

Asia: VN/32853/2024

Lausuntopyyntö luonnoksesta hallituksen esitykseksi eduskunnalle laeiksi elintarvikemarkkinalain ja oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain 1 luvun 6 §:n ja 5 luvun 2 §:n muuttamisesta

Lausunnonantajan lausunto

1. Lausunnonantajan yleiset huomiot koko esityksestä

Lidl Suomi (jäljempänä "Lidl") kiittää mahdollisuudesta lausua esityksestä ja näkee, että hallituksen esityksen mukaiset säännökset tulisivat vaikuttamaan erityisen haitallisesti Lidlin liiketoimintaan ja vaikutus tulee ulottumaan myös Lidlin toimittajiin ja viime kädessä myös Lidlin asiakkaisiin eli suomalaisen kuluttajaan. Lidl kokee itsensä Suomen päivittäistavarakaupan haastajaksi, kun alaa hallitsevat kaksi suurta määräävässä markkina-asemassa olevaa päivittäistavarakaupan toimijaa. Lidl on tuonut Suomen markkinoille uuden tavan ajatella kaupan omia tuotemerkkejä yli kaksikymmentä vuotta sitten ja sen myötä kilpailu on lisääntynyt kuluttajalle edullisella tavalla. Lidl on tarjonnut suomalaisille kuluttajille edullisemman, mutta laadukkaan vaihtoehdon. Lidlillä omat tuotemerkit ovat liiketoiminnan ytimessä ja niistä koostuu myös valtaosa (75 %) Lidlin myymälöiden valikoimasta. Omat merkit ovat myös Lidlin kautta tapahtuvan ruokaviennin kulmakivi. Lidl pelkää, että lainsäädäntö, joka kiristää Suomen lainsäädäntöä merkittävästi suhteessa EU:n lainsäädäntöön sekä muiden EU-maiden omaan lainsäädäntöön, tulisi myös vaikuttamaan pieniin ja keskisuuriin suomalaisiin Lidlin omien tuotemerkkien tavarantoimittajiin, esimerkiksi huonontamalla näiden vientimahdollisuuksia kansainvälisille markkinoille.

Lidl näkee tavarantoimittajat tärkeinä yhteistyökumppaneina, joiden vientiä se haluaa edistää kansainvälisille markkinoille. Suuremmat ns. brändi-tavarantoimittajat eivät tällaista vetoapua kaipaa. 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 näkemyksen mukaisesti hallituksen esitys johtaisi tilanteeseen, jossa suositaan elintarvikkeita valmistavia yrityksiä yrityksen koosta riippumatta. Lidl yhtyy esityksen tavoitteeseen, että pientuottajien ja alkutuottajien asemaa ja tilannetta on tarpeen vahvistaa, mutta ei näe, että suunniteltu lainsäädäntö edistäisi pientuottajien tai alkutuottajien asemaa. Elintarvikemarkkinalain muuttaminen jälleen (jo kuudetta kertaa vuoden 2019 jälkeen) itseasiassa voi aiheuttaa juurikin pienille toimittajille haittaa ja esteitä sekä lisätä välillisesti näiden hallinnointitaakkaa. (Tästä tarkemmin huomioissa §2e kaupalliset kostotoimet).

Lidl ei tunnista toimintatapoja, joita hallituksen esityksellä pyritään estämään. Lidl pitää toimintatapojaan reiluin ja myös lähtökohtana hyvälle kummankin sopimuskumppanin liiketoiminnalle.

Erityisenä huolena Lidl pitää suunnitellussa lainsäädännössä sitä, että se pienempänä toimijana Suomessa, joutuisi ehdotetun lain myötä samankaltaisten säännösten piiriin, kuin mitä määräävässä markkina-asemassa olevat yhtiöt joutuvat noudattamaan. Lidlillä ei ole sellaista neuvotteluvoimaa ostomarkkinalla, että se pystyisi toimimaan siten, kuten esityksessä päivittäistavarakaupan oletetaan toimivan.

Lidl näkee myös, että asiakkaan tulisi saada tehdä omat päätöksensä siitä, minkä tuotteen se valitsee riippumatta siitä, onko kyseessä teollisuuden merkki vai kaupan oma merkki. Lidl pyrkii ensikädessä aina palvelemaan asiakasta mahdollisimman tehokkaasti.

