



## Sosiaali- ja terveysministeriölle

### Lidl Suomi Ky:n lausunto luonnoksesta hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta (STM075:OO/2011)

Lidl Suomi Ky haluaa kiittää mahdollisuudesta lausua luonnoksesta hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta.

Uudistus on tärkeä askel suomalaisen päivittäistavarakaupan kilpailun ja tuottavuuden edistämiseksi. Haluamme kuitenkin korostaa, että esitys on vasta ensimmäinen askel kohti eurooppalaista ruoka- ja juomakulttuuria. Suomalaiset kulutus- ja elintavat eurooppalaistuvat koulutustason, matkailun ja liike-elämän kansainvälistyessä. Viinien sekä oluiden rooli ruokapöydässä on oleellinen lähes kaikkialla sivistyneissä, korkean koulutustason omaavissa yhteiskunnissa, sillä viinin sekä laadukkaiden oluiden ja ruuan välillä on vahva ruokakulttuurinen ja sosiaalinen yhteys. Viinien tuominen vahvemmin osaksi ruokapöytää vähentää mietojen alkoholijuomien yhteyttä humalahakuihin käyttöön ja edistää ruokakauppakäynnin kulttuuria, jossa kuluttajat valitsevat laadukkaampia tuotteita niin alkoholijuomien kuin ruuankin osalta. Lidl Suomi näkee viinien vapauttamisen päivittäistavarakauppaan siten luonnollisena seuraavana askeleena kohti sivistyneempää ruoka- ja juomakulttuuria.

Uskomme, että alkoholihaittoihin tulee puuttua tavoin, jotka aiheuttavat kansalaisten suurelle, alkoholia kohtuullisesti kuluttavalle enemmistölle mahdollisimman vähän arkielämän haittaa. Yli puolet suomalaisista pitää alkoholilain uudistuksia positiivisena ja lähes kaksi kolmesta kansalaisesta haluaa edelleen vapauttaa alkoholin vähittäismyyntiä (Taloustutkimus 2017). Suomessa on jo nyt yksi Euroopan tiukimmista alkoholin sääntely-ympäristöistä. Painopiste onkin suunnattava valistukseen ja ennaltaehkäisevään päihdetyöhön sääntelyn ja rajoitusten jatkuvan lisäämisen sijasta.

Luonnoksessa hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksessa Lidl Suomi haluaa kiinnittää huomiota erityisesti kahteen asiakokonaisuuteen. Lidl Suomi näkee alle 5,5 % sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttamisen lisäävän terveen kilpailun mahdollisuuksia ja edistävän kasvun sekä työpaikkojen syntymistä. Lisäksi valmistustarajoitteen poistaminen myydyissä alkoholijuomissa on välttämätöntä, sillä rajoite on kilpailun ja saman alkoholipitoisuuden omaavien tuotteiden välillä epätasa-arvoinen. Näiden uudistusten lisäksi Lidl Suomi haluaa nostaa keskusteluun alkoholijuomien vähittäiskaupan myyntiaikojen vapauttamisen. Näemme, että kauppojen aukioloaikojen vapauttamisesta saavutettaisiin täydet hyödyt kaupan tuottavuudelle ja kasvuille, kun myös alkoholin myyntiaikoja vapautettaisiin. Rajoituksista tulee luopua tai niitä pitää vähintäänkin keventää vastaamaan tavanomaista myymälän aukioloaika klo 7-23.

- **Alle 5,5 % prosenttia sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen vähittäiskauppaan lisää terveen kilpailun mahdollisuuksia ja edistää kasvun sekä työpaikkojen syntymistä**

Luonnoksessa hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistuksesta hallitus esittää kaikkien enintään 5,5 tilavuusprosenttia sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttamista päivittäistavarakauppaan. Lidl Suomi näkee ehdotuksen erittäin kannatettavana, sillä uudistuksella on useita positiivisia vaikutuksia niin terveeseen kilpailuun kuin suomalaiseen työllisyyteen ja kasvuun.

Alkoholin matkustajatuonnin korvautuminen kotimaisella myynnillä toisi Suomelle lisää verotuloja ja samalla synnyttäisi työpaikkoja sekä kasvua kaupan investointiedellytysten parantuessa. Alkoholijuomien matkustajatuonti vähenisi neljänneksen (litroissa) ja IV-oluen ja lonkeron osalta tuonti puolittuisi. Samalla alkoholijuomaverojen tuotto kasvaisi 4,5 prosentilla eli noin 60 miljoonalla eurolla (Taloustutkimus 2017). Uudistus turvaisi myös kattavaa suomalaista ruokakauppaverkostoa, sillä pienten ruokakauppojen elinmahdollisuuksien ja kilpailukyvyyn parantuessa,



kuluttajilla olisi vähemmän tarvetta asioida suuremmissa keskittymissä, joissa Alko tyypillisesti sijaitsee. Tällä hetkellä Alkon myymälän sijainti päivittäistavarakaupan vieressä lisää kaupan myyntiä noin 15 % ohjaamalla kuluttajavirtoja ja ostokäyttäytymistä kyseisiin kauppoihin (lähde: PTY / A.C. Nielsen Finland Oy 2005). Uudistuksen myötä Alkon sijainnin merkitys vähenisi ja näin ollen terve kilpailu lisääntyisi.

