LAUSUNTO 14.4.2026

HE 36/2026 vp

Talousvaliokunnalle

LAUSUNTO HALLITUKSEN ESITYKSESTÄ EDUSKUNNALLE LAEIKSI ELINTARVIKEMARKKINALAIN JA OIKEUDENKÄYNNISTÄ MARKKINAOIKEUDESSA ANNETUN LAIN 1 LUVUN 6 §:N JA 5 LUVUN 2 §:N MUUTTAMISESTA

Lidl Suomi Ky (myöhemmin Lidl) kiittää mahdollisuudesta lausua otsikkoasiassa. Lidl pitää hyvänä, että ruokaketjun terveyttä ja toimivuutta tarkastellaan ja uudistetaan, mutta ei valitettavasti näe käsillä olevan lakiesityksen ja sen säännösehdotuksien tukevan sen hyviä tarkoitusperiä, vaan päinvastoin.

YLEISTÄ

Lidl huomauttaa, että lakiesitys ei täytä lainsäädännöltä edellytettäviä vaatimuksia ja esimerkiksi vaikutusten arvioinnit on jätetty osin esimerkiksi päivittäistavarakaupan ja kuluttajan osalta tekemättä. Ruokaketjua uudistettaessa tulisi huomioida tasapuolisesti kaikki sen osat. Lidl ei jaa esityksen väitettä, että "*Esityksellä ei myöskään nähdä olevan negatiivisia vaikutuksia Suomen vähittäiskauppamarkkinoilla toimiviin markkina-asemaltaan pienempiin kauppaketjuihin, joilla on tuotevalikoimassaan tarjolla laajasti PL-tuotteita*" (s.39), vaan huomauttaa ehdotetuilla säännöksillä olevan huomattavia vaikutuksia Lidlin kaltaiselle toimijalle.

Lidl pitää lakiesitystä vaikeasti tulkittavana. Esitys on valmistelun edetessä tarkentunut joiltain osin, mutta edelleenkään Lidl lain kohteena olevana toimijana ei täysin ymmärrä, mitä ehdotetut säädökset tarkalleen vaatisivat Lidliltä jatkossa. Laki on monimutkainen ja epäselvä.

Lidl esittää huolensa myös sääntelyn lisääntymisestä nyt ja tulevaisuudessa. Päivittäistavarakauppa on jo olemassaan hyvin tiukan sääntelyn piirissä. Kansainvälisenä yrityksenä Lidlillä on näkymä myös Suomen rajojen ulkopuolelle ja Lidl pitää tärkeänä, että ennen kansallisia tiukennuksia seuraamme Unfair Trading Practices (UTP) direktiivin revision vaikutuksia ja implementoisimme direktiivin vaatimat muutokset kansalliseen lainsäädäntöön ennen kansallisia tiukennuksia. Lidl myös huomauttaa, että sääntelyn lisääminen ei ratkaise väitettyjä ongelmia ja niihin on mahdollisuus puuttua jo nykysääntelyn avulla.

Lidl ei myöskään tunnista luonnoksessa esitettyjä toimintatapoja, vaan enemmänkin kummastelee sitä, miksi esitys antaa kuvan, että kauppa pohjaisi toimintansa kostonhaluun ja epäreiluun toimintaan liiketoiminnallisen kannattavuuden sijasta. Lidl on huolissaan myös lain vaikutuksista hyvin toimiviin tavarantoimittajasuhteisiin ja näkee säännösehdotusten vaikeuttavan niitä. Säännökset lisäävät hallinnollista taakkaa. Lidl haluaa tukea suomalaista ruoantuotantoa ja pitää sen elinvoimaisena. Lidl muistuttaa, että hyvät ja toimivat tavarantoimittajasuhteet ovat myös Lidlin etu, sillä vain niiden avulla myös Lidl menestyy yhdessä tavarantoimittajien kanssa.

Lidlin liiketoiminta pohjaa omiin merkkeihin ja valikoimasta ¾ on omia merkkejä. Omat merkit ovat valikoiman ja viennin kulmakivi. Myös tuotekehitystä teemme vahvasti omien merkkiemme tiimoilta yhdessä tavarantoimittajiemme kanssa. Lidl pitää esityksen kohtia, joissa säännellään kaupan omia merkkejä toimintaa vaikeuttavina ja tarpeettomina.

Suomen tavoitteena on kaksinkertaistaa ruokavienti ja olemme ketjussa tunnistaneet potentiaalin nostaa Suomen ruokaviennin arvoa ja teemme paljon töitä yhdessä ruokaketjussa tämän eteen. Ehdotetuilla säännöksillä tätä tullaan vaikeuttamaan. Lidl on jo vienyt suomalaisia tuotteita yli kahteenkymmeneen eri maahan ja teemme myyntityötä suomalaiselle ruoalle tarjoamalla niitä muille Lidl-maille.

