

Laura Pulkkinen

Panimotoiminta Suomessa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Tradenomi

Liiketalouden koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Elokuu 2016

Tekijä Otsikko	Laura Pulkkinen Panimotoiminta Suomessa
Sivumäärä Aika	27 sivua + 6 liitettä Elokuu 2016
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalous
Suuntautumisvaihtoehto	Laskentatoimi ja rahoitus
Ohjaaja	Lehtori Tiina Mikkola
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia panimoihin liittyvää historiaa sekä panimoiden nykytilaa, verotusta ja markkinatilannetta Suomessa ja niiden vaikutusta panimoiden toimintaan.</p> <p>Työ toteutettiin pääasiassa kirjallista materiaalia käyttäen. Lähteinä olivat esimerkiksi viranomaistahot, kuten Tulli, Elintarviketeollisuusliitto ja Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto, Suomen laki sekä Pienpanimo- ja Panimoliittojen internetsivut.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista nousivat esiin suurimpana ongelmana useat verot, joita panimot joutuvat maksamaan. Veroprosentit ovat myös suhteessa korkeat verrattuna muihin EU-maihin. Pienemmille panimoille suodaan kuitenkin verohelpotuksia, jotka osaltaan edistävät panimoalan toimintaa ja kehittymistä. Ongelmana nousi esiin myös panimotuotteiden ulosmyyntiin liittyvä lainsäädäntö, joka rajoittaa vahvasti panimotuotteiden myyntiä suoraan kuluttajille.</p>	
Avainsanat	panimo, panimoteollisuus, lainsäädäntö, verotus

Author Title	Laura Pulkkinen Brewing in Finland
Number of Pages Date	27 pages + 6 appendices August 2016
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	Accounting and Finance
Instructor	Tiina Mikkola, Senior Lecturer
<p>The purpose of this thesis was to study the history, present situation, taxation, markets and their effect on brewery operations in Finland.</p> <p>The thesis was based on professional literature and written material including material produced by the Finnish Customs, Finnish Food and Drink Industries' Federation, National Supervisory Authority for Welfare and Health. In addition, the Finnish Law and Regulations as well as material from Brewery Unions were included in the thesis.</p> <p>The research showed that one of the major issues was the numerous taxes that breweries are obliged to pay. Taxes are also high compared to other EU-countries. However, there are tax reliefs for smaller breweries that promote the operation and development of Finnish breweries. Another issue was the restrictive legislation when it comes to selling the brewery products directly to consumers.</p>	
Keywords	brewery, brewing industry, legislation, taxation

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Historia	2
2.1	Oluen ja panimoiden historiaa	2
2.2	Sotavuodet ja kieltolaki	3
2.3	1950-luvulta eteenpäin	5
2.4	Vuosituhanen vaihde	7
2.5	Virvoitusjuomien historia	8
3	Panimoiden nykytila Suomessa	9
3.1	Pienpanimotoiminta	9
3.2	Pienpanimon perustaminen	11
4	Verotus	12
4.1	Arvonlisävero	12
4.2	Valmistevero eli alkoholivero	13
4.3	Juomapakkausvero	14
4.4	Virvoitusjuomavero	15
4.5	Pienten panimoiden verotus	16
4.6	Erot pienten ja suurien panimoiden verotuksessa	17
5	Markkinatilanne	18
5.1	Mietojen alkoholijuomien mainonta	18
5.2	Matkustajatuonti	18
5.2.1	Alkoholin internetmyynti toisesta EU-maasta	19
5.3	Myyntikanavat	20
5.3.1	Vähittäismyynti	21
5.3.2	Ravintolamyynti	22
5.3.3	Alko Oy:n myynti	23
6	Yhteenveto	24
	Lähteet:	26
	Liitteet:	1
	Liite 1: Euroopan maiden vero-osuus oluen litrahinnassa	1

Liite 2: Ote alkoholi- ja alkoholijuomalain verotaulukkoliitteestä	2
Liite 3: Ote makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverolaista	3
Liite 4: Oluesta suoritettavan alkoholijuomaveron alennukset	4
Liite 5: Panimotuotteiden kulutuksen jakautuminen	5
Liite 6: Panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden kotimaanmyynti	6

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda tiivistetty katsaus suomalaisen panimoteollisuuden kehittämisestä, alan lainsäädännöstä, verotuksesta ja nykyisestä markkinatilanteesta. Työn tarkoituksena on myös toimia ohjeena aloitteleville panimoille.

