



16.1.2017

Sosiaali- ja terveysministeriö  
kirjaamo@stm.fi

Viite: STM075:00/2011

## LAUSUNTO HALLITUKSEN ESITYSLUONNOKSESTA ALKOHOLILAIN KOKONAISUUDISTUKSEKSI

K-supermarket on tavallista parempi ruokakauppa, joka on sekä laadukas että edullinen helpon asioinnin ostospaikka. Vahvuuksia ovat ylivoimaiset tuoreosastot, ammattitaitoinen henkilökunta, kattava palvelu, laajimmat valikoimat sekä suomalaiset tuotteet. K-supermarket-ketjuun kuuluu 219 kauppaa ja näiden yhteenlaskettu myynti vuonna 2015 oli yli 1,7 mrd euroa (alv 0%). K-supermarket-kauppiat työllistävät yrityksissään noin 4500 henkilöä. Oluiden, siiderien ja muiden alkoholijuomien osuus K-supermarket-kauppojen elintarvikemyynnistä on keskimääräinen 6-7 prosenttia.

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

**Esityksestä seuraa välittömiä kuluttajahyötyjä.** Edellä mainittu keskeinen muutos mahdollistaa nykyistä laajemman tuotevalikoiman ostamisen ruokakaupasta yhdellä ostokäynnillä, joka olisi asiakkaiden toiveiden ja odotusten mukaista. Tavallista paremmiksi ruokakaupoiksi profiloituneiden K-supermarket-kauppojen asiakkaat haluavat yhdistää hyvään ruokaan siihen sopivat juomat. K-supermarket-kaupat haluavat laajentaa ja monipuolistaa valikoimiaan ja tarjota asiakkailleen nykyistä enemmän erikoistuotteita ja pienpanimoiden oluita. Uuden lain myötä ruokakaupat saisivat mahdollisuuden myydä panimotuotteita siinä vahvuudessa, jossa niiden maku on luonnollisimmillaan ja parhaimmillaan. Esitys parantaisi päivittäistavara-kaupan asiakkaiden palvelua erityisesti sellaisissa paikoissa, joiden läheisyydessä ei ole Alkoa. Lisääntyneiden asiakaskäyntien myötä ruokakauppojen myyntivolyymi kasvaisi ja kauppojen toiminta olisi tehokkaampaa. Tehostuminen vaikuttaa myös pienentävästi kaupoissa syntyvään ruokahävikkiin ja vähentää painetta ruuan hinnan nousulle. Ruuan tehokas arvoketju on kuluttajan ja koko yhteiskunnan etu.

**Alkoholin vähittäismyynnin monopoli vääristää kauppojen välistä kilpailua päivittäistavara-kaupassa.** Alkon sijainnilla on kiistaton vaikutus ruokakaupan valintaan ja tätä

kautta kauppojen kilpailukykyyn ja menestymisen mahdollisuuksiin. Suurimmillaan Alkon asiakasvirtoja ohjaava vaikutus näkyy viikonloppuisin ja juhlapyyhiä edeltävinä kaupapäivinä, jolloin kaupat kisaavat suurista ostoskoreista. Esitetty alkoholilakiuudistus ta-soittaisi Alkon liikepaikkasijainnin vaikutusta kauppojen asiakasmääriin ja loiventaisi kilpailukykyeroja lähellä ja kaukana Alkosta sijaitsevien ruokakauppojen välillä.

**K-supermarket-ketju sen sijaan vastustaa lakiesityksen 37 §:ään sisältyvää hyvin tulkinnanvaraista 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 johtaa kohtuuttomasti mitoitettuihin vaatimuksiin esimerkiksi henkilökunnan määrän tai vartioinnin osalta.

**Alkoholinmyynnin omavalvontakäytäntöjä ei tule säädellä raskailla viranomaisohjeilla.** Päivittäistavarakaupan omavalvonta on jo nykyisellään hyvin korkealla tasolla. K-supermarket-kaupat valvovat tehokkaasti ikärajavaltottavia tuotteita. K-supermarket-kaupat noudattavat toiminnassaan tinkimättömästi päivittäistavara-alan yhteisiä omavalvontakäytäntöjä, johon kuuluvat kauppakohtaiset omavalvontasuunnitelmat, valvonnan suorittaminen sekä kirjanpito ikärajatarkastuksista ja niiden tuloksista, selvästi päihtyneiden alkoholin ostoyrityksistä, alkoholin välitysepäilyistä, vakavista ongelmatilanteista ja viranomaisten tarkastusten johdosta toteutetuista toimenpiteistä. Ikärajpasiin suorittaminen on osa henkilökunnan perehdyttämisen perusrutiineja. Nykyiset omavalvontakäytännöt ovat varsin kattavat ja käyttökelpoiset, eikä toimintaa jäykistävälle uudelle sääntelylle ole tarvetta.

**Esityksen 50 §:ään sisältyvä hintahyvitysten kielto 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-supermarket-kaupoissa ja muissa Plussa-verkoston kaupoissa tekemistään ostoista. Alkoholituotteista kertyvät Plussa-pisteet edustavat vain murto-osaa Plussa-asiakkaan kokonaispistekertymästä. Alkoholituotteista annettavat Plussa-pisteet eivät siten edistä kaupan alkoholituotteiden myyntiä tai lisää Plussa-asiakkaan alkoholituotteiden ostoja.

Lakiesityksen 50 §:ään sisältyvä hintahyvitysten kielto kohtelisi joka tapauksessa eri tavalla K-Plussa-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-supermarket-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 päivittäistavarakaupassa parantaisi merkittävästi päivittäistavarakaupan asiakaspalvelua ja kilpailuedellytyksiä markkinoilla.

Helsingissä 16. päivänä tammikuuta 2017

[toimitettu sähköisesti]

Pauli Jaakola

K-supermarket Konala

K-supermarket-johtokunnan puheenjohtaja

[toimitettu sähköisesti]

Ari Sääksmäki

Johtaja

K-supermarket-ketju, Ruokakesko Oy