Elintarvikemarkkinalakia on muutettu viimeisten vuosien aikana useaan otteeseen, johtaen siihen, että jo tällä hetkelläkin meillä on Suomessa muiden EU-maiden lainsäädännöstä ja UTP-direktiivistä tiukkuudessaan poikkeava elintarvikemarkkinalainsäädäntö. Tämänhetkinen voimassa oleva lainsäädäntö, kuten esimerkiksi kilpailulaki ja elintarvikemarkkinalaki, antavat viranomaiselle varsin hyvät edellytykset valvoa ja puuttua väärinkäytöksiin, jos niitä tavarantoimittajia kohtaan todellisuudessa havaitaan ja jos niistä tehdään ilmoituksia. Ilmoituksen voi tehdä myös anonyymisti.

2. Huomiot esityksen vaikutuksista

Elintarvikeketjuun kajoaminen hyvin epätarkalla ja paljon tulkinnanvaraan jättävällä lainsäädännöllä, joka tulee kuitenkin väistämättä vaikuttamaan liikesuhteisiin laajemmin kuin Suomen tasolla, on Lidlin näkemyksen mukaan erittäin riskialtista elintarvikeketjun eri toimijoille, erityisesti kun hallituksen esitys on laadittu ilman huolellista vaikutusten arviointia.

Lidl ei jaa hallituksen esityksen näkemystä (HE s. 36), että vähittäiskaupalle ei syntynyt esityksestä merkittäviä vaikutuksia ja ihmettelee, että kauppaa koskevan sääntelyn lisääntyminen ja strategisen vapauden väheneminen kuitataan muutamalla lauseella. Lidl pitää tällaista hyvin ylimalkaista arviota täysin riittämättömänä lainsäädännölle.

Vaikutukset tulevat olemaan Lidlin näkemykseen mukaisesti laajat ja myös ennalta-arvaamattomat. Päivittäistavarakauppa on valtionrajoja ylittävää ja Lidl osana kansainvälistä päivittäistavarayritysryhmää arvioi, että lainsäädäntö tulisi vaikuttamaan voimakkaasti. Hallituksen esityksestä saa vaikutelman, että siinä pyritään ainoastaan suojelemaan elintarvikeketjussa epätasapuolisesti vain yhtä jakeluketjun porrasta. Vaikutukset voivat olla silloin arvaamattomat ja kohdistuvat laajemmin eri tahoihin, ennalta-arvaamattomilla tavoilla.

Onko arvioitu, miten suunniteltu lainsäädäntö vaikuttaisi perusteluidenkin mukaan ”erittäin keskittyneille päivittäistavarakaupan markkinoille”? Lainsäädäntö lähtee olettamuksesta, että päivittäistavarakaupan markkinalla on lähes ainoastaan suuria toimijoita, joilla on merkittävä neuvotteluvoima ostomarkkinoilla ja on laatinut esityksen sen mukaisesti koko päivittäistavarakauppa-portaalle. Syntyykö riski, että siitä muodostuu markkinoille tulon este entuudestaan vähälukuisten toimijoiden joukkoon? Lidlin näkemyksen mukaisesti elintarvikeketjun toimivuus ja myös sen varmuus kriisitilanteessa tarvitsee erikokoisia toimijoita sen eri portaille. Yhden portaan voimakas suosiminen toisten kustannuksella tuskin tuo haluttua lopputulosta koko ketjulle.

Yhtiön hallinnollinen taakka tulisi kasvamaan huomattavasti. Yhtiön hallinnollisen taakan kasvaminen ja mahdolliset järjestelmähankinnat vaikutukset näkyisivät mitä suurimmalla todennäköisyydellä myös kuluttajahinnoissa, vaikka Lidl pyrkii aina mahdollisuuksien mukaan aina tarjoamaan mahdollisimman edulliset hinnat kuluttajalle.

3. Huomiot luvusta suhde perustuslakiin ja säätämisjärjestys

Lidl kokee hallituksen esityksen puuttuvan sen liiketoiminnallisiin päätöksiin ja suoranaisesti sen ydinliiketoimintaan (hinnoittelu, valikoimat, sopimusehdot, myymälöiden sisustukset, sijoittelut). Eli sääntely tulisi puuttumaan yhtiön perusoikeuksiin harjoittaa vapaasti elinkeinotoimintaa ja omaisuudensuojaan.

