



16.1.2017

Sosiaali- ja terveysministeriö  
kirjaamo@stm.fi

Viite: STM075:00/2011

## LAUSUNTO HALLITUKSEN ESITYSLUONNOKSESTA ALKOHOLILAIN KOKONAISUUDISTUKSEKSI

K-Market on luotettava, palveleva, paikallinen ja asiakasta lähellä oleva lähikauppa. K-Market tarjoaa asiakkaille päivittäiseen arkeen liittyvät monipuoliset ruokavalikoimat ja lähipalvelut.

K-Market-kaupat ovat pieniä perheyriyksiä. K-Market-kauppiat asuvat yleensä samalla paikkakunnalla kuin heidän kaupansa sijaitsee. He työllistävät ja maksavat veronsa omaan kotikuntaansa. K-Market-kaupat tarjoavat asiakkailleen ruokakauppapalveluiden lisäksi myös muita palveluja. K-Market-kaupoista voi esimerkiksi nostaa käteistä Suomessa toimivien pankkien korteilla aina 200 euroon asti. Yli 100 K-Marketia tarjoaa Postin palveluita ja kymmenet K-Marketit myös kotiinkuljetuspalveluita.

Kauppiasvetoisia K-Market-kauppoja on yhteensä yli 400. Näiden yhteenlaskettu myynti vuonna 2015 oli noin 1,25 mrd euroa (alv 0 %). K-Market-kaupat tarjoavat lähipalveluita entistä useammalle suomalaiselle, kun Siwoja ja Valintataloja uudistetaan K-Market-kaupoiksi. Kauppiasvetoisten K-Marketien lukumäärä kasvaa lähitulevaisuudessa merkittävästi yli 800 kauppaan. K-market-ketjun kaupoissa työskentelee noin 4000 henkilöä. Oluiden, siiderien ja muiden alkoholijuomien osuus K-Market-kauppojen elintarvikemyynnistä on keskimäärin noin 9-10 prosenttia.

**K-Market Oy ja K-Market-ketjuun kuuluvat K-Market-kauppiat (K-Market-ketju) kannattavat ehdottomasti Sosiaali- ja terveysministeriön esitystä alkoholilain kokonaisuudistukseksi siltä osin kuin esitys sallii kaikkien enintään 5,5 tilavuusprosenttia etyylialkoholijuomia sisältävien alkoholijuomien luvanvaraisen myynnin päivittäistavarakaupoissa.**

**Esitys parantaa pienten ruokakauppojen kilpailuedellytyksiä sekä turvaa laajemman lähi-kauppaverkoston Suomessa.** Kauppojen aukioloaikojen vapauduttua vuoden 2016 alusta pienet päivittäistavarakaupat ovat kohdanneet entistäkin kovempaa kilpailua suurten ruokakauppojen ja kauppakeskusten taholta. Pienet ruokakaupat ovat menettäneet asiakkaita ja myyntiä suuriin kauppoihin, jonka vuoksi monen K-market-kaupan taloudellinen tilanne on tiukka.

Alkon liikepaikkasijainti ohjaa merkittävästi ruokakauppojen asiakasvirtoja. K-Market-kauppiat edellyttävät nykyistä tasapuolisempia kilpailuedellytyksiä suurten päivittäistavara-kauppojen kanssa. Lakiesitys vähentäisi Alkon kilpailua vääristävää vaikutusta ja edistäisi lähipalvelujen säilymistä niin harvaan asutuilla alueilla kuin kaupunkien lähiöissäkin. Esitys parantaa siten asiakkaiden palvelutasoa erityisesti siellä, missä Alko on kaukana.

Esityksen toteutuessa yhä useampi ruokaostokori tullaan ostamaan lähikaupoista. Arvioimmekin esityksen lisäävän K-Market-kauppojen asiakasmääriä ja sitä kautta näiden kauppojen myyntivolyymeja koko päivittäistavaravalikoiman osalta. Laajentuva ja monipuolistuva valikoima vähentäisi asiakkaiden tarvetta lähteä ruokaostoksille suuriin keskuksiin. Toiminnan tehostuminen nopeuttaisi esimerkiksi tuoretuotteiden kiertoa ja vähentäisi siten hävikkiä. Esitys lisäisi siten pienten päivittäistavarakauppojen kannattavuutta ja siten elinkelpoisuutta. Esitys antaa paremmat mahdollisuudet kannattavien lähikauppapalvelujen tuottamiseksi, laajan lähikauppaverkoston ja sen luomien työpaikkojen säilyttämiseksi.

