

Sosiaali- ja terveysministeriö
Meritullinkatu 8
00023 Valtioneuvosto
kirjaamo@stm.fi

16.1.2017

Pientislaamoliiton lausunto STM:n ehdotuksesta hallituksen esitykseksi alkoholilain ja eräiksi siihen liittyviksi laeiksi (STM075:00/2011)

Sosiaali- ja terveysministeriölle.

Pientislaamoliitto toteaa lausuntonaan ehdotuksesta seuraavaa:

Yleisperustelut

Sosiaali- ja terveysministeriön ehdotus on oikeansuuntainen, mutta riittämätön alkoholijuomien valmistuksen ja myynnin rajoitusten purkamisessa. Pientislaamoliitto kannattaa ehdotusta tässä esitetyin muutoksin.

Pientislaamoliiton tavoitteena on haitallisen sääntelyn purkaminen sekä erilaisten alkoholijuomien valmistajien kohtelu laissa tasapuolisesti.

Puuttumatta perusteluiden taustatietojen valintaperusteisiin, on selvää että ehdotuksessa keskitytään ainoastaan haittojen torjuntaan ilman asiallista selvitystä alkoholielinkeinojen toimintamahdollisuuksista. Alkoholivienti on tällä hetkellä Suomen elintarvikeviennin ykkönen ja on yhä kasvussa. Menestyksekkään vientikaupan taustalla pitää olla aina toimivat kotimarkkinat. Juuri näihin kotimarkkinoiden haasteisiin ehdotus puuttuu vain aivan pintapuolisesti. Kotimaisten pientislaamoiden kannalta tärkeimpiä kysymyksiä markkinoinnista ja monopolin asemasta ei ehdotuksessa käsitellä.

Vaikka ehdotuksessa sääntelyä toisaalta kevennetään, toisaalta siinä myös lisätään alkoholielinkeinojen velvoitteita osin hyvinkin epämääräisesti. Erityisesti alan toimijoita koskeva yleinen velvoite "haittojen vähentämiseen" on niin yleisluontoisesti kirjoitettu, ettei sellaisella tulisi olla sijaa lakiesityksissä.

Kysymys alkoholin vähittäismyyntimonopolista sivuutetaan myös melko lailla kokonaan ehdotuksessa. Vähimmäisvaatimus on, että monopolia koskevat säännökset tulee tarkastella suhteessa perustuslain takaamaan elinkeinovapauteen. Monopolilla on runsaasti kielteisiä vaikutuksia erityisesti pientislaamoalan kehitykseen, uusien toimijoiden alalle tuloon ja vientiponnisteluihin. Näitä vaikutuksia tulisi ehdotuksessa käsitellä laajasti.

Alkoholijuomien markkinointia koskevia säännöksiä ei ehdotuksessa juurikaan käsitellä. Vähimmäisvaatimuksena tulee olla kaikkien alkoholijuomien markkinoinnin sääntely samalla tapaa, mikäli markkinointia koskevaa ylisääntelyä ei saada purettua. Se on selkeää sekä takaa tasapuolisen kohtelun erilaisten alkoholijuomien valmistajille ja myyjille.

Väkeviä alkoholijuomia koskevat erityissäännökset tulee poistaa. Laissa ei ole syytä ylläpitää vanhaa keinotekoista erottelua "väkeviin" ja "mietoihin" alkoholijuomiin. Kaikki sääntely

tulee perustua samoihin sääntöihin juoman alkoholipitoisuudesta riippumatta. Ei voida pitää millään tapaa perusteltuna, että täysi-ikäinen Suomen kansalainen voidaan valita pääministeriksi, mutta jalompia juomia hän ei saa ostaa kotiinsa tai pitää hallussaan anniskelupaikan ulkopuolella ennen 20:ttä ikävuottaan. Samalla taataan alkoholin valmistajien tasapuolinen kohtelu valmistustavasta ja juomatyypistä riippumatta.

Pientislaamoliitto kannattaa ehdotuksessa esitettyä valmistuksen lupamenettelyn jatkamista ainakin tislauksen osalta. Lupamenettely takaa tislauksessa tuote- ja työturvallisuuden.

