

Sosiaali- ja terveysministeriö

PL 33

00023 Valtioneuvosto

kirjaamo@stm.fi

Viite: STM075:00/2011

Luonnos hallituksen esitykseksi alkoholilain kokonaisuudistukseksi 22.11.2016

Asia: Oy Gust. Ranin / Lignell&Piispanen lausunto

Oy Gust. Ranin kiittää lausuntopyynnöstä ja mahdollisuudesta kommentoida luonnosta lakiesitykseksi.

Kotimaista alkoholijuomateollisuutta yrityksenä edustava Oy Gust. Ranin pitää lakiehdotusta varsin tasapainoisena kokonaisuutena, joka huomioi useat eri näkökulmat alkoholipolitiikkaan ja vastaa ajan myötä syntyneisiin kehitystarpeisiin.

Kansainvälisenä, vientiin vahvasti suuntautuneena yrityksenä näemme keskeisenä, että laissa huomioidaan muutokset sähköisessä yritysviestinnässä. Toimialan kansainvälistyminen ja sitä kautta viennin mahdollisuudet kotimaisille toimijoille on turvattava lainsäädännön kautta. Tähän liittyy vahvasti myös kansalaisten ja kuluttajien vapaa, sekä läpinäkyvä tiedonkulku ja –hankinta.

Esitetyllä lakiuudistuksella saavutetaan merkittävää yksinkertaistamista sekä säädösrakenteessa että sääntelyn sisällöissä, mikä on tärkeä edistysaskel nykytilaan nähden. Hallinnollisen ohjauksen vähentäminen ja yksinkertaistaminen selkeyttävät alan elinkeinon harjoittajien toimintaedellytyksiä ja hillitsevät kustannuksia.

Byrokratian karsiminen on omiaan myös parantamaan kansalaisten tukea alkoholipolitiikalle. Alkoholi on osa suomalaista ruoka- ja juomakulttuuria ja näemme, että näillä muutoksilla viemme kulttuuria taas muutaman askeleen oikeaan suuntaan. Tätä kautta se pidemmällä tähtäyksellä myös lisää omaa vastuunottoa, ja tuo uusia mahdollisuuksia alkoholin väärinkäyttöön liittyvien ongelmien torjumiselle.

Oy Gust. Ranin pitää siis lakiehdotuksen linjauksia valtaosin oikeina. Emme kuitenkaan pidä uudistuksia riittävinä alkoholijuomien kansainvälistä kilpailukykyä ja siihen olennaisesti liittyvää viestintämahdollisuutta ajatellen: **49 pykälään ehdotamme digitalisaatiokehityksen huomioivia kohtia sekä lisäystä, jossa todetaan, että myös väkevien alkoholijuomien valmistajan tulee saada antaa tuotetietoja** omissa sähköisissä viestimissä sekä painettuna kuvastoina. Niissä tulee sallia ainakin seuraavat tiedot: tuotteen kuva, kauppanimi, tekniset tiedot, ruoka- ja

juomasuosituksset ja reseptit sekä mahdolliset palkinnot eri kilpailuista. Myös **verkkokauppa** tulee sallia suomalaisille alkoholivalmistajille, silloin kun se suuntautuu vientiin.

Taloudelliset/elinkeinopoliittiset vaikutukset

Lakiesityksessä mainitut ja toteutetut elinkeinopoliittiset tavoitteet koskevat eniten ravintola- ja kauppasektoria. Yleinen sääntelyn keventäminen ja joustavoittaminen on kannatettava tavoite myös yrityksemme näkökulmasta.

Yrityksemme kannalta keskeistä on ulkomaisiin toimijoihin nähden tasavertainen ja kilpailukykyinen toimintaympäristö sekä kotimaassa että viennissä. Tämä ei ole saanut tarpeeksi huomiota lakiesityksessä ja palaamme tarkemmin tähän pykäläkohtaisessa kommentissa. Väkevien juomien tuotetietojen laajempi viestintämahdollisuus on toimijoille olennaista taloudelliselta kannalta. Sen avulla kotimaassa on mahdollista ylläpitää ja kasvattaa myynnin arvoa myyntivolyymiä silti nostamatta. Viestintämahdollisuus on myös olennainen edellytys uusien tuotteiden markkinoille pääsulle, ja siten kannuste tuotekehittelylle ja investoinneille. Tämä asia korostuu erityisesti vientimarkkinoita ajatellen.

Alkoholijuomien vienti on 150 milj.€ vuodessa ja kasvupotentiaali huomattava. Yrityksemme liikevaihdosta yli 40 % kostuu alkoholituotteiden viennistä. Alkoholivienti Suomesta on vuosien myötä noussut merkittäväksi elintarviketalouden vientialaksi, mutta sen kasvu on tyrehtynyt kahtena viime vuotena. Potentiaali on paljon nykyistä suurempi. Mm. Ruotsin alkoholivienti on meihin nähden moninkertainen, ja siellä sähköinen markkinointi on paljon laajemmin sallittu. Viennin esteitten poistaminen on linjattu hallitusohjelmassa ja myös kevään 2016 alkoholilakilinjauksessa.

