HE 36/2026 vp Hallituksen esitys elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain muuttamisesta

Eduskunnan talousvaliokunta 14.4.2026

Tutkimuspäällikkö Milla Määttä

KKV:n kanta tiivistettynä

- KKV pitää kannatettavana tavoitetta edistää markkinoiden toimivuutta parantamalla elintarvikeketjun heikomman osapuolen suojaa.

- KKV tukee erityisesti alkutuottajien ja elintarvikeketjun muiden pienten toimijoiden suojelemiseen tähtääviä toimia, joilla pyritään puuttumaan kohtuuttomiin sopimusehtoihin ja joilla voidaan edistää hintakilpailua kuluttajien hyväksi.

- KKV vastustaa hallituksen esittämää uutta säännöstä ostajan oman tuotemerkin suosimisesta. KKV:n tutkimustietoon perustuva johtopäätös on, että kaupan omiin merkkeihin kohdistuva sääntely voi johtaa kuluttajien aseman heikkenemiseen. Ehdotettuun sääntelyyn liittyy myös riski ketjun pienempien toimijoiden aseman heikentymisestä.

Kaupallisten kostotoimien kieltoa koskeva kosto-olettama (2 e § 2 ja 3 mom)

- Muutos voisi jossain määrin madaltaa tavarantoimittajien kynnystä hakea suojaa oikeuksilleen paitsi elintarvikemarkkinalain myös esim. kilpailulain soveltamisalaan kuuluvissa asioissa.
  - Muutos kannustaisi nykyistä voimakkaammin ostajia varmistamaan, että oikeussuojaa hakeneen tai viranomaisen kanssa yhteistyötä tehneen tavarantoimittajan tuotteiden valikoimasta poistamiselle, tilausmäärien vähentämiselle tai esim. markkinoinnin lopettamiselle on hyväksyttävä ja todennettavissa oleva peruste.

- Lisäyksen ostajien hallinnollisessa taakassa voitaneen arvioida olevan maltillinen.

Kielto edellyttää tiettyjä tietoja (4 b §)

- Säännöksellä voitaisiin ehkäistä ennalta tarpeettomia tietopyyntöjä, jotka koskevat esim. ostajan omien tuotemerkkien alla myytävien tuotteiden reseptiikkaa ja tuotantotapoja tai tällaisia tuotteita valmistavan tavarantoimittajan kustannusrakennetta.

- Säännös suojaisi tavarantoimittajia aiempaa tehokkaammin myös tilanteilta, joissa ostaja käyttää vaatimiaan tietoja hyväksi ilmoittamastaan hyväksyttävästä käyttötarkoituksesta poiketen esim. tavarantoimittajan valmistamaa tuotetta imitoivan tuotteen markkinoille tuomiseksi.

Neuvottelut poikkeuksellisten olosuhteiden johdosta (3 a §)

- Esityksessä tarkoitetuissa tilanteissa neuvotteluissa tavoiteltaneen tyypillisesti muutosta erityisesti sopimuksen hinnoittelua koskeviin ehtoihin. Säännös ei kuitenkaan itsessään takaa, että neuvottelut johtavat sopimuksen muuttamiseen tai hinnankorotukseen.
  - Kohtuuttomia sopimusehtoja koskevia yrittäjänsuojalain säännöksiä ja uutta yleislauseketta (4 a §) ei voida soveltaa hinnan määrää koskevaan ehtoon yksittäisessä sopimussuhteessa.

- Elintarvikemarkkinavaltuutetun avustaessa osapuolia säännöksessä tarkoitetuissa neuvotteluissa valtuutetun toimiston ei tulisi toimia neuvotteluissa hintasääntelijänä. Viranomaisen roolina ei voi olla tuotteiden hintojen määrääminen.

- Esityksessä tarkoitetut poikkeukselliset olosuhdemuutokset voivat koskea laajaa tavarantoimittajajoukkoa → Vaikutusten osalta otettava huomioon mahdollisuus neuvottelujen viivästymiseen ja valtuutetulle tehtyjen yhteydenottojen kertautumiseen sekä ostajille aiheutuvat transaktiokustannukset.

Neuvotteluvoiman väärinkäyttö (4 a §)

- Säännös korostaisi vahvojen ostajien velvollisuutta varmistua ennakollisesti siitä, ettei sopimus heikennä kohtuuttomalla tavalla tavarantoimittajien toimintaedellytyksiä tai siirrä liikesuhteeseen liittyviä riskejä yksin jo valmiiksi heikommassa neuvotteluasemassa olevien tavarantoimittajien kannettavaksi → Hyötyjinä ennen kaikkea ketjun kaikista heikoimmat toimijat.

- Säännös täydentäisi nykyistä kohtuuttomia sopimusehtoja ja -käytäntöjä koskevaa sääntelyä myös suhteessa kilpailulainsäädäntöön.