Hallituksen esityksessä mainitaan, että PL 15 § omaisuudensuojaa ja PL 18 § elinkeinovapautta koskevat rajoitukset ovat ”oikeasuhtaisia ja välttämättömiä”. Punninta on esityksessä kuitenkin melko suppeaa.

Esityksessä väitetään esimerkiksi, että siinä ”ei ehdoteta elintarvikkeiden kaupassa käytettävien toimintamallien kieltämistä, vaan maataloustuottajien, elintarviketeollisuuden taikka sopimussuhteen heikomman osapuolen kannalta kohtuuttomaksi muodostuneiden sopimusehtojen sääntelyä”.

Tämä kuulostaa ristiriitaiselta, sillä perustelut viittaavat siihen, millaisina kaupan ydintoimintamallit nähdään ja siten lainsäädäntöä sovellettaessa, jos nojattaisiin perusteluihin, puututtaisiin kaupan toimintamalleihin perustavanlaatuisesti.

”Sopimussuhteen heikomman osapuolen kannalta kohtuuttomaksi muodostuneiden sopimusehtojen sääntely” ei ole edes tarpeellista, sillä tällä hetkelläkin pätevät lait. Siten ehdotetut elintarvikemarkkinalain säännökset eivät ole edes välttämättömiä.

Erittäin ongelmallisena nähdään ehdotettujen kohtien laajuus ja epätasällisyys. Lidlin näkemyksen mukaan ne eivät täytä ehtoja perustuslaillisten oikeuksien rajoituksille, sillä rajoitusten on oltava tasällisiä ja tarkkarajaisia (PeVL 31/2025, 28/2012) sekä välttämättömiä ja suhteellisia.

4. Muut huomiot perusteluista

Lidl ihmettelee, että perusteluissa ei ole lainkaan otettu päivittäistavarakaupan toimijoiden eikä myöskään Lidlin arvioita vaikutuksista huomioon. Lidl on pyrkinyt antamaan tietoa lainvalmistelijoille, Lidl on osallistunut kuulemisiin keskustellut lain valmistelun ohjausryhmän eri osapuolien kanssa mutta myös poliittisten vaikuttajien kanssa. Sen lisäksi Lidl on osallistunut Päivittäistavara-kauppayhdistyksen kautta, jotta kaupan alan näkökulmaa lainvalmistelussa ymmärrettäisi paremmin. Perusteluissa ei ole otettu lainkaan näitä näkökohtia huomioon. Perusteluissa vaikutukset kaupalle on esitelty kahdessa lyhyessä kappaleessa sivulla 36.

Lidl ei puolla esimerkiksi lainkaan perusteluissa esitettyä näkemystä päivittäistavarakaupan pienemmistä toimijoista (s.36), että lailla ”ei tulisi olemaan negatiivisia vaikutuksia pienempiin toimijoihin, joilla on tarjolla laajalti PL-tuotteita”. Haluaisimme kuulla, mihin tämä ylimalkainen arvio perustuu.

Lidl painottaa, että vaikutukset tulisivat olemaan yhtiölle mittavat, varsinkin kun sen liiketoiminta perustuu suurimmilta osin sen omiin tuotemerkkeihin. Huomioiden esityksen kohtien laajuus ja epätasällisyys sekä perustelujen puuttuminen keskeisiin liiketoiminnallisiin päätöksiin, kuten hinnoittelu, tuotteiden asettelu, tuotteiden ulkoasu/pakkaukset, aiheuttavat kohtuutonta epävarmuutta lain soveltamisesta. Yhtiölle ei jäisi oikeudellisesti epävarmassa tilanteessa muuta mahdollisuutta kuin ryhtyä varmistamaan oikeudellista asemaansa, joka voi pahimmillaan johtaa häiriöihin yhtiön liiketoiminnassa mutta vähintäänkin hallinnollisen taakan huomattavaan lisääntymiseen ja mittaviin kuluihin.

Siksi yhtiö pyytääkin selvitystä esimerkiksi seuraavista hallituksen esityksen perusteluiden seuraavista seikoista:

Omia merkkejä koskeva hinnoittelu verrattuna ns. brändituotteiden hinnoitteluun mainitaan perusteluissa useassa kohdassa:

Voidaanko tästä tehdä sellainen johtopäätös, että päivittäistavarakaupan hinnoittelua jälleenmyyjänä voitaisiin rajoittaa suunnitellulla lainsäädännöllä? Viittaukset hinnoitteluun, jotka johtavat määrehinnoitteluun ja hinnoista sopimiseen tulisi poistaa EU- ja kilpailuoikeuden vastaisina.