Lidl pitää esitystä kokonaisuutena varsin järeänä puuttumisena yritysten elinkeinovapauteen ja sopimusvapauteen.

PYKÄLÄKOHTAISET HUOMIOT

2 § Kaupalliset vastatoimet

Lidl esittää säännöksen poistoa.

Lidl huomauttaa, että mikäli yhteistyö toimittajan kanssa on joskus loppunut, on toimittajalle ensisijaisesti annettu mahdollisuus aina neuvotella jatkosta.

Käänteinen todistustaakka lisäisi merkittävästi yrityksen hallinnollista taakkaa ja merkitsisi Lidlille uuden järjestelmän rakentamista ja käyttöönottoa, mikä ei vain yhden maan tarkoituksia varten suuressa kansainvälisessä yrityksessä ole vaivatonta tai välttämättä edes mahdollista.

3a § Neuvottelut poikkeuksellisista olosuhteista johtuen

Lidl Suomi on vapaaehtoisesti avannut sopimuksia toimittajiensa kanssa jatkuvasti viime vuosina poikkeustilanteissa kuten kustannuskriisin alkaessa Venäjän aloitettua hyökkäyssodan Ukrainaan ja koronatilanteessa. Lisäksi esimerkiksi kesällä 2024 jauhelihapulan aikana Lidl nosti jauhelihasta maksettavaa hintaa vapaaehtoisesti taataksemme saatavuuden myymälöissämme. Poikkeustilanteissa Lidl luonnollisesti keskustelee tällaisissa tapauksissa hyvässä yhteistyöhengessä kumppaneidensa kanssa. Lidlissä ei tarvita toimenpiteitä säännöksen myötä, mutta Lidl pitää pykälää epäselvänä.

4a § Neuvotteluvoiman väärinkäyttö

Vaikka Lidl ei käytä kohtuuttomia sopimusehtoja, sen olisi määritettävä erikseen jokaisen toimittajan osalta, onko toimittaja merkittävästi heikommassa asemassa ja riippuvainen Lidlistä. Esimerkiksi tulisi selvittää, onko toimittajalla muita merkittäviä tulonlähteitä kuin Lidl. Tämä johtuu siitä, että elintarvikemarkkinalain uudet ehdot soveltuvat heikommassa tai huomattavasti heikommassa asemassa oleviin toimittajiin.

Lidl huomauttaa myös, että säännöksen sanamuoto on hyvin epämääräinen. Jos Suomen laki poikkeaa UTP direktiivistä ja muissa Euroopan maissa sovellettavista laeista, ulkomaiset ostajat voivat pitää Suomen lain sovellettavuutta liian riskialttiina ja hallinnollisesti liian raskaana ja siksi päätyvät ostamaan muilta kuin suomalaisilta toimittajilta. Sama pätee muihin suunniteltuihin elintarvikemarkkinalain lausekkeisiin.

Kuten kohdassa 3a jo mainitaan, olemme ottaneet poikkeusolosuhteet huomioon toimittajiemme kanssa ja käymme jatkuvasti avointa keskustelua, vaikka olemassa olisi voimassa oleva sopimus.

Tällaisia keskusteluja on käyty myös varsinaisten poikkeusaikojen ulkopuolella. Olemme tunnistaneet jo menneisyydessä tavarantoimittajien riippuvuutta yhteistyöstä Lidlin kanssa ja avanneet haasteellisina aikoina sopimusneuvotteluita kesken sopimuskauden. Olemme esimerkiksi elvyttäneet toimittajaa maksamalla tuotteista lisää, jotta tavarantoimittaja selvisi haasteellisista ajoista. Tuemme suomalaista tuotantoa ja haluamme pitää suomalaiset tavarantoimittajat elinvoimaisena. Liika rajoittaminen vaikuttaa merkittävästi koko Suomen markkinaan ja vähentää toimijoita elintarvikealalla. Pahimmassa tapauksessa tämä vaikuttaa negatiivisesti kaikkiin suomalaisiin kuluttajiin tuotepuutoksilla, nousevilla hinnoilla sekä vähentää mahdollisuutta ostaa suomalaisesta raaka-aineesta valmistettuja tuotteita.

4b § Kielto edellyttää tiettyjä tietoja

Lidl esittää säännöksen poistoa perusteluineen.

Pykälä on muuttunut parempaan suuntaan lainvalmistelun edetessä. Tuotantomenetelmiä koskevat tietopyynnöt voivat olla perusteltuja, mikäli toimittajalla on välttämätön tarve kyseisille tiedoille. Näin ollen sertifiointeihin ja standardivaatimuksiin tarvittavista tiedoista voitaisiin sopia sopimustasolla. Tämä kuitenkin lisää hallinnollista taakkaa, sillä myös tietopyynnöt on perusteltava huolellisesti ja niistä on sovittava kattavasti sopimuksissa.