Panimoilla on Suomessa pitkä ja värikäs historia, jonka koin kuuluvan olennaisena osana siihen, miten panimot ja niihin liittyvä lainsäädäntö ovat kehittyneet tähän päivään mennessä. Panimoteollisuus on myös yksi maamme vanhimmista teollisuudenaloista, eikä alan tuotanto koske pelkästään oluen, vaan myös esimerkiksi siiderin, sahdin, virvoitusjuomien ja kivennäisvesien valmistusta. Panimoteollisuus on myös mielestäni iso osa maamme kulttuuriperintöä.

Aihe on mielestäni ajankohtainen, koska ihmisten kiinnostus ruoka- ja juomakulttuuria kohtaan kasvaa yhä enemmän. Myös ruoan ja juoman laatu ja alkuperä ovat kuluttajille aiempaa tärkeämpiä. Tämä näkyy esimerkiksi uusien pienpanimoiden perustamisvauhdissa ja pienpanimo-oluiden valikoimassa.

Eräänlaiselle tiiville tietopakettile lakipykälisiä ja toimintatavoista panimoiden toimintaan liittyvissä kysymyksissä on tarvetta, kun alan harrastajat ja uudet yrittäjät aloittavat toimintaansa panimoteollisuuden alalla. Opinnäytetyön tarkoituksena on myös pohtia lainsäädäntöä, toimintatapoja ja markkinatilannetta erityisesti pienten panimoiden näkökulmasta.

Lähteinäni ovat olleet lähinnä alan historiikit, lakitekstit, viranomaisten ohjeistukset, alan liitot ja yritykset sekä erilaiset tutkimukset. Samalta alalta Suomessa on tehty esimerkiksi seuraavat opinnäytetyöt: Alustava liiketoimintasuunnitelma pienpanimoille (Harava 2014), Onko pienpanimo-olut trendikästä ja kannattavaa Suomessa? (Virstajärvi 2015) ja Pienpanimotuoteko luksustuote? – Pienpanimokuluttajien kuluttajaprofiili. (Hämäläinen 2015)

2 Historia

Opinnäytetyön historia-luvun tarkoituksena on valottaa panimoteollisuuden syntyvaiheita ja erityisesti historiaa viimeisen reilun sadan vuoden ajalta. Osioon on kerätty pääkohtia maamme suurimpien panimoiden syntyvaiheista, teollisuudenalan liittojen perustamisesta ja työstä sekä kieltolain ja sodan vaiheista. Erikseen on luku panimoteollisuuden vahvasti liittyvän virvoitusjuoma-alan historiasta.

2.1 Oluen ja panimoiden historiaa

Vaikka opinnäytetyö käsittelee varsinaisesti suomalaisten panimoiden lainsäädäntöä ja verotusta, koen panimoiden historian olevan olennainen osa sitä, miten nykyiseen lainsäädäntöön on päädytty ja miten suomalaiset panimot ovat kehittyneet siihen, mitä ne ovat tänä päivänä. Matti Turusen teoksessa ”Jos täytätte mun lasini – Suomalaisen panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden vuosisata” vuodelta 2002 on käsitelty hyvin kattavasti panimoiden viimevuosisataista historiaa Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitolle.

Oluen historia Suomessa ulottuu aina ajanlaskumme alkuun, jolloin viljeltyä ohraa käytettiin sahdin valmistamiseen. Mieltymys olueen on juurtunut syvälle Suomen kansaan, ja jo Kalevalassa on kuvailtu oluen syntyä. Eepoksen 20. runo on pidempi kuin itse kuvaus maailmamme luomisesta. (Korpinen & Nikulainen 2014, 15.)