Hallituksen esitys mainitsee tuotteiden esillepanon ja hyllytilan toistuvasti esimerkkinä

Miten tätä pitäisi tulkita? Hyllytilaa ja asettelua tehdään nimenomaisesti siten, että se palvelee asiakastamme eli Suomessa asuvaa kuluttajaa mutta tällä on keskeinen merkitys myös myymälöiden toiminnalle ja tehokkuudelle.

Lidl hämmästelee, että perusteluissa annetaan ymmärtää, että hyllysijoittelulla pyrittäisiin suosimaan omamerkkituotteita. Lidl tarjoaa asiakkailleen tuotteita, joita asiakas haluaa ostaa. Mikäli kuluttaja haluaa ostaa myymälästäme brändituotteen, haluamme toki sijoittaa sen siten, että asiakas sen helposti löytää. Muutoin yhtiölle ei olisi kannattavaa jälleenmyydä kyseistä tuotetta. Lidlin hyllytila ja sijoittelu on hyvin tarkkaan harkittua. Lidlin myymälät ovat kooltaan pienempiä kuin hypermarketit, ja Lidlissä tuotteiden sijoittelut ja asettelut mietitään sentin tarkkuudella.

Haluaisimme siten lisäselvitystä siitä, mitä tarkoitetaan konkreettisesti syrjivällä asettelulla ja hyllysijoittelulla, ja mitkä ovat esimerkkejä siitä, mitä perusteluiden viittauksella käytännössä tarkoitetaan? Asia on keskeinen yhtiön liiketoiminnan kannalta.

Omia merkkejä koskevassa kohdassa (s. 33) todetaan nykyllä lainsäädännön riittämättömyys puuttua immateriaalioikeuksien rikkomuksiin:

Onko suunnitellulla lainsäädännöllä tarkoitus ruveta puuttumaan toimijoiden immateriaalioikeudelliseen suojaan? Elintarvikeketjun toimijoiden on pystyttävä luottamaan liiketoiminnassaan immateriaalioikeuksia koskevaan lainsäädäntöön. Lidlin näkemyksen mukaan kyseiset viittaukset ja väitteet tulisi poistaa hallituksen esityksestä sen aiheuttaman oikeudellisen epävarmuuden vuoksi.

5. Huomiot 1 §:stä Soveltamisala säännöskohtaisine perusteluineen

Kohdan tarkoituksen on ollut selventää soveltamisalaa, mikäli sinänsä on periaatteessa järkevää tulkintaepäselvyyksien myötä.

Valitettavasti soveltamisalan määrittely johtaa tiettyjä elintarvikejakeluketjun portaita suosivaan sääntelyyn. Esimerkiksi se tuo osittain suurten kansainvälisten elintarvikeyritysten Suomen tytäryhtiöt lain antaman suojan piiriin, samoin suurten elintarvikeyritysten pienemmät tytäryhtiöt. Laki siis suosii elintarviketeollisuutta ja sen isompiakin toimijoita päivittäistavarakaupan kustannuksella.

Lain tarkoituksena on ollut pientuottajien ja alkutuottajan suojeleminen epäreiluilta käytännöiltä mutta tosiasiaassa se tulee suosimaan elintarviketuottajia esimerkiksi jakeluketjun pienempien päivittäistavaratoimijoiden kustannuksella.

6. Huomiot 1 a §:stä Säännökset, joita sovelletaan riippumatta muutoin sovellettavasti laista säännöskohtaisine perusteluineen

-

7. Huomiot 1 b §:stä Lain tarkoitus säännöskohtaisine perusteluineen

-

8. Huomiot 2 §:stä Määritelmät säännöskohtaisine perusteluineen

Omaa merkkiä ei ole kohdassa määritelty, joka lisää ehdotetun lain epäselvyyttä ja epävarmuutta sen tulkinnasta.