Ehdotuksessa esitetään pienpanimoille ulosmyyntioikeutta. Tämä on kannatettava asia. Kuitenkin, jotta laissa kohdellaan alkoholialan (pien)toimijoita tasapuolisesti, vastaava ulosmyyntioikeus on myönnettävä myös pientislaamoille.

Pientislaamoliitto katsoo, että alkoholihaittoja voidaan tehokkaimmin estää resursoimalla sosiaali- sekä mielenterveyspalvelut riittävällä tavalla. Saatavuuden - erityisesti väkevien juomien - rajoitukset eivät toimi ja ne haittaavat sekä tavallisia kansalaisia että alkoholielinkeinoja tavalla, jota ei voi hyväksyä.

Pientislaamoliitto katsoo, että lainmuutoksen yhteydessä tulee tarkastella myös alkoholiliikkeen asemaa. Alkoholiliikkeen ehdotettu monopoliasema yli 5,5% alkoholijuomien osalta johtaa erityisesti pientislaamoiden osalta suuriin ongelmiin. Koska muuta myyntikanavaa suoraan kuluttajille ei ole, alkoholiliikkeen valinnat voivat määrittellä tosiasiallisesti yhtiöiden menestyksen alkuvaiheessa, jolloin vaihtoehtoisia myyntikanavia ei ole. Alkoholiliikkeellä ei ehdotuksen mukaan ole mahdollisuutta suosia kotimaisia tuotteita, joten monopoli voi toimia tosiasiallisena esteenä kotimaisen tislamotoinnin aloittamiselle. Tätä ei voida pitää millään muotoa elinkeinopoliittisesti hyväksyttävänä.

Ehdotuksen perustelut monopolille ovat nykyisen perustuslain kannalta hatarat. Perustuslakivaliokunnan tulee ottaa asiaan kantaa elinkeinovapauden voimakkaimpana rajoituksena. Pidetäänkö viinin ja viinan vähittäismyynnin omimista valtiolle niin tärkeänä, että se oikeuttaa kansalaisen perustuslaissa taatun elinkeinovapauden mitätöimisen alkoholin vähittäiskaupan osalta.

Alkoholiliikkeen myymä alkoholimäärä on vähentynyt tasaisesti ja kulutetun etyylialkoholin määrässä mitaten muista myyntikanavista hankittu määrä ylittää monopoliliikkeestä hankitun. Täten monopolin oikeuttaminen kansanterveysyllä on hyvin vaikeasti perusteltavissa. Lisäksi alkoholiliikkeelle on annettu selkeä vuosittainen liikutuottotavoite, joka sotii monopolin kansanterveysperustelua vastaan. Valtio kerää tuottoa n. 40M€ vuosittain monopoliasemallaan.

Tässä lausunnossa on otettu kantaa vain Pientislaamoliiton jäseniin suoraan liittyviin pykäliin ja seikkoihin. Pientislaamoliitto kannattaa yleisesti alkoholilainsäädännön vapauttamista ja sen siirtymistä nykyaikaan.

Pykäläkohtaiset perustelut:

1 §. Lain tarkoitus

Pykälä on kirjoitettu vain rajoittamaan alkoholialan elinkeinovapautta. Yleensä jotakin elinkeinoa koskevassa lainsäädännössä lain tarkoituksena on edistää kyseistä elinkeinoa, ei estää sen toimintamahdollisuuksia. Tässä tulisi toimia samoin.

Mikäli haittojen ehkäisy halutaan kuitenkin mainita lain tarkoituksessa, Pientislaamoliitto esittää kompromissina seuraavaa muotoilua:

1 §. Lain tarkoitus

Alkoholipitoisista aineista aiheutuvien yhteiskunnallisten haittojen vähentäminen varmistaen samalla alkoholielinkeinojen toimintaedellytykset.

3§ Määritelmät

Pientislaamoiden ulosmyyntioikeutta varten tulee laatia pienpanimoita ja marjaviinitiloja vastaavat määritelmät. Valmistusmääriä koskevat mahdolliset rajoitukset tulee asettaa niin ylös, että pientislaamoita ei jää ulosmyyntioikeuden ulkopuolelle.