Osmotar, oluen seppä, Kapo, Kaljojen tekijä,
otti ohrasen jyveä, seitsemän humalan päätä,
vettä kauhoa kahdeksan; niin pani pa'an tulelle,
laittoi keiton kiehumahan, Keitti ohraista olutta,
kerkeän kesäisen päivän nenässä utuisen niemen,
päättä saaren ternehisen, puisen uuen uurtehesen,
korvon koivuisen sisähän.
(Lönnrot 1943, 274.)

Suomalaisilta löytyy myös oma oluenjumalansa Pekko, jolle olutta uhrattiin. Kirjallisia lähteitä oluen nauttimisesta löytyy Suomesta aina 1300-luvulta lähtien. Olut olikin aikanaan yleinen janojuoma, koska juomavesi oli usein varsin saastunutta. (Korpinen & Nikulainen 2014, 15.; Olvisäätiö 2015.)

Varsinainen oluen verotuskäytäntö tuli voimaan jo Kustaa Vaasan aikana 1500-luvun loppupuolella. Harvaan asuttuun Suomeen ja sen kansaan verotus ei vielä kuitenkaan käytännössä yltänyt. Sen aika tuli vasta 50 vuotta myöhemmin, jolloin kaupunkeihin tuli varsinaiset panimotalot. Aksiisi eli valmistevero maksettiin tuolloin juoman vahvuuden ja määrän perusteella. Omaan käyttöön tehdystä juomasta maksettiin vain puolikas aksiisi.

Vielä 1700-luvun lopulla olutta sai panna myyntiin lähes kuka tahansa maistraatin luvalla, mutta tämä aikakausi sai päätöksen, kun Helsingin maistraatti päätti perustaa oluen ja kaljan panimon ja myydä sen oikeudet seuraavaksi vuosikymmeneksi. Yksinoikeudet myytävien mallasjuomien valmistukseen onnistui ostamaan Nikolai Sinebryhoff vuonna 1819. Hänen nimeään kantava panimo on Suomen vanhin ja yhä täydessä toiminnassa. (Turunen 2002, 14, 17,18.)

Suomalaisten panimoiden historiassa ja niitä koskevassa verotuksessa alkoi tapahtua itsenäistymisemme kynnyksellä 1900-luvun alussa. Raittiusliike oli levinnyt muutaman vuosikymmenen ajan ja myyntiä säännösteltiin rankasti. Panimoteollisuusyhdistys perustetaan Helsingin legendaarisessa hotellissa Kämpissä vuonna 1902. Panimoteollisuusliitto puolestaan perustettiin vuonna 1921, johon suurimmista toimijoista ilmoittautui jäseneksi 24 panimoa. (Turunen 2002, 43, 92; Olvisäätiö 2015.)

2.2 Sotavuodet ja kieltolaki

Vuonna 1914 sotatila Suomessa vaikutti vahvasti myös panimoihin ja alkoholia koskevaan lainsäädäntöön. Vielä ennen kieltolain voimaantumista määrättiin oluen anniskelulle ja myynnille erityiset korkeat sotaverot ja mallasverot vaihdettiin kulutusveroon. Virallisesti kieltolaki tuli voimaan 1919, mutta jo kaksi vuotta aiemmin takavarikoitiin alkoholipitoisten aineiden varastot. Kieltolaki kielsi yleisesti kaikki yli kaksi tilavuusprosenttia alkoholia sisältävät juomat, ja valmistusta sekä myyntiä pyöritti yksinoikeudella valtion monopoli. Kieltolain voimaantumista seuraavat vuodet olivat suomalaiselle panimoteollisuudelle hyvin raskaat. Hinnat ja tuotantokustannukset alle kahden prosentin tuotteissa nousivat nopeasti, mutta mallasjuomien valmistus oli kuitenkin verovapaa. Kaikki tuottajat joutuivat nyt kilpailemaan samoilla markkinoilla. 1920-luvun loppupuolella teollisuustilastoissa oli 57 mallasjuomapanimoa, Sinebryhoff suurimpana. Olutta ei merkittävästi salakuljetettu kieltolain aikana, vaikka alkoholin kulutus lisääntyikin, koska pirttu oli kannattavampaa. Vuonna 1923 tullin haaviin jäikin miltei puoli mil-

