



29.8.2018

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton jäsenyrytysten kotimaanmyynti 1.1.–30.6.2018

Lämpö lisäsi alkoholittomien myyntiä – alkoholilain vaikutus neutraali – veronkotoruksille ei aihetta

Oluen, siiderin, long drink -juomien sekä virvoitusjuomien ja kivennäisvesien kotimaanmyynti oli 388,0 miljoonaa litraa tammi-kesäkuussa 2018. Panimojuomien kokonaismyynti kasvoi 12,2 miljoonaa litraa eli 3,3 prosenttia edellisen vuoden vastaavaan ajanjaksoon verrattuna. Luvut perustuvat Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton jäsenyrytysten Hartwallin, Momentin Groupin, Olvin, Red Bullin, Saimaa Brewing Companyn ja Sinebrychoffin myyntitilastoihin.

Ennätyslämmin toukokuu vauhditti erityisesti kivennäisvesien ja virvoitusjuomien myyntiä. Näiden juomien yhteenlaskettu myynti kasvoi tammi-kesäkuussa 11,5 miljoonaa litraa eli 7,4 prosenttia. Alkoholijuomista kasvoi vain long drink -juomien myynti. Samaan aikaan kun long drink -juomien myynti kasvoi, oluen ja siiderin myynnit laskivat. Oluen, siiderin ja long drink -juomien yhteenlaskettu myynti kasvoi vain 0,7 miljoonaa litraa eli 0,3 prosenttia.

Uudesta alkoholilaista huolimatta olutmarkkina laski edelleen. Alkoholilain voimaantulon jälkeen keskiolut on yhä myydyin olut. Tammi-kesäkuussa keskioluen myynnin osuus Panimoliiton jäsenyrytysten kotimaan olutmyynnistä oli 88,3 prosenttia. Edellisenä vuonna vastaavaan aikaan osuus oli 94,4 prosenttia.

Vuoden alussa olutveron korotusta perusteltiin terveyshaitoilla. Uhkakuva siitä, että suomalaiset siirtyisivät juomaan keskioluen sijaan vahvempia oluita, ei ole toteutunut. Sekä vahvan että miedon oluen myynti kasvoi hieman. Vahvan, yli 4,7-tilavuusprosenttisen, oluen osuus kotimaan olutmyynnistä oli tammi-kesäkuussa 9,8 prosenttia, kun vuotta aiemmin osuus oli 3,9 prosenttia. Miedon, alle 2,8-tilavuusprosenttisen, oluen osuus olutmyynnistä oli 1,9 prosenttia, kun edellisen vuoden tammi-kesäkuussa osuus oli 1,7 prosenttia. Miedoista oluista kasvussa on erityisesti alkoholittoman oluen myynti.

"Viimeiset alkoholiveron nostot ovat vaikuttaneet erityisesti oluen myyntiin. Lisäksi tarjousmyynnin säännökset, joita ei alkoholilain uudistamisen yhteydessä korjattu, ovat jo pitkään heikentäneet olutmarkkinaa", sanoo Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton puheenjohtaja, Olvin toimitusjohtaja **Lasse Aho**.

Tarjouspakko yksipuolistaa ja näivettää olutmarkkinaa

Alkoholijuomien hinnoittelua ja hinnan mainontaa koskevia säännöksiä kiristettiin vuonna 2007. Tarkoituksena oli nostaa hintoja, jolla vaikutettaisiin kulutukseen. Käyttöön otettiin velvoite, että tarjouksen on oltava voimassa kaksi kuukautta kerrallaan. Tämän säännöksen vuoksi kahden kuukauden tarjousjaksot seuraavat nyt toinen toistaan. Kahden kuukauden kampanjasääntö on siirtänyt kulutuksen 24-tölkkin pakkaukseen eli ns. salkkuun. Vuonna 2017 peräti puolet kotimaan olutmyynnistä vähittäiskaupassa oli 24-tölkkin monipakkauksia.

Lisäksi lain mukaan yksittäinen pullo tai tölkki pitää voida ostaa yhtä halvalla kuin sen hinta on halvimmassa monipakkauksessa. Tämä on johtanut monipakkausten auki repimiseen ja siihen, että yhden tölkin saa nyt entistä edullisemmin – vastoin alkuperäistä tarkoitusta.

"Laki ei ole toiminut toivotulla tavalla. Tarjousmyyntiä hillitsemään tarkoitettut säännökset ovat vastoin tarkoitustaan entisestään lisänneet tarjouskampanjointia. Pykälä on merkittävä markkinahäiriö, eikä se myöskään edistä kohtuukäyttöä. Kyseinen tarjouskäytäntö pakkausten repimisineen olisi poistettava lainsäädännöstä ja olutmarkkina normalisoitava tältä osin", Aho sanoo.

Tarjouskisaan päästäkseen valmistajan pitää kyetä tuottamaan suuria määriä tätä yhtä tarjoustuotetta, mikä osaltaan heikentää panimoiden tasapuolisia mahdollisuuksia pärjätä volyymikilpailussa. Säännöksellä on



29.8.2018

kokonaisuutena kielteinen vaikutus kotimaisten panimoiden kannattavuuteen ja siten työllisyyteen sekä investointimahdollisuuksiin.

KOTIMAANMYynti 1.1.2018–30.6.2018

Juoma	2018 milj. l.	2017 milj. l.	Muutos milj.l.	Muutos %
Olut	181,8	186,8	-5,0	-2,7
Siideri	12,9	14,5	-1,5	-10,5
Long drinkit	25,0	17,8	7,2	40,4
Virvoitusjuomat	126,9	118,5	8,3	7,0
Kivennäisvedet	41,3	38,1	3,2	8,4
Kokonaismyynti	388,0	375,8	12,2	3,3

Lähde: Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton jäsenyritykset. Tilasto ei sisällä Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton ulkopuolisten toimijoiden myyntilukuja eikä panimotuotteiden tilastoimatonta yksityistuentia.

Lisätiedot:

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry
Hallituksen puheenjohtaja Lasse Aho, p. 017 838 5200
Viestintäpäällikkö Outi Heikkinen, p. 050 370 8677

www.panimoliitto.fi, www.kohtuullisesti.fi, www.maljasuomelle.fi

Twitter: @panimoliitto, Facebook: /panimoliitto, Instagram: @panimoliitto

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry on olutta, siideriä ja long drink -juomia sekä virvoitusjuomia ja kivennäisvesiä valmistavan kotimaisen elinkeinon edunvalvoja. Sen jäsenyritykset ovat Oy Hartwall Ab, Momentin Group Oy, Olvi Oyj, Red Bull Finland Oy, Saimaa Brewing Company ja Oy Sinebrychoff Ab. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto on Elintarviketeollisuusliitto ry:n toimialayhdistys.