Maa- ja metsätalousvaliokunta **20.4.2026**

Asia: HE 36/2026 vp Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain 1 luvun 6 §:n ja 5 luvun 2 §:n muuttamisesta

Pro Luomu ry kiittää mahdollisuudesta lausua elintarvikemarkkinalain muuttamisesta.

Pro Luomu pitää lain tavoitteita hyvinä ja tavoittelemisen arvoisina. Pidämme ensiarvoisen tärkeänä, että kaupankäynti on reilua koko arvoketjussa ja että myös elintarvikeyritysten omilla luomubrändeillä on aidot edellytykset menestyä.

Pro Luomu ei ole edunvalvontajärjestö siinä mielessä, että ajaisimme yksittäisten toimijaryhmien etuja. Yleisluonteisen roolimme vuoksi meillä ei myöskään ole käytettävissämme julkista tietoa laajempaa näkymää arvoketjussa mahdollisesti esiintyviin väärinkäytöksiin. Tämän vuoksi meidän on vaikea arvioida lain vaikuttavuutta mahdollisten ongelmien ratkaisemisessa. Odotammekin, että viranomaiset ja päättäjät seuraavat tarkasti lain vaikutuksia koko ketjun toimintaan ja kaikkiin sen osapuoliin.

Pro Luomu antoi joulukuussa lausunnon maa- ja metsätalousministeriölle elintarvikemarkkinalain kohdasta, joka rajoittaa kaupan mahdollisuuksia pyytää tietoa tuotteiden tuotantotavasta (4 b §). Huolemme kohdistuivat erityisesti siihen, että sääntely voisi heikentää ympäristövastuullisten tuotantotapojen edistämistä, ja lisäksi luomu oli mainittu epärelevantissa kohdassa. Kyseistä kohtaa on lausuntopalautteen jälkeen muokattu, ja pidämme nykyistä muotoilua onnistuneempana kuin aiempaa kestävien tuotantotapojen edistämisen näkökulmasta.

Elintarvikemarkkinalain uudistamisen yhteydessä on käyty vilkasta julkista keskustelua kaupan omista merkeistä (private label). Luomumarkkinassa kaupan omilla merkeillä on erityisen suuri rooli. Kaikilla kolmella suurimmalla kaupan ketjulla on oma luomun *private label* -sarjansa (K-ryhmä: Pirkka Luomu, S-ryhmä: Änglamark, Lidl: Bio Organic), ja lisäksi luomutuotteita sisältyy runsaasti myös muihin kaupan omiin merkkeihin.

On todennäköistä, että omien merkkien osuus luomumarkkinassa on suurempi kuin päivittäistavaramarkkinassa keskimäärin, jossa niiden osuus jää alle 25 prosentin. Tarkkaa luomua koskevaa markkinadataa kaupan omista merkeistä ei kuitenkaan ole julkisesti saatavilla. Voidaan kuitenkin sanoa, että Suomen päivittäistavarakaupassa kaupan omien merkkien tuotteet ovat parantaneet luomutuotteiden näkyvyyttä ja saatavuutta.

Lisäksi suomalaisilla on vahva mielikuva luomusta kalliina vaihtoehtona. Kuluttajatutkimuksen (Kantar Agri 2026) mukaan lähes 70 % suomalaisista kertoo, että korkea hinta tai raha on heille luomutuotteiden oston este. Kaupan omat merkit voivat osaltaan madaltaa kynnystä valita luomutuote.

Ystävällisesti,

Aura Lamminparras
Pro Luomu ry:n toiminnanjohtaja
aura.lamminparras@proluomu.fi
p. 040-5568097

Pro Luomu ry on luomualan yhteistyöjärjestö. Vahvistamme luomuarvoketjun toimijoiden kasvua ja kilpailukykyä, edistämme luomun tunnettuutta sekä tuotamme tietoa markkinoista ja kulutuksesta. Edistämme myös julkisia luomutavoitteita ja vaikutamme lainsäädännön kehitykseen.

Jäsenistöömme kuuluu noin 60 organisaatiota alkutuotannosta kauppaan ja lisäksi toiminnassamme on mukana lähes 2000 ammattikeittiötä *Portaat luomuun* -ohjelman kautta. Jäseniämme ovat muun muassa MTK, Luomuliitto, Apetit, Tamminen, Dava Foods Finland, Valio, SOK ja Kesko.