joonaa litraa spriitä, jonka arvellaan olevan vain murto-osa todellisesta kulutuksesta. (Turunen 2002, 72, 76, 79, 83, 88, Olvisäätiö 2015.)

Panimoteollisuusyhdistys ajoi juomien sallitun alkoholipitoisuuden korotusta, ja Panimoliiton työskennellessä myös kieltolain kumoamisen puolesta, laki kaatuikin lopulta 1931. Vuodenvaihteen jälkeen tuli voimaan uusi väkijuomalaki, jossa rajaksi ensimmäisen luokan väkijuomille määriteltiin 2,25 %. Vuotta myöhemmin sallittiin kolmosoluen valmistus. Alkoholiliike hallitsi kuitenkin yhä, ja saattoi antaa luvan juomien valmistamiseen enintään kolmeksi vuodeksi. Lupa sisälsi myös sallitut valmistusmäärät ja hinnat, jolla tuotteita oli toimitettava. Toisaalta Alkoholiliike piti myynnissä kyseisen panimon tuotteita saatavilla kaikissa myyntialuetta koskevissa jälleenmyyntiliikkeissä ja anniskelupaikoissa. Panimoilta kiellettiin samalla oluen myynti, kotiinkuljetus onnistui Alkoholiliikkeen kautta tehtävällä tilauksella. Vain suurimmilla panimoilla oli mahdollisuus sallittuun panimomyymälään, jossa tuli aina olla Alkoholiliikkeen edustaja. Maaseudulla olutta tai viinaa ei kuitenkaan saanut myydä, myynti oli sallittua vain kaupungeissa sekä kauppaloissa. Maaseudulla asuville tilaajillekin toimitus kuitenkin sallittiin, tosin vain meri- tai rautateitse. (Turunen 2002, 101–102, 112, 115–116, 126–127, 136, Olvisäätiö 2015.)

Suomen panimoteollisuuden ahdinko jatkui näin myös kieltolain kumoamisen jälkeen. Syynä olivat panimoteollisuuden näkökulman mukaan korkeat valmisteverot, jotka käytännössä tarkoittivat lähes puolen oluen myyntihinnasta menevän suoraan valtiolle. Suurien maksujen myötä osa tuottajista joutui siirtymään kaljan ja vedentuotantoon tai jopa lopettamaan toimintansa kokonaan. Verojen lisäksi alkoholiliikkeen myyntivoittoosuudesta huolehtiminen sekä vallalla ollut myyntijärjestelmä rasittivat nekin huomattavasti panimoiden toimintaa. Samalla Alkoholiliike supisti panimoiden määrää asettamalla laatu- ja menekkivaatimukset. (Turunen 2002, 123–126.)

Panimoteollisuusjärjestöt tekivät töitä myös lainsäädännön ja verotuksen muuttamisen puolesta, jotta mietojen mallasjuomien käyttö lisääntyisi ja juomakulttuuri muuttuisi. Vastassa oli kuitenkin eduskunnan lisäksi näkyvästi esillä ollut raittiusliike, jonka painostuksen alla oluen sallittua prosenttia laskettiin 3,9 prosenttiin vuonna 1937. Panimoteollisuuden edustajat järjestivätkin ylimääräisen liittokokouksen, jonka tuloksena oli 36 panimon allekirjoittama yhteistoimintasopimus. Sopimuksessa sitouduttiin noudattamaan yhdessä sovittuja minimihintoja ja estettiin panimoiden pyrkimykset edistää toimintaansa esimerkiksi kassa-alennuksin tai lahjoin. Kaunis ajatus ei kuitenkaan todelli-

