



Elintarvikemarkkinavaltuutettu
Livsmedelsmarknadsombudsmannen
The Food Market Ombudsman

REILUT KAUPPATAVAT JUOMA-ALALLA -KYSELYN TULOSRAPORTTI

Syksy 2024



Kyselyn tausta

Suomessa elintarvikemarkkinoiden toimintaa sääntelee [elintarvikemarkkinalaki](#). Elintarvikemarkkinalain tavoitteena on parantaa elintarvikemarkkinoiden toimivuutta sekä turvata elintarvikeketjun heikommassa asemassa olevien toimijoiden asemaa. Maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden tavarantoimittajien ja ostajien neuvotteluvoiman on yleisesti todettu olevan merkittävästi epätasapainossa Euroopan unionissa.

Tämän ongelman helpottamiseksi Euroopan unionissa on säädetty ns. [kauppatapadirektiivi](#), joka suojaa pieniä ja keskisuuria tavarantoimittajia, jotka ovat sopimussuhteessa isojen yritysten kanssa. Direktiivissä on määritelty ehdottomasti kielletyt käytännöt, sekä käytännöt, jotka ovat kiellettyjä, jos niistä ei ole sovittu selkeästi ja yksiselitteisesti. Suomessa kauppatapadirektiivi on toimeenpantu elintarvikemarkkinalaissa.

Suomessa toimii elintarvikemarkkinavaltuutettu, joka toimii elintarvikemarkkinoiden toimivuuden parantamiseksi ja hyvien liiketapojen vastaisten käytäntöjen estämiseksi. Elintarvikemarkkinavaltuutettu valvoo elintarvikemarkkinalaissa säädettyjen vaatimusten ja kieltojen noudattamista. Lisäksi elintarvikemarkkinavaltuutettu antaa elintarvikeketjun toimintaan liittyviä suosituksia, lausuntoja ja ehdotuksia sekä tiedottaa ja neuvoo alan toimijoita hyvistä liiketavoista.

Vuonna 2023 elintarvikemarkkinavaltuutettu aloitti alakohtaiset kyselyt kerätäkseen ajantasaista tietoa lain noudattamisesta. Kyselytulokset leipomo- ja konditoria-alalta, lihateollisuudesta sekä marja- ja hedelmälialalta on julkaistu [elintarvikemarkkinavaltuutetun verkkosivuilla](#). Keväällä 2024 toteutettiin juoma-alan kysely, jonka tarkoituksena oli selvittää reilujen kauppatapojen noudattamista ja elintarvikemarkkinalain vaikutusta alalla.

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto toteutti juoma-alan toimijoille suunnatun kyselyn keväällä 2024. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, noudatetaanko juoma-alan tuotteiden kaupassa reiluja kauppatapoja. Lisäksi kartoitettiin, onko elintarvikemarkkinalaki vaikuttanut ketjun toimintaan.

Elintarvikemarkkinavaltuutettu hyödyntää kyselyn tuloksia elintarvikeketjun hankauskohtien tunnistamisessa erityisesti juoma-alan tuotteiden kaupassa. Tulosten perusteella kohdistetaan myös esimerkiksi valtuutetun antamaa ohjeistusta ja neuvontaa.

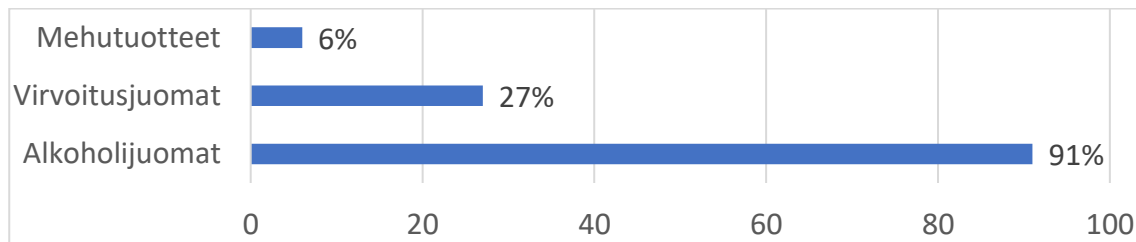
Aineistoa käsiteltiin tilastollisin menetelmin nimettöminä ja täysin luottamuksellisesti. Yksittäisen henkilön vastauksia ei ole käsitelty erikseen, eikä yksittäisten vastaajien vastauksia voi erottaa tuloksista.