Käsityöläistisleiden ja -oluiden sekä tilaviinien määrittelystä tulee poistaa lisenssivalmistuksen kielto tarpeettomana, sillä valmistusta koskevat jo litramääräiset rajoitukset.

4 § Elinkeinoharjoittajan yleiset velvollisuudet

Tämä uusi pykälä on yksi ehdotuksen ongelmallisimpia. Vastaavaa ei edes nykyisessä lainsäädännössä ole. Yksinkertaisesti todeten, laissa ei voida asettaa yksityisille tahoille laissa yksilöimättömiä velvoitteita vähentää oma-aloitteisesti alkoholihaittoja. Ehdotuksen 57 §:ssä säädetään valvonnasta ja alkoholihaittojen seuraamisesta viranomaisten taholta, mikä on riittävää.

Perusteluissa viitataan tarkoitushakuisesti muun muassa elintarvikelainsäädännön omavalvontaan. Tämän tarkoituksena on kuitenkin estää turvattomien elintarvikkeiden pääsy markkinoille, ei edistää terveellistä ruokavaliota. Tuoteturvallisuuden takaa ehdotuksen 54 § omavalvonnasta.

Lisäksi toisessa momentissa mainittu ”hyvän tavan vastaisuus” on myös hyvin kyseenalainen ilmaisu. Tämä mahdollistaa viranomaiselle laajat valtuudet puuttua yrittäjän vapauteen harjoittaa elinkeinoaan epäasiallisilla perusteilla. Nykyajan moniarvoisessa yhteiskunnassa ei voida puhua mistään yleisesti hyväksytyistä ”hyvästä tavasta”, jonka rikkomisesta voitaisiin rangaista. Yhteiskunnalliset arvot eivät, toisin kuin perusteluissa väitetään, ilmene lainsäädännöstä. Lainsäädäntö antaa riittävät keinot puuttua lainvastaiseen toimintaan ilman tällaista tarkoituksella epämääräiseksi jätettyä kieltopykälää.

Koko 4 § tulee ehdottomasti jättää pois lopullisesta lakiesityksestä. Vähimmäisvaatimuksena on vähintään ensimmäisen momentin poistaminen.

17 § Alkoholijuomien vähittäismyyntilupa

Koska alkoholijuomien erittelystä niiden alkoholipitoisuuden vuoksi on luovuttava, tulee 1 momentin viittaus 5,5% rajaan poistaa.

Lisäksi on poistettava 2 momentin 1 kohdan vaatimus elintarvikemyynnistä alkoholijuomien myynnin yhteydessä. Vaatimusta elintarvikemyynnin pakollisuudesta ei perustella ehdotuksessa mitenkään, ainoastaan viitataan nykyiseen sääntelytilanteeseen. Nykyinen tilanne sinänsä, kuten hyvin tiedetään, ei voi toimia perusteluna epätyytyttävän tilanteen jatkumiselle. Lähtökohta täytyy olla, että vain alkoholia myyviä liikkeitä täytyy voida perustaa ilman turhaa venkoilua pykälän kanssa. Vaatimusta sukkahousujen ja näkkileivän myymisestä alkoholia myyvässä liikkeessä ei voida millään muotoa perustella kansanterveydellä.

Kannatettavana voidaan pitää 2 momentin 3 kohdan uutta viittausta messuilta tapahtuvaan ulosmyyntioikeuteen.

Vaikka ehdotuksen mukaan anniskeluluvalla voidaan myydä tuotteita ulos, epäselvän 4 momentin perusteluiden mukaan voidaan tulkita, että ravintoloiden ulosmyynti pitäisi tapahtua omalla kassajärjestelmällään ja erillisistä tiloista. Koska tämä luo käytännössä esteen ulosmyynnille, tulee tällaisesta vaatimuksesta yksiselitteisesti luopua.

Esitämme pykälän muotoiluksi seuraavaa:

17 § Alkoholijuomien vähittäismyyntilupa

Alkoholijuoman vähittäismyyntilupa koskee vähittäismyyntiä yhdessä vähittäismyyntipaikassa ja se myönnetään:

1) elinkeinotoimintaa vakituista tai kausiasutusta palvelevalla lupaviranomaisen hyväksymällä säännöllisellä reitillä kulkevassa myymäläautossa tai -veneessä harjoittavalle hakijalle;

2) Anniskeluluvan yhteyteen anniskelussa olevien alkoholijuomien vähittäismyyntiin; määräaikaisen anniskeluluvan yhteyteen vähittäismyyntilupa saadaan kuitenkin myöntää vain sellaiseen useiden alkoholijuomien valmistajien esittelytilaisuuteen, jonka tarkoituksena on esitellä tuotteita kuluttajille.