9. Huomiot 2 e §:stä Kaupalliset kostotoimet säännöskohtaisine perusteluineen

Lidl esittää säännöksen poistoa. Kostotoimenpiteet kuulostavat Lidlissä hyvin vierailta. Lidl näkee sen toimittajat erittäin tärkeinä yhteistyökumppaneina, ovatpa ne sitten omamerkkitoimittajia tai ns. brändituotteiden tavarantoimittajia. Lidl toki noudattaa sopimuksia ja edellyttää myös sen kumppaneiden näin tekevän. Liiketoiminnallisia päätöksiä pitäisi markkinataloudessa pystyä myös tekemään ilman, että joutuisi todistamaan, että kaupallinen päätös ei ole kostotoimi.

Valikoimapäätöksiä tehdään tuote- ja tavarantoimittajakohtaisesti. Hallituksen esitysluonnoksessa kirjattu toteamus siitä, että kosto-olettaman voi kumota, mikäli toimi koskee laajempaa joukkoa tavarantoimittajia. Kun liiketoiminnallinen päätös tehdään koskien tiettyä tavarantoimittajan tuotetta: esimerkiksi sen valikoimaan ottamista, sen hinnoittelua, sen ostomäärää tai valikoimasta poistoa. Periaatteellisesti tällainen sääntely puuttuisi siihen, miten elintarvikekauppa rakentaa kannattavaa liiketoimintaa.

Tämän kaltaiset virheelliset johtopäätökset ja käsitykset voitaisi välttää, jos elintarvikeketjun toimijoita kuultaisi ja yritettäisi ymmärtää lainsäädäntöhankkeessa tasapuolisesti.

Määräävässä markkina-asemassa oleva kaupparyhmä ei saa nyky-lainsäädännön valossakaan käyttää kilpailua heikentäviä toimintatapoja, ja viranomaiset voisivat jo nykyvaltuuksillaan lähteä selvittämään kauppatapoja, mikäli konkreettinen epäily kostotoimista esiintyisi.

Lidl näkee, että tämäkin kohta tuo sille määräävässä markkina-asemassa toimivalle yhtiölle sovellettavan kaltaisen sääntelyn, vaikka sillä ei ole määräävää markkina-asemaa, eikä siten omaa myöskään samanlaista neuvotteluvoimaa. Täten Lidl näkee, että sääntely olisi loukkaisi sen perusoikeutta elinkeinotoimintaan.

Käänteinen todistustaakka lisäisi merkittävästi yrityksen hallinnollista taakkaa. Dokumentaatiovelvollisuudet lisääntyisivät ja vaikutus tulisi olemaan lain tarkoitukselle epähyödyllinen. Dokumentaatiovelvollisuudet tulisivat väistämättä lisääntymään ja toisivat myös välillisesti tavarantoimittajille myös hallinnollista taakkaa, sillä ostaja joutuisi varmistelemaan, että se ei nimenomaisesti joutuisi epäilyksi kustotoimesta ja valmistautuu todistamaan, että päätös on ollut liiketoimintalähtöinen. Tällaiset hallinnolliset ja todistusten varmistamiseen liittyvät toimenpiteet rasittaisivat toimittajia, sillä kaupan ja tavarantoimittajien välistä sopimusdokumentaatiota olisi esimerkiksi välttämätön tarkentaa ja lisätä.

Arviomme mukaan jouduttaisiin käyttämään moninkertaisesti aikaa dokumentointiin. Lisäksi tätä varten olisi kehitettävä ja otettava käyttöön järjestelmä, sillä vaikka tällä hetkellä on suuri määrä dokumentaatiota säilytettävänä erilaisten lakisääteiden ja kirjanpitovelvoitteiden mukaisesti, käänteisen todistustaakan soveltamiseksi olisi varmistettava, että kaikki todistelutarkoituksiin käytettävä dokumentaatio olisi saatavilla tietyssä järjestelmässä ennalta määritellyn ajan. Myös uusia työkaluja ja järjestelmiä olisi otettava käyttöön esimerkiksi keskustelujen ja puheluiden tallentamiseen. Erikoisjärjestelmän kehittäminen suuressa kansainvälisessä yritysryhmässä pelkästään suomalaisen lainsäädännön takia on ylipäänsä ongelmallista.

10. Huomiot 3 a §:stä Neuvottelut poikkeuksellisten olosuhteiden johdosta säännöskohtaisine perusteluineen

Lidl avaa poikkeuksellisissa olosuhteissa neuvottelut sen yhteistyötahojen kanssa. Poikkeustilanteissa Lidl luonnollisesti keskustelee tällaisissa tapauksissa hyvässä yhteistyöhengessä kumppaneidensa kanssa. Sinänsä kohdan noudattaminen ei muuttaisi Lidlin toimintatapaa, eikä Lidlillä ole tähän muuta lausuttavaa.