suudessa kestänyt panimoiden syylistäessä toisiaan sopimusrikoista lähestulkoon heti sopimuksen tekemisen jälkimainingeissa. Helsinkiläiset panimot saivat jopa hinnanalennuksia Alkoholiliikkeen luvalla poiketen sovituista hinnoista. Enemmistö kuitenkin vastusti yhteistoimintasopimuksen purkamista peläten sen johtavan yleiseen hintataisteluun. Useat panimot kuitenkin jatkoivat yhteisen sopimusten rikkomista hinnanalennuksilla ja myyntialueista poikkeamalla, jotka johtivat korvausvelvollisuuksiin ja liiton jäsenyyden purkamisiin. Ensimmäisen kerran saatiin käytännössä kaikki teollisuusalansa edustajat liittoon vuosia myöhemmin 1945. (Turunen 2002, 118, 123, 135–136, 138, 164; Olvisäätiö 2015.)

Vaikeat ajat jatkuivat talvisodan syttyessä 1939. Väkijuomamyymälät sulki ovensa, alkoholin anniskelua rajoitettiin huomattavasti ja lisäksi iso osa panimoteollisuuden työvoimasta lähti reserviharjoituksiin ja siitä asepalvelukseen. Myös panimoiden ajoneuvot luovutettiin puolustusvoimien käyttöön. Sodan aikana pommituksista kärsi useampi panimo ja Moskovan rauhan seurauksena vuonna 1940 jäi Venäjän puolelle lähes kymmenes koko maan tuotannosta. Näiden tekijöiden lisäksi mallasveroa nostettiin kaksinkertaiseksi ja verolliset mallasjuomat laitettiin kortille. Vaikka sota-ajalla mietojen mallasjuomien tuotanto ja kulutus oli ennätyksellisen suurta, ei se riittänyt tuomaan lähestulkoon mitään voittoa yrityksille tuotteiden myyntihinnan ollessa erittäin alhainen. Tilanne pysyi samanlaisena jatkosodan kynnyksellä kansanhuoltoministeriön määräyksestä. Tähänkin panimoteollisuusliitto yritti vaikuttaa anomalla kansanhuoltomisteriöltä mahdollisuutta hintojen nostamiseen kannattavalle tasolle. Vuoteen 1945 tappiot kasvoivat yhä suuremmiksi. Panimoliiton esitysten mukaan viiden vuoden aikana kaljan hinnannousu oli vajaa 300 % kun esimerkiksi humalan raaka-ainehinta oli noussut huimat yli 600 %. Samalla palkkakustannukset olivat viisinkertaistuneet. Hintojen nosto, joka riitti saamaan tuotannon kannattavuusrajalta, sallittiin vasta keväällä 1948. (Turunen 2002, 151–152, 154, 165–166.)

2.3 1950-luvulta eteenpäin

1950-luvulle tultaessa Suomessa valmisti verollisia mallasjuomia 28 tehdasta. Samoihin aikoihin tarjonta alkoi monipuolistua Alkoholiliikkeen myöntäessä A-oluen (4,4 %) valmistusoikeudet seitsemälle panimolle ja kolmosoluen 17 panimolle. Hartwall sai vielä erityisoikeudet uusien tuotteiden, Gin-, Brandy- ja Long Drink-juomien, valmistukseen. Samoihin aikoihin päättyi mietojen mallasjuomien myyntiä ja panimoiden toimintaa rajoittanut aluemyyntijärjestelmä. Nyt jokaisella panimolla oli oikeudet toimittaa yk-