Kysely toteutettiin verkossa Webropol-alustalla 4.-30.6.2024. Kutsu kyselyyn lähetettiin noin 114 vastaanottajalle ja vastauksia saatiin 33 kappaletta. Näin ollen kyselyn vastausprosentti oli 28,9 prosenttia.

Kyselyn tulokset

Taustatiedot

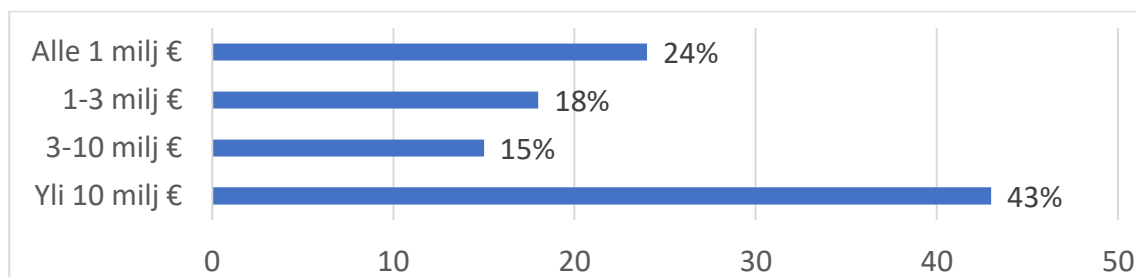
Kyselyyn vastanneet yritykset jakoutuivat juoma-alan toimialoille seuraavasti:



Kuvio 1. Vastanneiden yritysten toimialajakauma.

Taulukkoa tulkitessa on hyvä huomioida, että vastaaja on voinut valita useamman kuin yhden toimialan.

Kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihto jakautui seuraavasti:



Kuvio 2. Vastanneiden yritysten liikevaihtojakauma.

Kyselyssä koettujen kiellettyjen kauppatapojen ja muiden ongelmien ajanjaksoksi asetettiin viimeiset 12 kuukautta. Tällä varmistettiin, että vastaukset keskittyvät ajankohtaisiin ongelmiin. Kyselyn tuloksia tulkitessa huomioitavaa on, että elintarvikeketjun hankauskohtia koskevat kysymykset on esitetty vain niille vastaajille, jotka ovat vastanneet kohdanneensa ongelmia tai elintarvikemarkkinalain vastaista toimintaa juoma-alan tuotteiden kaupassa. Mikäli vastaaja ei ole rastittanut yhtäkään ongelmaa, ei hänelle ole esitetty enempää ongelmiin liittyneitä tarkentavia kysymyksiä. Näin ollen eri ongelmia koskevissa tarkentavissa kysymyksissä mainitut prosenttiosuudet ovat osuuksia sen ongelman maininneista vastaajista. Eli esimerkiksi kun 50 prosenttia kaikista vastaajista on maininnut maksuajat ongelmaksi juoma-alan tuotteiden kaupassa, on tämä prosenttiosuus laskettu kaikista vastaajista, jotka kertoivat, että olivat kohdanneet ongelmia. Kun puolestaan mainitaan, että 63 prosenttia vastaajista on kokenut maksuaikojen osalta suurimmaksi ongelmaksi tuotteiden maksamatta jättämisen lain mukaisten maksuaikojen puitteissa, on tämä prosenttiosuus laskettu vain niistä vastaajista, jotka olivat kertoneet kohdanneensa maksuaikoihin liittyviä ongelmia.

Elintarvikeketjun kauppatapojen hankauskohdat

Maksuajat

Suurimmaksi ongelmaksi juoma-alan tuotteiden kaupassa kyselyn tulosten perusteella koetaan maksuaikoihin liittyvät ongelmat, jonka koki ongelmaksi 50 prosenttia kyselyyn vastanneista. Elintarvikemarkkinalain mukaan maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden maksuaika on enintään 14 päivää. Ostaja ja myyjä voivat kuitenkin aina sopia, että maksuaika on tätä lyhyempi, esimerkiksi 7 päivää. Myös pidemmästä, enintään 30 tai 60 päivän maksuajasta voidaan sopia laissa säädetyin ehdoin.