Tilaviinin ja käsityöläisluvan vähittäismyyntilupa koskee vähittäismyyntiä yhden vähittäismyyntipaikan sisätiloissa ja se myönnetään kyseisten alkoholijuomien valmistajalle maankäyttö- ja rakentamislainsäädännössä tarkoitettussa rakennuksessa sijaitsevan valmistuspaikan yhteyteen, jossa alkoholijuoman käyminen on tapahtunut. Vähittäismyyntipaikassa saadaan myydä myös 1 momentissa tarkoitettuja alkoholijuomia.

Edellä 1 ja 2 momentissa tarkoitetun luvan myöntämisen edellytyksenä on lisäksi, että hakija on laatinut 54 §:ssä tarkoitetun oma-avontasuunnitelman.

Lupaviranomainen saa asettaa vähittäismyynnin kassa- ja myyntijärjestelyjä koskevia lupamääräyksiä, vain jos paikan sijaintiin tai toimintaan liittyy erityisiä valvonnan tai yleisen järjestyksen ja turvallisuuden riskejä.

3 luku Alkoholiyhtiö 22 § - 27 §

Pientislaamoliitto katsoo, että lainmuutoksen yhteydessä tulee tarkastella myös alkoholiliikkeen asemaa. Alkoholiliikkeen ehdotettu monopoliasema yli 5,5% alkoholijuomien osalta johtaa erityisesti pientislaamoiden osalta suuriin ongelmiin. Koska muuta myyntikanavaa suoraan kuluttajille ei ole, alkoholiliikkeen valinnat voivat määritellä tosiasiallisesti yhtiöiden menestyksen alkuvaiheessa, jolloin vaihtoehtoisia myyntikanavia ei ole. Alkoholiliikkeellä ei ehdotuksen mukaan ole mahdollisuutta suosia kotimaisia tuotteita, joten monopoli voi toimia tosiasiallisena esteenä kotimaisen tislamotoinnin aloittamiselle. Tätä ei voida pitää millään muotoa elinkeinopoliittisesti hyväksyttävänä.

Ehdotuksen perustelut monopolille ovat nykyisen perustuslain kannalta hatarat. Perustuslakivaliokunnan tulee ottaa asiaan kantaa elinkeinovapauden voimakkaimpana rajoituksena. Pidetäänkö viinin ja viinan vähittäismyynnin omimista valtiolle niin tärkeänä, että se oikeuttaa kansalaisen perustuslaissa taatun elinkeinovapauden mitätöimisen alkoholin vähittäiskaupan osalta.

Alkoholiliikkeen myymä alkoholimäärä on vähentynyt tasaisesti ja kulutetun etyylialkoholin määrässä mitaten muista myyntikanavista hankittu määrä ylittää monopoliliikkeestä hankitun. Täten monopolin oikeuttaminen kansanterveysyllä on hyvin vaikeasti perusteltavissa. Lisäksi alkoholiliikkeelle on annettu selkeä vuosittainen liiketuottotavoite, joka sotii monopolin kansanterveysperustelua vastaan. Valtio kerää tuottoa n. 40M€ vuosittain monopoli-asemallaan.

30 § Alkoholi- ja juomien rajat ylittävä etämyynti

Etämyynnin kieltäminen on tarpeeton. Velvoitteensa hoitavat etämyyjät joutuvat kohtuuttomaan asemaan joutuessaan lopettamaan laillisen liiketoimintansa. Lisäksi etäostoa ei voida kieltää. Niiden lopputulos on sama, mutta etäosto vaatii ostajalta huomattavasti enemmän vaivaa. Lain tarkoituksena ei voi olla kuluttajan kiusaaminen lisäbyrokratialla, jos kuitenkin lopputulos, alkoholin toimittaminen Suomeen ulkomailta, tapahtuu laillisesti.