kösolutta, kaljaa ja virvoitusjuomia kaikille paikkakunnille. Alko otti kuitenkin uuden aluemyyntijärjestelmän käyttöön viittä vuotta myöhemmin, joka tarkoitti vain yhden lähipanimon oluen myynnin sallimista paikkakunnittain, suurimmissa kaupungeissa kahden panimon. Erikseen tilatessa sai kuitenkin haluamansa tuotteet ympäri Suomen. Aluejärjestelmästä luovuttiin lopullisesti vasta vuonna 1964 Suomen liittyessä Euroopan vapaakauppa-alueeseen (EFTA:aan). Liittyminen mahdollisti panimoteollisuudelle myös raaka-aineiden hankinnan maailmanmarkkinahintaan. Alkoholiliike samalla tosin myös alensi panimoille maksamiaan ostohintoja ja valmisteveroa korotettiin. (Turunen 2002, 170, 173–176, 182–183.)

1960-luvulla olutta myytiin Suomessa jo yli 40 miljoonaa litraa vuodessa. Pullon kolmosolutta sai 65 markalla, kun keskituntiansio teollisuustyöntekijällä oli vajaat 300 markkaa. Yleinen elintason nousu olikin suurena tekijänä mallasjuomien menekin viisinkertaistumisessa 30 vuoden aikana. Lisäksi panimoteollisuus oli valtiolle tulonlähde, sen maksaessa veroja, maksuja ja voitto-osuuksia 80 miljoonan markan edestä vuodessa. Uusi vuosikymmen tarkoitti myös oluen saamista ruokakauppoihin uudella alkoholi- ja keskiolutlailla vuonna 1969, taaten myyntioikeudet lähes 18 000 elintarvikeliikkeelle. Panimoteollisuuden mielestä uudistus oli kuitenkin vajavainen, A-oluen jäädessä yhä Alkolle. Keskioluen myynti ja valmistus ei vielääkään ollut myöskään rajatonta ja Alko määräitti yhä tuottajan korvaukset ja jälleenmyyntihinnat. Uusi alkoholilaki vapautti kuitenkin myös samalla keskioluen anniskelun. Kokonaismenekki kasvoi uudistuksen myötä 130 % vuoden takaiseen nähden. (Turunen 2002, 167, 173–175, 186–187, 198–199, 205; Olvisäätiö 2015.)

Vuosikymmenen aikana panimot pyrkivät kasvattamaan myyntiään hankkimalla pienempiä kilpailevia yrityksiä itselleen, hintakilpailun ollessa yhä mahdoton Alkon rajoitusten puitteissa. Tämä johti siihen, että vuonna 1973 kolmen suurimman yrityksen käsissä oli mallasjuomien kokonaistuotannosta ruhtinaalliset 84 %. Samalla pitkään toimineen Panimoteollisuusyhdistyksen toiminta päättyi ja Panimoteollisuusliiton nimi muutetaan Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitoksi. Kolmen suurimman panimon syntyä todistettiin seuraavan vuosikymmenen vaihteessa, kun Hartwall nousi suurimmaksi olutpanimoksi. Hartwallin ja Sinebrychoffin yrityskauppojen jälkeen rinnalle jäi vain Olvi. (Turunen 2002, 207–208, 226–228.)

Suomessa valmistetut oluet olivat pitkään lähes samanlaisia, johtuen pitkälti Alkon politiikasta maksaa kaikille sama korvaus tuotannosta, sekä siitä, että uuden tuotteen tul-

tua markkinoille yksi vanha nimike tuli ottaa pois myynnistä. Vähitellen politiikkaa helpotettiin ja vuonna 1988 tuotteet jaettiin kahteen hintaryhmään. Erikoisluet vakiinnuttivat jalansijaansa kuitenkin vasta vuosikymmen myöhemmin. (Turunen 2002, 262–264)