Suurimmaksi maksuaikoihin liittyväksi ongelmaksi koettiin se, ettei tuotteita ole maksettu lainmukaisten maksuaikojen puitteissa. Tämän koki ongelmaksi 63 prosenttia vastaajista. Puolestaan 50 prosenttia vastaajista koki ongelmaksi sen, ettei tuotteita ole maksettu sopimusten mukaisten maksuaikojen puitteissa. Maksuaikoihin liittyviä ongelmia vastasivat kokeneensa erityisesti isommat, yli 10 miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset.

Ehtojen yksipuoliset muutokset

Toiseksi suurimmaksi ongelmaksi juoma-alan tuotteiden kaupassa koettiin ehtojen yksipuoliset muutokset. Tähän aihekokonaisuuteen liittyviä ongelmia voivat olla esimerkiksi toimitusmäärien tai hintojen muuttaminen yksipuolisesti. Ehtojen yksipuolisen muuttamisen koki ongelmaksi 38 prosenttia kyselyyn vastanneista.

Elintarvikemarkkinalain mukaan sopimuksessa ei saa käyttää ehtoa tai soveltaa menettelyä, jonka perusteella ostaja voi muuttaa yksipuolisesti maataloustuotteiden tai elintarvikkeiden toimitussopimuksen ehtoja, jotka koskevat esimerkiksi toimituksen tai jakelun tiheyttä, tuotteiden määrää tai hintoja.

Vastausten perusteella ehtojen yksipuolista muuttamista tapahtuu etenkin maksuaikojen osalta. Myös toimituspäiviä siirretään yksipuolisesti.

Palautukset

25 prosenttia kyselyyn vastanneista koki palautukset ongelmaksi juoma-alan tuotteiden kaupassa. Elintarvikemarkkinalaissa todetaan, että ostaja ei saa palauttaa myymättä jääneitä maataloustuotteita tai elintarvikkeita tavarantoimittajalle maksamatta niistä tai niiden hävittämisestä.

Vastausten mukaan esimerkiksi päiväysvanhoja tuotteita yritetään palauttaa takaisin tavarantoimittajalle maksamatta niistä.

Tilausten peruutukset

Tilausten peruutukset koki ongelmaksi 16 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Vastausten mukaan tilauksia peruutetaan liian lähellä sovittua toimituspäivää. Elintarvikemarkkinalain mukaan ostaja ei saa käyttää ehtoa tai soveltaa menettelyä, jonka perusteella se voi peruuttaa tuotteiden tilauksen alle 30 päivää ennen sovittua toimitusajankohtaa.

Kaupalliset kostotoimet ja kielletyt maksut

Kaupalliset kostotoimet koki ongelmaksi 13 prosenttia kaikista vastaajista. Elintarvikemarkkinalain mukaisia kaupallisia kostotoimia ovat muun muassa tuotteiden poistaminen valikoimasta tai tilausmäärien vähentäminen sen seurauksena, että tavarantoimittaja käyttää sopimusperusteisia tai lakisääteisiä oikeuksiaan saattaa asian viranomaisen käsiteltäväksi tai muuten tekee yhteistyötä viranomaisen kanssa.

Vastausten perusteella kaupalliset kostotoimet ilmenevät muun muassa tilausmäärien vähentämisenä, tuotteiden poistamisena ostajan valikoimista tai tilausten lopettamisella uhkailuna.

Elintarvikemarkkinalain mukaan kiellettyjä maksuja elintarviketuotteiden kaupassa ovat maksut, jotka eivät liity myyntiin, maksut tuotteen pilaantumisesta tai häviämisestä ja korvaukset asiakasvalitusten käsittelykustannuksista, jotka eivät ole aiheutuneet tavarantoimittajan virheestä. Lisäksi varastoinnista, esilläpidosta, tuotevalikoimaan sisällyttämisestä tai myytäväksi asettamisesta, myynnistä alennuksella myynninedistämistarkoituksessa, mainonnasta tai markkinoinnista sekä myyntitilojen sisustamisesta aiheutuvat kustannukset ovat kiellettyjä, ellei niistä ole sovittu ennakoon selkeästi ja yksiselitteisesti.