Täten ei voida katsoa, että kiellon edellytyksenä oleva vaatimus välttämättömästä rajoituksesta kansanterveyden suojelemiseksi täyttyy.

32 § Alkoholijuomien maahantuonnin ikäraajat

sekä

36 § Vähittäismyynti- ja anniskelukiellot

Keinotekoinen jaottelu väkeviin ja mietoihin juomiin tulee lopettaa. 18-vuotias on äänioikeutettu ja vaalikelpoinen täysi-ikäinen ja -valtainen kansalainen, jonka oikeutta hankkia tai pitää hallussa alkoholijuomia ei tule iän perusteella rajoittaa.

Ehdotamme pykäliin seuraavia muotoiluja:

32 § Alkoholijuomien maahantuonnin ikäraajat

Alle 18-vuotias ei saa tuoda maahan alkoholijuomaa.

36 § Vähittäismyynti- ja anniskelukiellot

Alkoholijuomaa ei saa myydä tai muutoin luovuttaa vähittäismyynnissä tai anniskelussa:

1) alle 18-vuotiaalle;

2) henkilölle, jonka päihtymys on selvästi havaittavissa tai joka käyttäytyy häiritsevästi;

3) jos on aihetta olettaa alkoholijuoman luvaton luovuttamista tai välittämistä.

Alkoholijuomien hallussapitoa ja nauttimista anniskelupaikassa ei saa sallia henkilölle, joka on alle 18-vuotias, jonka päihtymys on selvästi havaittavissa tai joka käyttäytyy häiritsevästi.

41 § Vähittäismyyntiaika

On syytä harkita vakavasti on alkoholin myyntiaikoja syytä rajoittaa lainkaan tai jos on, onko ehdotettu rajoitusten laajuus välttämätöntä. Lähtökohtana tulisi olla tässäkin vain ainoastaan täysin välttämättömien rajoitusten käyttäminen.

Alkoholiliikkeen myyntiaikoja ei ole perusteltua syytä rajoittaa enempää kuin muiden vähittäismyyntien.

Ehdotamme koko pykälän poistamista tai vaihtoehtoisesti myyntiaikojen selkeää määrittelyä. Alkoholiliike ei tarvitse omaa momenttiaan pykälään lainkaan.

49 § Markkinoinnin sääntely

Markkinoinnin sääntely on alkoholilain yksittäisistä pykälästä ongelmallisimpia. Erityisen ongelman se tuottaa tislajille, joiden tuotteet ovat pääosin ”väkeviä” alkoholijuomia. Jotta tuotteiden vienti onnistuisi, niiden menekkiä täytyy pystyä testaamaan kotimarkkinoilla. Jos

kotimarkkinoiden sääntely käytännössä estää tuotteen markkinoinnin, ei testaus onnistu. Se taas saattaa johtaa tuotteiden viennin epäonnistumiseen.

Markkinoinnin sääntely on edelleen hyvin laajaa ja se puuttuu pieniin yksityiskohtiin ilman tarkempaa perustelua. Nykyiseen lakiin verrattuna sisältöön ei juurikaan ole tehty muutoksia. Tuote-tietojen esittämisen sallimista ei voida pitää minään merkittävänä uudistuksena, vaikka sillä otetaankin pieni askel oikeaan suuntaan. Säännösten juuret ovat vuoden 1977 laissa, joten olisi korkea aika muuttaa niitä vastaamaan 2020-luvun maailmaa.

Ei voida pitää millään tapaa tarkoituksenmukaisena jatkaa tilannetta, jossa viranomaiset tai oikeusistuimet tulkitsevat yksittäisten sanojen ja jopa kirjainten merkityksiä. Se, että viskimessuja ei saada kutsua viskimessuiksi, ei paranna kansanterveyttä millään tapaa. Sääntelyn ongelmista päästään helposti eroon lopettamalla sääntely kokonaan tai vähentämällä sitä merkittävästi.

Kaupallisen viestinnän nauttimaan sananvapautta tulee tulkita laveasti ja perusoikeusmyönteisesti. Sääntelyä luodessa tulisi lähteä siitä, että ainoastaan aivan välttämättömät rajoitukset voidaan asettaa. Lisäksi sääntöjen tulee olla selkeät ilman suurta tulkinnan varaa ja kaikille samat. Mikään näistä ei toteudu ehdotuksessa.