11. Huomiot 4 a §:stä Neuvotteluvoiman väärinkäyttö säännöskohtaisine perusteluineen

Lidl ei käytetä kohtuuttomia sopimusehtoja, mutta ehdotettu pykälän muotoilu on hyvin epämääräinen. Jos Suomen laki poikkeaa UTP direktiivistä ja muissa Euroopan maissa sovellettavista laeista, ulkomaiset ostajat pitävät Suomen lain sovellettavuutta heidän ostoihinsa liian riskialttiina ja välttävät suomalaisia toimittajia. Sama pätee muihin suunniteltuihin elintarvikemarkkinalain lausekkeisiin.

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

asemassa oleviin toimittajiin. (UTP direktiiviin/ elintarvikemarkkinalakiin yleensä, jossa on tarkat euromääräiset liikevaihtorajat sovellettavuudelle, jotka on helpompi määrittää.)

Lidlin näkemyksen mukaisesti ulkomaiset ostajat voivat kokea suomalaisten toimittajien arvioinnin hallinnollisesti liian raskaaksi ja suomalaisten toimittajien kanssa asiointiin liian riskialttiiksi, ja siksi he päätyvät ostamaan muilta kuin suomalaisilta toimittajilta. Eurooppalaisia naapureitamme tiukempi lainsäädäntö ei tule vaikutuksiltaan toimimaan suomalaisten elintarviketoimittajien hyväksi viennin osalta.

Lidl toistaa myös tässä kohdassa, että sen markkinaosuus ei ole lähelläkään määräävää markkina-asemaa ja sillä ei ole sellaista neuvotteluvoimaa sen ostosuhteissa, että se pystyisi toimimaan perusteluissa epäilyillä tavoilla.

Säännös tulisi lisäämään hallinnointitapakaa.

12. Huomiot 4 b §:stä Kielto edellyttää tiettyjä tietoja säännöskohtaisine perusteluineen

Lidl esittää säännöksen poistoa. Lidliin tulee noudattaa vastuullisuuteen ja sen toimitusketjun avoimuuteen ja huolellisuusvelvoitteisiin liittyvää moninaista EU-säätelyä. Osana saksalaista yritysryhmää esimerkiksi Saksan yritys vastuullisuuteen liittyvää säätelyä (esimerkkinä Saksassa voimassa oleva "Lieferkettensorgfaltspflichtgesetz"). Tämä maakohtainen lainsäädäntö voi siis tulla sovellettavaksi yritysryhmän sisällä, vaikka yhtiö ei sijaitsekaan Saksassa.

Kyseinen kohta aiheuttaisi siis epävarmuutta, voidaanko tähän liittyviä tietoja tavarantoimittajilta pyytää. Se on kuitenkin edellytys sille, että tuotetta voidaan myydä saksalaiseen yritysryhmään kuuluvissa myymälöissä. Tämä johtaa oikeudelliseen epävarmuuteen ja riskiin säännöksen rikkomisesta ja voi olla juridisesti riskittömämpää ostajalle ostaa vastaavaa tuotetta esim. naapurimaasta, jossa tällaiset tiedot voidaan huoletta pyytää.

Vastuullisuuteen liittyvät säätelyt vaativat yrityskohtaisia riskien arviointeja sen osalta mikä tieto on riittävää. Komission tulkintaohjeet tulevat aivan liian myöhään, jolloin yritykset joutuvat tekemään yrityskohtaisia ratkaisuja säätelyn noudattamiseksi ilman mahdollisuutta esimerkiksi tietopyyntöjen yhdenmukaistamiseen ketjussa. Tämä tarkoittaa, että tietopyynnöt eri yritysten osalta vaihtelevat suuresti.

Mikäli Lidl ei enää voisi vaatia tietoja tavarantoimittajan tuotannosta, ellei laki sitä nimenomaisesti vaadi, se estäisi Lidliä pyytämästä toimittajan laatu- tai kestävyyssertifiointiin vaatimuksiin liittyviä tietoja. Lidl-yritysryhmällä on erittäin korkeat laatu-, tuoteturvallisuus- ja kestävyysstandardit ja -sertifiointi vaatimukset. Tällaisia standardi- ja sertifiointivaatimuksia joudutaan noudattamaan osana

kansainvälistä yritysryhmää. Se voisi estää suomalaisten toimittajien hyväksymistä omien tuotemerkkien tavarantoimittajiksi.