Kyselyn vastausten perusteella juoma-alan kaupassa useimmin esiintyviä kiellettyjä maksuja ovat Maksu myynnistä alennuksella osana myynninedistämisestä aiheutuvia kustannuksia ilman selkeää ennakkosopimusta. Tämän koki ongelmaksi 50 prosenttia kiellettyjä maksuja kohdanneista vastaajista.

Muita kyselyssä esiin tulleita ongelmia

Muita kyselyn vastauksissa esiin tulleita ongelmia olivat:

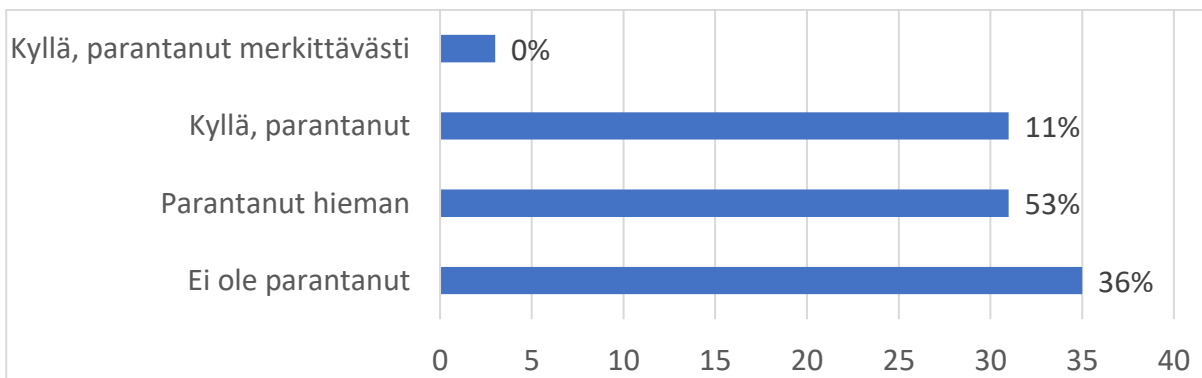
1. Toimitusvarmuussopimukset sitovat vain tavarantoimittajaa, mutta ostaja ei sitoudu tilausmääriin
2. Kaupan neuvotteluvoima ja keskittyneisyys

Elintarvikemarkkinalain ja elintarvikemarkkinavaltuutetun tunnettuus ja vaikuttavuus

Elintarvikemarkkinalaki

67 prosenttia kaikista vastaajista tiesi, että Suomessa on elintarvikemarkkinalaki. Suuremmat, yli 10 miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset tiesivät elintarvikemarkkinalaista muista yrityksistä useammin.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että elintarvikemarkkinalaki on parantanut tavarantoimittajien asemaa elintarvikeketjussa ainakin hieman. Kuitenkin 36 prosenttia kaikista vastaajista oli sitä mieltä, että elintarvikemarkkinalaki ei ole parantanut tavarantoimittajien asemaa ketjussa lainkaan.



Kuvio 4. Onko elintarvikemarkkinalaki mielestäsi parantanut tavarantoimittajien asemaa elintarvikeketjussa?

Elintarvikemarkkinavaltuutettu

Elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta tiedettiin vastaajien keskuudessa varsin hyvin, sillä 64 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista yrityksistä tiesi, että Suomessa toimii elintarvikemarkkinavaltuutettu. Mitä suurempi yritys oli kyseessä, sitä paremmin elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta tiedettiin.

Toimenpidepyynnön tekeminen

Elintarvikemarkkinoiden toimijat voivat tehdä [toimenpidepyynnön](#) elintarvikemarkkinavaltuutetulle, mikäli epäilevät tai havaitsevat elintarvikemarkkinalain rikkomistilanteita. Toimenpidepyyntö on tehtävä kirjallisesti ja se on [viranomaisten toiminnan julkisuudesta annetun lain \(621/1999\)](#) perusteella pääsääntöisesti julkinen. Valtuutetun on siten annettava tieto toimenpidepyynnöstä ja siihen liittyvistä asiakirjoista sitä pyytäneelle taholle.