**K-Market-ketju sen sijaan vastustaa lakiesityksen 37 §:ään sisältyvää hyvin tulkin-**  
**nanvaraista vaatimusta henkilökunnan määrästä.** Esityksen mukaan jää hyvin epäselväksi, mikä määrä henkilökuntaa on riittävästi tehokkaan valvonnan ja järjestyksenpidon toteuttamiseksi. Tätä vaatimusta ei myöskään avata lakiesityksen 38 §:ssä, jossa luvanhaltijalle asetetaan yleinen valvontavelvollisuus valvoa muun muassa 37 §:ssä asetettuja vaatimuksia. Esitys voi **erityisesti pienissä kaupoissa** johtaa kohtuuttomasti mitoitettuihin **ja käytännössä jopa elinkelpoisuuden vaarantaviin vaatimuksiin** esimerkiksi henkilökunnan määrän tai vartioinnin osalta.

**Emme näe tarvetta myöskään muuttaa omavalvontaa koskevaa sääntelyä.** Päivittäistavarakauppojen nykyiset omavalvontakäytännöt ovat hyvin kattavia ja annetut ohjeet kauppoille selkeitä. Omavalvontaa koskevien vaatimusten täyttämiseksi K-Market-kaupat ovat panostaneet henkilökunnan kouluttamiseen. K-Market-kauppiat korostavat omavalvonnan merkitystä henkilökunnalleen sekä valvovat sen toteuttamista arkirutiineissa. Lakiesityksessä esitetään, että omavalvontaohjeista säädettäisiin asetuksella. Viranomaisten laatimien ohjeistusten on vaara jäädä käytännölle vieraksi ja hankaliksi toteuttaa. Luotettavan, turvallisen ja viihtyisän asiointiympäristön tarjoaminen asiakkaille ja henkilökunnalle on myös kaupan edun mukaista. Omavalvontaa on kehitetty tuloksekkaasti yhteistyössä päivittäistavarakaupan toimijoiden ja kaupanalan toimialajärjestöjen kanssa. Vaikka omavalvonnan vaatimustaso on korkea, olemme pystyneet pitämään ohjeistuksen käytännön läheisenä ja helppona toteuttaa ja saavuttaneet siten omavalvonnalle asetetut tavoitteet.

**Alkoholituotteiden vähittäismyynnin valvontamaksut tulee pitää ennallaan.** Kaupan pienet toimijat eivät kestä kustannustaakaan lisäämistä. Toiminnan saaminen kannattavaksi on jo nykytilanteessa haasteellista. Toivomme, että pienetkin kaupat saisivat Suomessa mahdollisuuden elää, tarjota asiakkaille monipuolisia lähipalveluita ja kilpailla suurten kauppojen kanssa.

**Esityksen 50 §:ään sisältyvä hintahyvitysten kieltö tulee poistaa.** K-Plussa on K-ryhmän kanta-asiakasjärjestelmä. Plussa-kortteja on yli 3,8 miljoonalla suomalaisella lähes 2,2 miljoonassa taloudessa. Asiakas saa Plussa-pisteitä K-Market-kaupoissa ja muissa

Plusa-verkoston kaupoissa tekemistään ostoista. Alkoholituotteista kertyvät Plusa-pisteet edustavat vain murto-osaa Plusa-asiakkaan kokonaispistekertymästä. Alkoholituotteista annettavat Plusa-pisteet eivät siten edistä kaupan alkoholituotteiden myyntiä tai lisää Plusa-asiakkaan alkoholituotteiden ostoja.

Lakiesityksen 50 §:ään sisältyvä hintahyvitysten kieltö kohtelisi joka tapauksessa eri tavalla K-Plusa-kanta-asiakasjärjestelmää ja esimerkiksi sellaisia luottokorttiyhtiöitä, joiden luottokorteilla maksetuista ostoksista saa kanta-asiakasetuja, kuten bonuksia tai palkintopisteitä. Luottokorttiyhtiöille lienee teknisesti täysin mahdotonta pyrkiä rajaamaan alkoholituotteet annettavien kanta-asiakasetujen ulkopuolelle. Lainsäädännön tulisi joka tapauksessa kohdella kaikkia toimijoita tasapuolisesti ja kilpailuneutraalisti.

**K-Market-ketju kannustaa jatkossa arvioimaan myös muiden mietojen alle 16 tilavuusprosenttia etyylialkoholijuomia sisältävien alkoholijuomien eli käytännössä viinin sekä vahvempien oluiden ja siiderien myynnin vapauttamista.** Näiden tuoteryhmien myynnin salliminen päivittäistavara kaupassa parantaisi merkittävästi päivittäistavara kaupun asiakaspalvelua ja **erityisesti pienten ruokakauppojen kilpailuedellytyksiä markkinoilla.**

Helsingissä 16. päivänä tammikuuta 2017

[toimitettu sähköisesti]

Olli Runokangas

K-Market Amerinkulma ja Masurkka

K-Market-johtokunnan puheenjohtaja

[toimitettu sähköisesti]

Jesper Åberg

Johtaja

K-Market-ketju, K-Market Oy