Pykäläkohtainen kommentti:

49 §:

a) Markkinoinnin käsite

Oy Gust. Ranin näkee, että käsite "Markkinointi" on tässä yhteydessä liian laaja käsite ja markkinoinnin käsitteen kattaessa mm. hinnoittelun ja jakelukanavavaihtoehdot, näemme, että pykälässä tulisi keskittyä "Markkinointiviestintään".

b) Tuotetietojen esilläpito sekä yritysviestintä

Esityksessä lievennetään nykyisen lain 33 pykälässä olevaa väkevien juomien tuotetietojen esilläpitokieltoa siten, että myös valmistajat, ravintolat ja tukkumyyjät saavat esittää

tuoteluettelonsa tietoverkossa ja painetussa muodossa. Nykyisin vain Alkolla ja muilla myyjillä kuten laivayhtiöillä on tämä mahdollisuus hinnastonsa yhteydessä. Tämä on tervetullut parannus, ja on luontevaa, että myös tuotteiden valmistajilla on tämä mahdollisuus.

Pykälän ehdotetun sanamuodon mukaan kyse on tuoteluettelosta, jossa juomat esitetään keskenään yhdenmukaisesti. Tuoteinformaation olisi eduksi palvella asiakasta mm. oikean juoman käyttöyhteyden löytämisessä. Tämä edistää juomien laatua korostavaa kohtuukäyttöä edistävää alkoholikulttuuria olematta silti mainontaa tai markkinointia. Esitämme, että tuotetiedot sallitaan yritysten omilla verkkosivuilla ja omissa viestintäkanavissa siten, että tuotteen kuva, kauppanimi, tekniset tiedot, ruoka- ja juomasuosituksot ja reseptit sekä mahdolliset palkinnot eri kilpailuista todetaan sallituiksi.

Esitämme myös, että yritysviestinnässä toteutuisi nykyistä laajempi mahdollisuus tuotteita sisältävään viestintään. Tämä toteutuu edellä mainitun tuotetietojen informaatiomahdollisuuden kautta, mutta ao. kohtaan olisi selvintä ottaa vielä yritysviestinnän sallimisen sisältävä maininta.

c) Vientiin suunnattu markkinointi ja verkkokauppa

Vientimarkkinointia koskien olisi tärkeää, että myös tuotetietoja laajempi markkinointiviestintä on sallittu silloin kuin se on suunnattu ulkomaille. Tämä on tarpeen vientimarkkinoiden avaamisessa ja mm. paikallisten kumppanien löytämisessä ja heidän tukemisessaan kohdemarkkinoilla.

Nykytila, jota on ehdotettu jatkettavaksi myös käsillä olevassa esityksessä, kieltää väkevien juomien kotimaan mainonnan ohella ulkomaillekin suunnatun internetmarkkinoinnin Suomessa kotipaikkaa pitäviltä yrityksiltä. Ulkomaiset yhtiöt voivat sen sijaan markkinoida Suomessakin myytäviä ja mahdollisesti valmistettaviakin tuotteita kansainvälisesti internetissä.

Suomalaisilta toimijoilta on siis kielletty kaikki väkevien juomien sähköinen markkinointiviestintä, vaikka se olisi suunnattu vain ulkomaille ja esim. vain englannin kielellä. Tämä on suomalaisille alkoholituottajille selkeä kansainvälistymisen este, joka lisää kansainvälistymisen kustannuksia ja työtaakkaa.

Yllä oleva asiantila ei aseta suomalaisia toimijoita tasavertaiseen asemaan vientimarkkinoilla, ottaen huomioon, että sähköinen markkinointi on aivan keskeinen viestintäkanava nykyisin. Tiettyjä vientimarkkinoita ajatellen sähköisissä viestimissä esillä oleminen voi olla jopa edellytys markkinoille pääsulle. Uuden lain onkin välttämätöntä ottaa kehitys huomioon, eikä se voi olla esteenä suomalaisen viennin kehittämiselle ja kilpailukyvyille suhteessa vertailumaihin. Alkoholiviennistä ylivoimainen valtaosa on väkeviä alkoholijuomia, joita kiello koskee.

Lakipykälää tulee muuttaa tältä osin, ja ottaa väkevien juomien markkinoinnin sallivia poikkeuksia koskevaan 49 pykälän 3. momenttiin neljäs alakohta, jossa markkinoinnin todetaan olevan sallittua vientiin suunnattuna. Tällöin markkinointiviestintä voidaan toteuttaa esimerkiksi englanninkielellä.

Tietoverkon avulla tapahtuva kauppa on yksi tulevaisuuden kaupankäyntitekniikoista, ja se olisi oltava toimijoille mahdollista pelkästään ulkomaille suunnattuna. Vientikaupan salliminen verkossa olisi tärkeää olla nimenomaisesti mainittuna tässä laissa, joko pykälässä 49 tai 2. luvun luvanvaraisuutta säätelevissä pykälissä. Verkkokauppa on osa digitalisaatiokehitystä, missä Suomella ei ole varaa jäädä jälkeen.

Nyt hyväksyttävän alkoholilain olisi ehdottomasti sallittava nykyaikaa vastaava tilanne vientitoiminnassa, ja luoda mahdollisuus kehitykseen myös jatkossa. Lain tulee ilmaista minimissään päälinjaukset asiasta, vaikka tarkemmat ja viestintäteknologian kehitystä vastaavat soveltamisohjeet tulisivatkin osaksi alempiasteisilla säännöksillä määrättäviksi.

16.1. 2017

Kunnioittavasti

Oy Gust. Ranin / Lignell & Piispanen



Harri Nylund
toimitusjohtaja