- Säännös mahdollistaisi tehokkaan puuttumisen myös markkinoilla mahdollisesti ilmeneviin ongelmiin, jotka koskevat kaupan omiin merkkeihin kytkeytyviä sopimusehtoja ja käytäntöjä.
  - Säännös suojaisi tavarantoimittajia, jotka toimivat kaupan omien tuotemerkkien alla myytävien tuotteiden valmistajina, mutta myös sellaisia tavarantoimittajia, joiden myymät tuotteet kilpailevat kaupan omien tuotemerkkien alla myytävien tuotteiden kanssa.

- Elintarvikeketjussa on kuitenkin myös sopimussuhteita, joissa ostaja voi olla merkittävästi heikommassa asemassa kuin tavarantoimittaja. Säännös ei suojaa tällaisia ostajia kohtuuttomilta sopimusehdoilta tai kauppatavoilta, joten KKV esittää, että tarvetta yleislausekkeen soveltamisalan laajentamiselle selvitettäisiin elintarvikemarkkinalain jatkokehittämisen yhteydessä.

Ostajan omat tuotemerkit (4 c § 1 ja 2 mom)

Hallituksen esittämää uutta säännöstä ostajan oman tuotemerkin suosimisesta ei tulisi hyväksyä. Säännös on sisällöllisesti epäselvä, eikä sitä voida pitää tarpeellisena. Säännöksen vaikutuksia ei ole kyetty arvioimaan riittävän huolellisesti ja tutkittuun tietoon perustuen.

- Voimassa oleva sääntely ja uusi 4 a § mahdollistavat tehokkaan puuttumisen säännöksen perusteluissa kuvailtuihin tilanteisiin. Ehdotetun säännöksen tehokas valvonta olisi käytännössä mahdotonta.

- Kaupan omiin merkkeihin kohdistuva sääntely voi johtaa kuluttajien aseman heikkenemiseen.
  - Kaupan omat tuotemerkit parantavat kaupan asemaa tukkuhintaneuvotteluissa ja voivat näin laskea brändituotteista maksettavia tukkuhintoja. Edullisemmista tukkuhinnoista hyötyvät myös kuluttajat, sillä kaupan kannattaa myyntimääriä kasvattaakseen välittää osa saavuttamastaan hinnanalennuksesta suoraan tuotteen kuluttajahintaan.
  - Pitkällä aikavälillä kaupan omat merkit hyödyttävät kuluttajia laajempana valikoimana ja tuotteiden parempana hinta-laatusuhteena (KKV 2026).
  - Esim. Lihateollisuus on kyennyt toimimaan lähes yhtä kannattavasti sekä kaupan omien tuotemerkkien että brändituotteiden markkinoilla. Lihateollisuuden suhteellinen neuvotteluvoima vaikuttaa jopa kasvaneen (KKV 2026).

- Säännöksellä ei voida parantaa sellaisten alkutuottajien ja teollisuusyritysten asemaa, joiden tuotteet eivät kilpaile ostajan omien tuotemerkkien kanssa tai jotka ovat keskittyneet liiketoiminnassaan toimittamaan ostajille tuotteita myytäväksi ostajien omien tuotemerkkien alla. Ehdotukseen liittyy riski ketjun pienimpien toimijoiden aseman heikentymisestä.

Ostajan omat tuotemerkit (4 c § 3 mom)

- Ostojen "sitomista" koskevan säännöksen tulisi lähtökohtaisesti soveltua tilanteisiin, joissa ostaja käyttää vahvempaa neuvotteluasemaansa hyväkseen painostaakseen kohtuuttomalla tavalla tavarantoimittajaa sitoutumaan ostajan omalla tuotemerkillä merkittävien tuotteiden myyntiin tai valmistamiseen (esim. ostaja tarjoamilla ehdoilla ainoastaan "niputettu" kauppa olisi tavarantoimittajalle kannattavaa).

- Tavarantoimittajien tulisi siis voida jatkossakin vapaaehtoisesti ja omasta aloitteestaan toimittaa ostajille samanaikaisesti sekä brändituotteita että ostajan omalla tuotemerkin alla myytäviä tuotteita.

- Esityksessä todetaan, että ostaja "*ei saisi kohdistaa tavarantoimittajaan kaupallisia kostotoimia, jos tavarantoimittaja ei myy ostajalle tuotteita ostajan PL-tuotteen valmistusta varten tai myytäväksi suoraan ostajan PL-merkillä varustettuna tuotteena*" ja että tällaisiin "*kostotoimenpiteisiin sovellettaisiin elintarvikemarkkinalain jo voimassa olevaa 2 e §:ää*". → Jää epäselväksi, kuinka 2 e § voisi soveltua, ellei kyse ole tilanteesta, jossa tavarantoimittaja on samassa yhteydessä käyttänyt lakisääteisiä tai sopimusperusteisia oikeuksiaan.

Kiitos!

Määttä Milla (KKV)
+358 295 053 714
milla.maatta@kkv.fi

Lintulahdenkuja 2, 00530 Helsinki

Kilpailu- ja kuluttajavirasto