukaan yleislausekkeeseen liittyvää tulkinnanvaraisuutta on pyritty lausuntopalautteen perusteella muokkaamaan siten, että pykälän sanamuodossa ja säännöskohtaisissa perusteluissa tuodaan aiempaa selvemmin esille, että tavarantoimittajan ostajasta riippuvainen asema johtuu nimenomaisesti vaihtoehtoisten ostajien puuttumisesta.

Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kielto, 4 c §

Aiemman valmistelun aikana TEM on kehottanut harkitsemaan ja perustelemaan erillisen omia tuotemerkkejä koskevan pykälän tarpeellisuutta tutkittu tieto ja mahdolliset konkreettiset ongelmatilanteet huomioiden. Esitetty neuvotteluvoiman väärinkäyttöä koskeva 4 a § voisi olla vaihtoehtoinen tapa puuttua markkinoilla mahdollisesti ilmeneviin ongelmiin, jotka koskevat kaupan omiin merkkeihin kytkeytyviä sopimusehtoja ja käytäntöjä.

Esitetyssä uudessa 4 c §:n 1 momentissa asetettaisiin ostajille velvoite ottaa tavarantoimittajan ostajalle myymiin tuotteisiin liittyvät edut huomioon silloin, kun tavarantoimittaja on neuvotteluvoimaltaan ostajaa heikommassa asemassa ja ko. tuotteet kilpailevat ostajan oman tuotemerkin alla myytävien tuotteiden kanssa. Tähän viitataan esityksessä lojaliteettivelvollisuutena, josta voidaan kuitenkin todeta, että se koskee ilman säätämistäkin kaikkia elintarvikeketjun toimijoita.

Esityksen 4 c §:n 3 momentissa esitetään, että ostajia kiellettäisiin jatkossa sitomasta niin sanottujen brändituotteiden ostoja ostajan oman tuotemerkin alla myytävien tuotteiden valmistukseen tai ostoihin. Ostaja ei siis saisi edellyttää toimitussopimuksen syntymisen tai tilausten jatkumisen ehtona sitä, että tavarantoimittaja toimittaa tai valmistaa ostajalle sen oman tuotemerkin alla myytäviä tuotteita.

TEM toteaa Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) lausuntoon viitaten, että KKV:n elintarvikeketjun toimivuutta koskevassa ja edelleen käynnissä olevassa tutkimushankkeessa ei ole noussut esiin tutkimustuloksia, joiden perusteella ostajan oman tuotemerkin suosimista koskevaa kieltosäännöstä voitaisiin pitää perusteltuna. Kaupan omien merkkien vaikutuksia elintarvikemarkkinoiden toimintaan on tarkasteltu KKV:n hiljattain julkaisemassa kaupan ja elintarviketeollisuuden välisiä tukkuhintaneuvotteluja koskevassa tutkimuksessa.[1] Tutkimuksen keskeinen johtopäätös on, että kaupan omiin merkkeihin kohdistuva sääntely voi johtaa kuluttajien aseman heikkenemiseen. Kaupan omat tuotemerkit parantavat kaupan asemaa tukkuhintaneuvotteluissa brändituotteiden valmistajien kanssa ja voivat näin laskea brändituotteista maksettavia tukkuhintoja.

Virve Haapajärvi

hallitusneuvos

Työ- ja elinkeinoministeriö

[1] Buri, R. & Palonen, P., Kaupan neuvotteluvoima ja omat tuotemerkit – Teoreettinen tarkastelu, Kilpailu- ja kuluttajaviraston Katsauksia 2/2026, https://www.kkv.fi/tutkimus-ja-vaikuttaminen/julkaisut/katsaukset/kaupan-neuvotteluvoima-ja-omat-tuotemerkit-teoreettinen-tarkastelu-katsauksia-2-2026/. Tutkimuksen keskeisiä tuloksia käydään läpi myös Riku Burin ja Petteri Palosen blogikirjoituksessa ”Voiko vahvassa asemassa olevasta kaupasta olla kuluttajille myös hyötyä?”, 30.3.2026, https://www.kkv.fi/blogit/kkv-blogi/voiko-vahvassa-asemassa-olevasta-kaupasta-olla-kuluttajille-myos-hyotya/.