Kyselyllä selvitettiin, voisiko vastaaja ajatella tekevänsä toimintapyynnön elintarvikemarkkinavaltuutetulle, mikäli olisi kokenut hyvän liiketavan tai elintarvikemarkkinalain vastaista toimintaa. 64 prosenttia kaikista vastaajista vastasi, että voisi ajatella tekevänsä toimenpidepyynnön. 3 prosenttia puolestaan vastasi ei, ja 33 prosenttia ettei osaa sanoa voisiko ajatella tekevänsä toimenpidepyyntöä elintarvikemarkkinavaltuutetulle.

Pienet, alle 1 miljoonan euron liikevaihtoa tekevät yritykset suhtautuivat myönteisemmin toimenpidepyynnön tekemiseen, kuin sitä suuremmat.

Kyselyllä kartoitettiin mitä esteitä toimenpidepyynnön tekemiselle voisi olla. Suurimmaksi esteeksi vastaajat kokivat pelon liikesuhteen menettämisestä toimenpidepyynnön tekemisen seurauksena. Tämän koki esteeksi 73 prosenttia kyselyyn vastanneista. 67 prosenttia kaikista vastaajista taas piti asiakkaan ostojen pienenemistä esteenä toimenpidepyynnön tekemiselle. Puolestaan 46 prosenttia vastaajista koki, ettei viranomainen pystyisi auttamaan.



Kuvio 5. Mitä esteitä toimenpidepyynnön tekemiselle elintarvikemarkkinavaltuutetulle voisi mielestäsi olla?

Mitä seuraavaksi?

Juoma-alalle toteutettu kysely oli neljäs elintarvikemarkkinavaltuutetun toteuttama alakohtainen kysely. Juoma-alalle toteutetun kyselyn tulokset vahvistavat elintarvikemarkkinavaltuutetun muiden kyselyiden tulosten avulla muodostamaa kokonaiskuvaa elintarvikemarkkinoiden toiminnasta. Kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään kokonaisuutena yhdessä muiden alakohtaisten kyselyiden tulosten kanssa elintarvikeketjun epäkohtien tunnistamisessa.

Seuraavaksi elintarvikemarkkinavaltuutettu suunnittelee miten se voi puuttua yleisimpiin alakohtaisissa kyselyissä esiin tulleisiin ongelmiin. Juoma-alan osalta elintarvikemarkkinavaltuutettu tulee kiinnittämään erityistä huomiota maksuaikoihin liittyviin ongelmiin. Elintarvikemarkkinavaltuutettu on jo aiemmin julkaissut maksuaikoihin liittyvän [ohjeistuksen](#). Jos maksuaikoihin liittyvät ongelmat jatkuvat, voi elintarvikemarkkinavaltuutettu tarvittaessa käyttää ongelmien poistamiseen myös lakisääteisiä toimivaltuuksiaan ensin konkreettisten tapausten tunnistamiseen ja sen jälkeen elintarvikemarkkinalain keinovalikoimaa tarvittavassa laajuudessa, jotta mahdollisesti havaituista lainvastaisista menettelytavoista luovutaan.

Elintarvikemarkkinavaltuutettu tulee myös kohdentamaan tulosten pohjalta antamaansa ohjeistusta ja neuvontaa, sekä tehostamaan viestintää elintarvikemarkkinalain mukaisista oikeuksista ja velvollisuuksista. Myös tietoutta elintarvikemarkkinavaltuutetun olemassaolosta lisätään.

Lisätietoja kyselystä

Lisätietoja kyselystä ja sen tuloksista voi pyytää Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimistosta sähköpostitse osoitteesta [etmv\(at\)etmv.fi](mailto:etmv(at)etmv.fi) tai puhelimitse numerosta 029 520 55 33.


Tilaa elintarvikemarkkinavaltuutetun uutiskirje QR-koodin avulla tai osoitteesta
elintarvikemarkkinat.fi.




Elintarvikemarkkinavaltuutettu
Livsmedelsmarknadsombudsmannen
The Food Market Ombudsman

Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto / PL 200 / 00027 RUOKAVIRASTO
Livsmedelsmarknadsombudsmannens byrå / PB 200 / 00027 LIVSMEDELSVERKET The Office of the Food
Market Ombudsman / P.O. Box 200 / FI-00027 FINNISH FOOD AUTHORITY, FINLAND

+358 29 520 55 33 / etmv@etmv.fi

 Elintarvikemarkkinavaltuutetun toimisto - The Office of the Food Market Ombudsman

 @ ETMV_toimisto