Lidl tekee suomalaisten toimittajien puolesta usein myös vienninedistämistä tarjoamalla Suomen markkinoilla hyvin toimivia tuotteita Lidleihin muihin Euroopan maihin. Jos suomalaisilta tavarantoimittajilta ei voida enää vaatia sertifikaatteja, niiden pääsy ulkomaisille markkinoille Lidlin kautta voi estyä. Mikäli emme saa tietoja tavarantoimittajan sertifikaateista ja tuotantolaitoksen kunnosta emme voi tarjota jatkossa tuotteita ja edistää suomalaista vientiä.

Tuotteiden raaka-aineiden laatuvaatimukset sekä tuotekehitys tavarantoimittajan kanssa muuttuu myös lähes mahdottomaksi, mikäli emme voi keskustella tuotteiden laaduista avoimesti tavarantoimittajan kanssa. Tämä jarruttaa yhteistyön kehittämistä ja liiketoiminnan kasvattamista sekä suomalaisille tavarantoimittajille että Lidlille suomessa.

4c § Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kielto

Lidl esittää säännöksen poistoa perusteluineen.

Kaupan omat merkit lisäävät kilpailua ja laskevat hintoja. Ne ovat myös kuluttajahinnoiltaan edullisimpia ja näin ollen monelle kuluttajalle keino syödä hyvin ja terveellisesti. Esitys voi vähentää tätä kilpailua ja koitua näin kuluttajien vahingoksi.

Esityksessä mainitaan edelleen esimerkkeinä omia tuotemerkkejä suosivista käytännöistä hyllytila ja tuotteiden esillepanot. On kuitenkin epäselvää, mitä tämä käytännössä tarkoittaa. Jos omien tuotemerkkien edistämiskielto johtaisi velvollisuuteen noudattaa ennalta määriteltyjä tuotesijoitteluja, tämä voisi aiheuttaa muutoksia myymälöiden pohjaratkaisuihin ja kalusteisiin.

Nykyisin myymäläsuunnittelu toteutetaan mahdollisimman asiakaslähtöisesti, mutta samalla pyritään optimoimaan myymälätoiminnot tehokkuuden varmistamiseksi. Lain edellyttämät muutokset voisivat pahimmassa tapauksessa johtaa erittäin merkittäviin kustannuksiin, sillä muutoksia jouduttaisiin tekemään lähes kaikkien 210 myymälämme pohjaratkaisuihin ja kalustukseen. Kustannukset nousisivat miljooniin euroihin. Lidlin konsepti perustuu kuratoituun noin 3000 tuotteen valikoimaan, eikä valikoimassa ole välttämättä tilaa usealle tuotteelle samassa kategoriassa. Usein on valittava vain yksi tuote. Mikäli suomalaisten oman merkin tuotteiden myyntiä rajoitetaan saattaa tuotteiden osto siirtyä ulkomaisiin toimittajiin ja ulkomaiseen raaka-aineeseen.

Lidl huomauttaa, että se ei neuvottele suoraan raaka-ainetuottajien kanssa vaan tavarantoimittajien. Tuottajat saavat saman korvauksen tavarantoimittajalta meidän näkökulmastamme oli sitten kyseessä oman merkin tuote tai brändituote. Tavarantoimittajan ja tuottajan välisiin sopimuksiin Lidl ei luonnollisesti voi ottaa kantaa.

Lidl on huolissaan myös siitä, mahdollistaako pykälä jopa hintasääntelyn, joka olisi täysin elinkeinovapauden ja EU-oikeuden vastaista. Hinnat määräytyvät vapailla markkinoilla vapaasti.

Kuten edellä on mainittu, Lidlin liiketoimintamalli perustuu omiin merkkeihin ja valikoimasta ¾ on omia merkkejä. Esityksessä jää täysin auki, mitä ”oman merkin suosiminen” tarkoittaisi Lidlin liiketoimintamallille. Mikäli tarkoitus on parantaa alkutuottajan asemaa, niin Lidl ei ymmärrä, millä tavalla kilpailun mahdollinen vähentyminen kaupan alalla auttaa asiaa, kun pienemmät ja oman merkin tuotteisiin nojaavat yritykset laitetaan entistä ahtaammalle.

LOPUKSI

Edellä esitetyn lisäksi Lidl yhtyy Päivittäistavarakauppa ry:n lausuntoon aiheesta. Lidl vastaa mielellään lisäkysymyksiin.

Kunnioittavasti,
Lidl Suomi Ky