Lidl on kokenut, että sen tavarantoimittajat ovat hyötynneet siitä, että ne ovat saaneet kyseisiä sertifiointeja, sillä se on avannut toimittajille kansainvälisiä markkinoita.

Jos suomalaisilta tavarantoimittajilta ei voida enää vaatia muuta tietoa, kuin mitä laki sallii, niiden pääsy ulkomaisille markkinoille voi estyä. Ulkomaiset ostajat voisivat siirtyä ostamaan muualta kuin Suomesta. Toisaalta ostoja voitaisi ruveta harkitsemaan ulkomailta, jossa toimittajilta voidaan riskittä lainsäädännön rikkomisesta pyytää tietoja sertifiointeja ja standardointeja varten.

13. Huomiot 4 c §:stä Ostajan tuotemerkin suosimisen kiello säännöskohtaisine perusteluineen

Lidl esittää säännöksen poistoa. Lidlin liiketoiminnan ytimessä ovat sen omat tuotemerkit. Valtaosa Lidlin tarjonnasta perustuu sen omiin tuotemerkkeihin. Lidl on rakentanut sen toimitusketjut, myymälät, myymäläasettelut ja logistiikan palvelemaan ensikädessä kuluttajaa mutta toki myös optimoimaan tehokkuutta ja siten liiketoimintaa. Lidl näkee, että hyvin laaja ja epäselvä lainsäädäntö, joka vaikuttaa sen ydinliiketoimintaan, on erityisen haitallista, eikä se missään tapauksessa jaa hallituksen esityksen väitettä (s.36), että ”lailla ei tulisi olemaan negatiivisia vaikutuksia pienempiin toimijoihin, joilla on tarjolla laajalti PL-tuotteita”.

Lidl painottaa, että vaikutukset tulisivat olemaan yhtiölle mittavat, varsinkin kun sen liiketoiminta perustuu suurimmilta osin sen omiin tuotemerkkeihin. Huomioiden esityksen kohtien laajuus ja epätäsmällisyys sekä perustelujen puuttuminen perustavanlaatuisiin liiketoiminnallisiin päätöksiin, kuten hinnoittelu, tuotteiden asettelu, tuotteiden ulkoasu/pakkaukset, aiheuttaa kohtuutonta epävarmuutta lain soveltamisesta.

Lidl toteaa tässä yhteydessä, että Lidl tekee yhteistyötä satojen suomalaisten tavarantoimittajien kanssa, jotka valmistavat sille omia tuotemerkkejä. Lidl näkee, että omat tuotemerkit ovat johtaneet kuluttajille edullisempiin hintoihin laadusta tinkimättä. Omat merkkituotteet lisäävät myös valinnanvaraa kuluttajalle ja kilpailua kuluttajamarkkinalla. Omamerkkituotteiden valmistaminen antaa pienille ja keskisuurille elintarviketoimittajille mahdollisuuksia kasvuun, kun ne kilpailevat isojen brändiyhtiöiden kanssa. Lidl edistää myös omamerkkituotteiden toimittajia pääsemään kansainvälisille markkinoille auttamalla niitä myymään tuotteitaan Lidlin myymälöihin ympäri Eurooppaa.

Sinänsä jo pelkkä ”suosimisen kiello” herättää väistämättä kysymyksen, että miten pitkälle voidaan mennä oma merkkituotteiden myynnin edistämisessä, ilman, että se on suosimista? Mitä

konkreettisia esimerkkejä tällaisesta suosimisesta on esiintynyt? Pelkät ylimalkaiset viittaukset asetteluun ja hyllysisjoitteluun sekä hinnoitteluun eivät vaikuta riittävältä.

Omien tuotemerkkien myyntiä on kuitenkin toki edistettävä erilaisin markkinoinnillisin keinoin ja myös hinnoittelussa. Mutta yhtä lailla ei olisi liiketoiminnallisesti kannattavaa tehdä sitä brändituotteiden kustannuksella. Lidl tarjoaa asiakkailleen tuotteita, joita asiakas haluaa ostaa. Mikäli kuluttaja haluaa ostaa myymälästämme brändituotteen, haluamme toki sijoittaa sen siten, että asiakas sen helposti löytää, muutoin yhtiölle ei olisi kannattavaa jälleenmyydä kyseistä tuotetta. Sama pätee hinnoitteluun, joka muodostetaan kannattavuuden lähtökohdista. Esitys mainitsee esimerkkinä ns. saalistushinnoittelun, joka on jo nykyainsäädännönkin mukaan kiellettyä. Sellaiseen käytäntöön on täysin mahdollista puuttua nykyainsäädännön nojalla.

