



Pienpanimoalennus ja private label -tuotteet

Pienpanimoalennuksella tuetaan ja elvytetään paikallista oluen tuotantoa sekä kompensoidaan pienten ja suurten panimoiden välisiä kustannuseroja. Pienpanimoalennusten soveltamisen edellytyksenä on, ettei kilpailu saa vääristyä. Pienpanimoalennuksen tarkoituksena on tasata isojen ja pienten yritysten välistä valmistuskustannusten eroa, mutta alennus ei saa valua kilpailua vääristävästi hintoihin.

Verohallinnon ohjeessa mainitaan erityisesti, että kauppojen omien merkkien (private label) valmistusta ei katsota lisenssivalmistukseksi, eikä se näin ollen vaikuta pienpanimoalennukseen. Private label -valmistuksessa ei ole kuitenkaan kysymys rakennedirektiivissä tarkoitetuista alueellisista ja perinteisistä tuotteista ja viimekätinen hyöty pienpanimoalennuksesta valuu ohjeen salliman toiminnan ansiosta päivittäistavarakaupan suurille ketjuille.

Suurilla ketjuilla on todettu olevan erittäin vahva neuvottelu- ja ostajavoima päivittäistavarakaupan markkinoilla, ja niiden markkinavoima on kasvanut viime vuosina. Neuvotteluvoimansa ansiosta suuret kauppaketjut pystyisivät hyvin todennäköisesti siirtämään veroedun valtaosin itselleen neuvottelemalla sopimusvalmistushinnat alemmas. Kauppaketju voisi esimerkiksi keskittää oluttuotteensa yhdelle pienpanimoalennuksesta hyötyvälle valmistajalle, ja näin vahvistaisi kauppaketjun asemaa suhteessa kaikkiin olutvalmistajiin ja samalla mahdollisesti hyötyisi verotuesta pienpanimoalennuksen muodossa. Sama periaate pitää ulottaa kaikkiin elintarvikkeisiin/elintarviketuottajiin, eikä oluen valmistusta voida kohdella eri tavalla.

Koska kauppaketjujen private label -valmistus pienehkössä tai keskikokoisessa panimossa tyypillisesti kattaa suuren osan panimon tuotannosta, se johtaa merkittävään riippuvuuteen toisesta markkinatoimijasta samaan tapaan kuin lisenssivalmistus toiselle panimolle. Tätä ei voida pitää direktiivin tavoitteen mukaisena. Direktiivin ehtoa panimoiden riippumattomuudesta olisi aiheellista soveltaa niin, että se estäisi päivittäistavarakaupan ketjujen private label -sopimusvalmistuksen.

Kun veronalennuksia annetaan yrityksille, olisi hyvä myös seurata sen kohdentumista. Ovatko yritykset tasapuolisesti pystyneet hyödyntämään veronkevennyttä tai onko se tuonut kilpailun vääristymiä markkinoille? Pienpanimoalennuksen ylärajan nostoa perusteltiin sillä, että yhä useampi yritys tulee yltämään lähemmäs 15 miljoonan litran rajaa lähivuosina. Jos näin ei ole tapahtunut, on pidettävä huolta, ettei verohuojennuksesta tule yhteen tai kahteen yritykseen kohdistuva suora veromuotoinen yritystuki. Toisaalta on hyvä miettiä, mitä tapahtuu verotulojen kertymälle, jos Suomen kokoisessa maassa olisi useita täyden verohelpotuksen saavia pienpanimoita ja oluen kulutus laskisi samaan tapaan kuin viime vuosikymmenen aikana.

Panimoliitto pitää selkeää ja läpinäkyvää ohjeistusta tarpeellisena alan toimijoiden yhtenäisen kohtelun varmistamiseksi pienpanimoalennuksen myöntämisedellytyksiä arvioitaessa. Panimoiden tulee saada tietoa ja ohjeistusta verotus- ja oikeuskäytännöistä ja näin samalla parannetaan edellytyksiä toimijoiden yhdenvertaiseen kohteluun. Samoin olisi tärkeää, että panimot voisivat vapaammin tehdä yhteistyötä keskenään. Yhteistyö myös isojen panimoiden kanssa olisi oltava helpompaa ja joustavampaa, muun muassa laadun kehittämiseen tai tuoteturvallisuuden liittyvissä asioissa.

Tavoitteet:

- Private label -tuotteiden valmistaminen pienpanimoalennuksen turvin kielletään.
- Ylärajaa lasketaan 10 miljoonaan litraan ja vastaavasti alarajaa nostetaan 1 miljoonaan litraan.