Välttämättömänä rajoituksena voidaan pitää vain alaikäisille suunnatun markkinoinnin kieltoa. Selkeys ja tulkinnan helppous ehdotukseen saadaan siten, että poistetaan kaikki muut rajoitukset. Tasapuolisuus syntyy siten, että rajoitukset koskevat samalla tavalla alkoholipitoisuudeltaan kaiken vahvuisia juomia.

Harhaanjohtava ja totuuden vastainen markkinointi on jo muussa lainsäädännössä kielletty, joten sitä ei tarvitse lisätä alkoholilakiin. Markkinoinnin sisältöä valvoo Mainonnan eettinen neuvosto, alkoholijuomille ei tarvita erillistä sisällön sääntelyä.

Ehdotamme ensisijaisesti seuraavaa muotoilua:

49 § Markkinoinnin sääntely

Alkoholijuoman markkinointi sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun markkinointiin on kielletty, jos se kohdistuu alaikäisiin.

Mikäli mainonnan sijoittumisen rajoittaminen katsotaan vakaan harkinnan jälkeen välttämättömäksi, toissijaisesti ehdotamme seuraavaa muotoilua (kellonaikoja voidaan höllentää):

49 § Markkinoinnin sääntely

Alkoholijuoman markkinointi sekä sen liittäminen muun tuotteen tai palvelun markkinointiin on kielletty, jos:

1) se kohdistuu alaikäisiin;

2) se toteutetaan tietoyhteiskuntakaaren (917/2014) mukaisessa televisio- ja radiotoiminnassa kello 7—22 tai kuvaohjelman, jonka ikäraja on kuvaohjelmalain (710/2011) mukaan alle 18 vuotta, elokuvateatterissa tapahtuvan julkisen esittämisen yhteydessä;

3) se toteutetaan tai kohdistetaan yleisölle järjestyslaissa (612/2003) tarkoitetulla yleisellä paikalla;

Edellä kohtaa 2 ei sovelleta sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä annetussa laissa (460/2003) tarkoitettuun julkaisu- ja ohjelmatoimintaan, jota muu kuin Suomeen sijoittautunut elinkeinonharjoittaja harjoittaa ulkomailla ja joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi yksinomaan muualla kuin Suomessa tai samansisältöisenä vastaanottajan maasta riippumatta. Säännöksiä sovelletaan kuitenkin ulkomailta harjoitettuun Suomessa markkinoilla olevien alkoholijuomien markkinointiin, joka on tarkoitettu vastaanotettavaksi erityisesti Suomessa.

Jos sääntelyssä kuitenkin päädytään nykyisen kaltaiseen malliin, tulee seuraavat seikat ottaa huomioon lakitekstissä tai vähintään perusteluissa:

2 momentin kohta 11 on erittäin ongelmallinen ja sen noudattaminen pilkulleen merkitsee käytännössä sosiaalisessa mediassa tehtävän markkinoinnin estämistä. Sosiaalinen media perustuu jakamiseen ja jatkuvaan vuorovaikutukseen. Mikäli tämä vuorovaikutus estetään, asetetaan samalla käytännössä kieltö sosiaalisen median käytölle (mietojen) alkoholijuomien markkinoinnissa. Erityisen ongelmalliseksi tämän tekee se, että käytännössä tämä säännös koskee vain Suomeen sijoittuneita toimijoita. Ulkomailta harjoitettavaa internet-markkinointia ei voida rajoittaa, joten käytännössä tällainen säädös antaa ulkomaisille toimijoille merkittävän markkinointiedun. Tämä tuskin on lainsäätäjän tarkoitus.

Kolmannessa momentissa tarkoitettua alkoholijuoman tunnuksen muun käytön kieltävää säännöstä ei voida tulkita siten, että alkoholialan yrityksen tunnuksen käyttö voidaan sen perusteella kieltää. Lisäksi myös väkevällä alkoholijuomalla ja yrityksellä täytyy voida olla sama nimi, ilman että yrityksen nimen käyttöä markkinoinnissa voidaan kieltää.

