

# Toiko EU jäsenyys kuluttajalle yhdeksän hyvää ja kymmenen kaunista?

**Runsas kymmenen vuotta sitten suomalaiset punnitsivat liittykö EU:hun vai ei. Moni liittymisen puolesta äänestänyt toivoi unionin tuovan turvallisuutta, kun taas päättäjät tiesivät yhdentymisen olevan elintärkeää suomalaiselle vientiteollisuudelle. Arjessa monet perustelut vietiin kuluttajan kukkarolle. EU:n luvattiin tuovan mukanaan edullisempaa ruokaa, autoja ja muita etuja joita muu Eurooppa pursusi. Moni toivoi, että suomalaisesta kuluttajasta tulisi liittymisen myötä eurooppalainen. Jolla olisi samat oikeudet EU:n kansalaisena ja ennen kaikkea kuluttajana. Kuinka kävi?**

Elintarvikkeiden reaali hinnat ovat samalla tasolla kuin EU:hun liityttäessä, toteaa Päivittäistavarakauppa ry:n toimitusjohtaja **Osmo Laine**.

Tämä kertoo siitä, että suomalainen elintarvikeketju kykeni vastaamaan kansainväliseen kilpailuun ja sen hinnat ovat muuttuneet kilpailukykyisiksi. Tuotannon tehostaminen on näkynyt kuluttajan lompakossa.

Laine selventää laskutoimitusta vertaamalla elintarvikkeisiin käytetyn rahan osuutta kuluttajamenoista. Vuonna 1994 menoista meni 17 % elintarvikkeisiin, nyt 12 %. Rahaa jää muihin asioihin elintarvikkeiden ollessa edullisempia, laine selventää.

"Seuraava tärkeä askel otetaan 1.10.2009. Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennus 12 prosenttiin on puolalainen askel kohti eurooppalaista käytäntöä. Matkaa tosin vielä on." Laine kertoo eurooppalaisen keskiarvon olevan tätä nykyä noin 8 %.

Kauppa ja teollisuus ovatkin pitäneet lupauksensa ja tarjonneet suomalaiselle kuluttajalle eurooppalaista hintatasoa, valtiolla on kuitenkin vielä hoitamattomia asioita.

## Riesling ja litra päämää kiitos!

Alkoholi ja Suomen omintakeinen alkoholipolitiikka on toinen suuri asia, johon moni toivoi muutoksia EU:n myötä. Tällä saralla olemme nähneet varsin vähän myönteistä, Laine pohtii.

"Alkoholipolitiikka on Suomessa yhä enemmänkin finanssipolitiikan jatke kuin kansanterveydellinen instrumentti."

Alkoholipolitiikasta kuluttajakin on eri mieltä. Esimerkiksi puolet suomalaisista toivoisi viinejä lähikauppoihin mutta vain murto-osa kaipaa sinne väkeviä. Tämä on merkki siitä että kuluttajat olisivat jo valmiita muutokseen, Laine uskoo.

Alkon liiketoimintaa ohjaavat toiset säännöt kuin työ kansanterveyden eteen. Laine ottaa esimerkiksi Alkon siirtymisen suurten kauppakeskusten yhteyteen. "Sinänsä liiketoiminnallisesti järkevää, mutta ei kyllä vastaa Alkon alkoholipoliittista tehtävää." Alkon myynnin maksimointi ohjaa kuluttajia pois lähikauppapalveluista ja heikentää niiden mahdollisuuksia toimia.

Alkon toiminnassa on tosin muutakin huomautettavaa. Laine kertoo sen perustuvan varsin omintakeisiin tulkintoihin siitä, mitä EU:n kanssa on sovittu. Alkolla on lupa keskittyä vähittäismyyntiin, mutta tosiasiallisesti se toimii kuitenkin myös tukkupuolella estäen alan toimijoita myymästä alkoholia. Laineen mukaan tällainen alkoholimonopolin tulkinta ja sovellus on vienyt suomalaisen politiikan uskottavuutta Euroopassa.

## Parlamentti kutsuu

Laine toivoisi nyt valittavaan parlamenttiin löytyvän edustajia, jotka ymmärtävät avoimien sisämarkkinoiden toimintaa ja mitä se merkitsee kuluttajille. Jonkun on

oltava kuluttajan puolella, hän tiivistää.

"Kurkkudirektiivejä parjattaessa jää huomiotta, että Suomessa ei ole laatujärjestelmiä elintarvikkeille. Silti pidämme kotimaista tuotantoa yliveraisen puhtaana ja laadukkaana. On olemassa myytti suomalaisesta laadusta."

"Maataloudessa mietittävänä ovat myös maataloustuet. Jatkoissa Suomessa maksettava tuki on perustuttava vastaamaan paremmin kysynnän ja huoltovarmuuden tarvetta," Laine toteaa. "Suomen on myös valvottava paremmin EU:n ympäristötuen ehtojen toteutumista, koska maatalous on suurin Itämeren ja sisävesien saastuttaja."

Lisäksi Laine kaipaa avoimempaa keskustelua ympäristömerkeistä. Skandinaavisen Joutsen-merkin helliminen ylitse eurooppalaisen Eco Labelin on ympäristöllisesti perusteetonta. Niistä syntyy helposti myös kaupan esteitä.

Suomi suhtautuu yhä Euroopan unioniin kauppapoliittisena instrumenttina. Henkisesti ei osata olla osa Eurooppaa, eikä anneta kansalaisten eurooppalaistua. "Mentaliteetti Suomen EU-politiikassa on sellainen, että valtiolta pyrkii poimimaan rusinat pullasta itselleen ja vientiteollisuudelle, jolloin kuluttajalle jää aina kuiva pulla," Laine kritisoi.



Osmo Laine



K-citymarket Helsinki Malmi, Malmin Nova kauppakeskus