Alle 5,5 % sisältävien alkoholijuomien myynnin vapauttaminen ei myöskään nostaisi merkittävästi alkoholin kokonaiskulutusta väkevien alkoholijuomien kulutuksen laskiessa ja kotimaisen myynnin korvatussa matkustajatuontia (PTT 2013). Matkustajatuonnin vähentyessä näiden juomien myynti siirtyisi tehokkaamman ikärajavalvonnan piiriin Suomessa, jolloin alkoholin välittäminen alaikäisille vähentyisi. On myös huomionarvoista, että alkoholipitoisuuden nosto päivittäistavarakaupassa myydyissä alkoholijuomissa lisää valikoiman laajuutta lähinnä vain laadukkaampien ja hintavampien tuotteiden osalta – volyymituotteet tulevat jatkossakin olemaan edullisimpia matalamman alkoholipitoisuuden tuotteita.

Suomessa on palattava mietoja alkoholijuomia suosivaan politiikkaan, sillä tällä hetkellä muun muassa alkoholivero painottuu lähes yhtä paljon mietoihin ja väkeviin alkoholijuomiin. Jokaisen kuluttajan päätös ostaa 5,5 % vahvuinen alkoholijuoma päivittäistavarakaupasta vähentää väkevien alkoholijuomien ostamista ja kuluttamista Alkosta.

- **Vähittäiskaupassa myytyjen alkoholijuomien valmistustaparajoitteen poistaminen on välttämätöntä**

Lidl Suomi näkee päivittäistavarakaupassa myytävien alkoholijuomien valmistustaparajoitteen poistamisen välttämättömänä ja uudistuksen erittäin kannatettavana. Valmistustaparajoite, jossa päivittäistavarakaupassa myytävien alkoholijuomien alkoholi pitää olla syntynyt käymisteitse, on saman alkoholipitoisuuden omaavien tuotteiden välillä epätasa-arvoinen ja kilpailua vääristävä.

Kaikki alkoholijuomien alkoholi on maatalousperäisistä raaka-aineista valmistettua, jolloin valmistustaparajoitteessa on ollut kyse ainoastaan siitä, voiko alkoholikomponentin valmistaa erillisessä tuotantoprosessissa. Eri valmistustavoilla valmistettujen alkoholijuomien välillä ei ole terveydellisiä eroja alkoholipitoisuuden ollessa yhtäläinen. Sekoitejuoma ei siis ole käyttäjän terveydelle sen vaarallisempi tai terveellisempi kuin käymisteitse valmistettu alkoholijuoma. Molempien valmistustapojen juomia maustetaan ja värjätään jo nyt erilaisilla luonnollisilla ja synteettisillä ainesosilla muun muassa sesonkimakujen ja valikoiman vaihtelun aikaansaamiseksi. Päivittäistavarakaupassa näitä on käymisteitse valmistettuna ollut myynnissä jo vuosikausia. Kyseessä on siis vain valmistustavan rajaama kilpailunrajoite. On erittäin huomionarvoista, että sekoitejuomien myymistä päivittäistavarakaupassa ei ole kielletty missään muussa EU-maassa.

Näemme julkisen keskustelun sekoitejuomista antaneen väärän kuvan uudistuksesta. Valmistustaparajoitteesta luopumisella ei ole minkäänlaisia vaikutuksia mainontaan ja tuotteiden esilläpitoon liittyviin säädöksiin. Sekoitejuomien kategoria on lähtökohtaisesti pieni ja tuotteet selkeästi aikuisille suunnattuja. Koemme ”limuviina” termin asenteellisena, tuotteiden arvoa alentavana ja myös harhaanjohtavana kuvauksena sekoitejuomille eikä termiä tulisi siksi käyttää.



### **Lausunnonantajasta**

Lidl on Suomen kolmanneksi suurin päivittäistavarakauppa 9 % markkinaosuudella. Lidlin konseptin ydin on parhaan hinta-laatusuhteen tarjoaminen asiakkaille iloisesti palvelen. Suomessa viime vuosina vauhdikkaasti kasvaneessa organisaatiossa työskentelee yli 5000 henkilöä. Lähes 160 myymälän verkosto ulottuu Hangosta Sodankylään ja tavarantoimitukset myymälöihin hoidetaan Janakkalan ja Laukaan jakelukeskuksista. Neljännestä vuoden aikana Lidl on investoinut Suomeen yli 700 miljoonaa euroa ja kuluvalle tilikaudelle on suunniteltu yli 100 miljoonan euron investointeja.

Lidl Suomi Ky

Helsingissä 16.1.2017

Lauri Sipponen  
Toimitusjohtaja  
+358 923 456 757  
[lauri.sipponen@lidl.fi](mailto:lauri.sipponen@lidl.fi)