Väkevien juomien tuoteluetteloiden kohdalla perusteluissa viitataan ilmeisesti Alkon luetteloon ja sen esittämistapaan. Jotta tuotteita voidaan esitellä niiden ominaisuuksien mukaan, tämä rajoittaa liikaa esittämistapaa. Toimivampi referenssi löytyy Ruotsista, jossa tuottajat ja maahantuojat saavat esitellä myös väkeviä alkoholijuomia ja niiden käyttötapoja hillitysti mutta kuitenkin niiden ominaisuuksia kunnioittaen.

Alkoholijuomien lajien (kuten viski, gini, vodka) käyttö markkinoinnissa tulee yksiselitteisesti sallia. Viskimessuja pitää voida kutsua viskimessuiksi ja ginitehdasta ginitehtaaksi.

69 § Varoitus ja laiminlyöntimaksu

Ehdotettu varoitus laiminlyönneistä on kannatettava uudistus, jolla virallistetaan vakiintunut käytäntö.

Laiminlyöntimaksu on myös pienin varauksin kannatettava. Riskinä on pidettävä sitä, että laiminlyöntimaksun asettamisen mahdollisuus saattaa johtaa ohjauksen ja varoitusten sivuuttamiseen, koska ”rikesakko” on helppo antaa. Mikäli laiminlyöntimaksu otetaan käyttöön, sen käyttöä on seurattava tarkasti jos se johtaa ”sakotusvimmaan” ja maksun asettamisen edellytyksiä kiristettävä.

79 § Markkinointikiellon saattaminen markkinaoikeuden käsiteltäväksi

Ei ole asiallista perustetta jättää markkinointikieltoasioita hallintovalitusoikeuden ulkopuolelle. Myöskään ehdotuksen perusteluissa ei ole esitetty syytä valittuun käytäntöön.

Markkinaoikeudessa valittaja joutuu aina itse maksamaan oikeudenkäyntikulunsa, mikä saattaa asettaa tosiasiallisen esteen viranomaisen päätöksestä valittamisesta.

Lisäksi markkinaoikeuden päätöksestä valittaminen vaatii aina valitusluvan KKO:sta, mikä saattaa johtaa siihen, että hallinnollisesti päätetystä markkinointikieltoa koskevasta päätöksestä ei voi tosiasiallisesti valittaa kuin yhteen instanssiin. Tämä eroaa kaikista muista myös alkoholilain mukaan tehtävistä hallintopäätöksistä.

74 § Sosiaali- ja terveystalouden lupa- ja valvontaviraston perimät maksut

Erialaisten alkoholialan maksujen perusteet tulee tarkastella maksuperustelain mukaisesti. Esimerkiksi käyttömaksujen kohdalla valvonnan kustannuksia katetaan litrakohtaisella maksulla. On vaikea löytää perusteita, minkä takia 2000 litran käytön valvonnan kustannukset viranomaiselle olisivat suuremmat kuin 1000 litran, kun valvonta perustuu käyttäjän omiin ilmoituksiin. Digitalisoinnin edut pitäisi tässäkin siirtyä asiakkaalle. Maksuilla on katto, mikä johtaa siihen, että pientuottajat maksavat käytännössä litralta enemmän käyttömaksua kuin suuret toimijat.

Valvonta ja käyttömaksujen osalta tulisi siirtyä maksumalliin, jossa enemmän veronmaksukykyä omaavat suuret toimijat maksavat enemmän kuin toimintaansa aloittavat. Tämä voitaisiin esimerkiksi järjestää siten, että perusmaksuun sisältyy tietty määrä yksiköitä ennen kuin määrään perustuva laskutus lähtee liikkeelle. Lisäksi maksukattoja voidaan nostaa tai jopa poistaa kokonaan. Tällöin kustannus jakaantuu tasaisesti kaikille toimijoille.

Kunnioittaen,

Pientislaamoliitto

Beerhunters
Pori

Shaman Spirits
Tyrnävä

The Helsinki Distilling Company
Helsinki

Teerenpeli Panimo & Tislaamo
Lahti

Kyrö Distillery Company
Isokyrö

Valamo Monastery Distillery
Heinävesi

Sangen tislaamo
Tornio

Ägräs Distillery
Fiskars