Jos omien merkkien myynninedistämiskielto johtaisi velvoitteeseen ottaa myymälöissä käyttöön ennalta määriteltyjä tuoteasetteluja, se voisi johtaa muutoksiin myymälöiden asetteluissa ja kalusteissa. Lidl toteuttaa myymälöiden asettelut mahdollisimman asiakaslähtöisesti mutta myös myymälätoimintojemme optimoimiseksi toiminnan tehokkuuden varmistamiseksi.

Pyydämme siten lisäselvitystä, mitä tarkoitetaan konkreettisesti syrjivällä asettelulla ja hyllysisjoittelulla, ja mitkä ovat esimerkkejä siitä, mitä perusteluiden viittauksesta käytännössä tarkoittavat? Asia on keskeinen yhtiön liiketoiminnan kannalta. Miten tätä pitäisi tulkita?

Hyllytilaa ja asettelua tehdään nimenomaisesti siten, että se palvelee asiakastamme eli Suomessa asuvaa kuluttajaa mutta tällä on keskeinen merkitys myös myymälöiden toiminnalle ja tehokkuudelle.

Lidlin hyllytila ja sijoittelu on hyvin tarkkaan harkittua. Lidlin myymälät ovat kooltaan pienempiä kuin hypermarket-koon myymälät ja sijoittelut ja asettelut mietitään sentin tarkkuudella.

Perusteluista voi vetää jopa johtopäätöksen, että kohdan mukaisesti, voitaisi puuttua hinnoitteluun ja esimerkiksi tuotteisiin ja niiden pakkauksiin.

Omia merkkejä koskeva hinnoittelu verrattuna ns. brändituotteiden hinnoitteluun mainitaan perusteluissa useassa kohdassa:

Voidaanko tästä tehdä sellainen johtopäätös, että päivittäistavarakaupan hinnoittelua jälleenmyyjänä voitaisi rajoittaa suunnitellulla lainsäädännöllä? Viittaukset hinnoitteluun tulisi poistaa kilpailu- ja EU-oikeuden vastaisina.

Omia merkkejä koskevassa kohdassa (s. 33) todetaan nykyainsäädännön riittämättömyys puuttua immateriaalioikeuksien rikkomuksiin:

Onko suunnitellulla lainsäädännöllä tarkoitus ruveta puuttumaan toimijoiden immateriaalioikeudelliseen suojaan? Elintarvikeketjun toimijoiden on pystyttävä luottamaan liiketoiminnassaan immateriaalioikeuksia koskevaan lainsäädäntöön. Lidlin näkemyksen mukaan kyseiset viittaukset ja väitteet tulisi poistaa hallituksen esityksestä sen aiheuttaman oikeudellisen epävarmuuden vuoksi.

14. Huomiot 5 §:stä Elintarvikemarkkinavaltuutettu ja 7 §:stä valvonta säännöskohtaisine perusteluineen

-

15. Huomiot 10 §:stä Huomautus, 11 §:stä Julkinen varoitus ja 11 a §:stä Elintarvikemarkkinavaltuutetun asettama kielto säännöskohtaisine perusteluineen

-

16. Huomiot 11 b §:stä Markkinaoikeuden asettama kielto ja 12 §:stä Elintarvikemarkkinavaltuutetun oikeus hakea markkinaoikeudelta kiellon määräämistä säännöskohtaisine perusteluineen

-

17. Huomiot siirtymäsäännöksestä

Vaikutukset olisivat mittavia ja myös siirtymäaika on täysin epärealistinen. Kuinka nopeasti tällaisia perustavanlaatuisi muutoksia pystyttäisiin edes tekemään?

18. Huomiot 12 a §:stä seuraamusmaksu ja 13 b §:stä Viranomaisten välinen tietojenvaihto säännöskohtaisine perusteluineen

-

19. Huomiot Oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain muuttamisesta säännöskohtaisine perusteluineen

-

Pistemaa Laura
Lidl Suomi