2.4 Vuosituhannen vaihde

Alkon valikoimiin tuli 1990-luvun taitteessa lisää ulkomaisia oluita. Panimoliiton suunnalta esitettiin toiveita kulutustottumusten muuttumisesta valikoiman uudistuessa ja sen myötä mahdollisuuksia suomalaisen olutkulttuurin kehittämiseen. Samoihin aikoihin A-oluen kysyntä hiipuikin ja keskioluen arvostus lähti nousuun myös uusissa kuluttajaryhmissä, kuten naisten ja nuorten kaupunkilaismiesten keskuudessa. Lisäksi oli näkyvillä merkkejä seurustelujuomakulttuuriin siirtymisestä. Panimoteollisuuden kannalta oli erityisen positiivista se, että vaikka ulkomaisten oluiden saatavuus oli kasvanut, tuntui arvostus ohjautuvan myös kotimaisiin olutmerkkeihin. Työtä tämän asian edistämiseksi teki myös 1990 perustettu Panimoliiton Markkinointi- ja PR-ryhmä suunnitelmallaan suomalaisen olutkulttuurin imagon parantamiseksi. Suunnitelmaan kuului erityisesti tapakulttuurin tunnettavuuden lisääminen. Yleinen kiinnostus olutta ja siihen liittyvää kulttuuria kohtaan lisääntyikin hurjaa vauhtia ja näkyi esimerkiksi monipuolisena yhdistystoimintana. Panimoliitto oli myös vahvasti mukana yritysten edunvalvonnassa, kun uusi aikakausi alkoi 1995. Silloin astui voimaan uusi alkoholilaki, jossa kumottiin alkoholijuomien tuonti-, vienti-, valmistus-, ja tukkumyyntimonopolit. Panimoihin vaikutus oli suuri, kun vähittäismyyntimonopolista vapautettiin käymisteitse valmistetut, alle 4,7 % tuotteet ja tuotteet saatiin myyntiin myös kioskeille ja huoltamoille, josta ennen voitiin vain haaveilla. Samalla Alkosta tuli vuorostaan suomalaisten panimoiden asiakas sekä panimon ja ravintolan yhteisomistuskielto kumottiin. Panimoliitto ottikin asiakseen edistää Suomen verotason asettamista lähelle EU:n yleistä verotaso, Suomessa kun oli yhä ylivoimaisesti korkein verotus koko alueella, olut- ja arvonlisäverojen noin 60 % osuudella vähittäismyyntihinnasta. Hallitus ei kuitenkaan ollut tähän suostuvainen. (Turunen 2002, 236, 238–239, 246–247, 255–256)

Uudelle vuosituhannelle tultaessa oli panimoiden määrä ja valtasuhteet muuttuneet radikaalisti vuosikymmenten takaisesta. Suomen vanhin olutpanimo, Sinebrychoff, oli noussut markkinaosuudeltaan suurimmaksi virvoitusjuomatuottajaksi. Vanhin virvoitusjuomatehdas, Hartwall, oli taas oluiden ykkönen. Molemmat siirtyivät ulkomaiseen omistukseen vuosituhannen vaihteessa. (Turunen 2002, 258–259, 262)

2.5 Virvoitusjuomien historia

Virvoitusjuomat ovat olleet iso osa suomalaisten panimoiden tuotantoa kautta historian, vaikka panimotuotteiksi yleisesti mielletäänkin lähinnä oluet ja siiderit. Yhtenä merkki-paaluna suomalaisessa virvoitusjuoman valmistuksessa voidaan ajatella jo vuotta 1836, jolloin senaatti myönsi toimiluvan yritykselle Victor Hartwallin nimissä. Valmistus koski lähinnä keinotekoisia mineraalivesiä, mutta jo vuosisadan loppupuolella saatiin markkinoille esimakua makeista virvoitusjuomista. Ala kasvoi huimaa vauhtia ja vuosi-sadan vaihteessa Suomessa olikin jo lähes sata kivennäisvesiä ja virvoitusjuomia val-mistavaa yritystä. Aina ensimmäiseen maailmansotaan asti kasvu jatkui erityisesti soo-dan, vichyn ja selterin osalta Hartwallin pitäessä kiinni isoimman tehtaan paikasta. Sodan aikana kansan mieltymys kääntyi makeisiin juomiin. 1920-luvun hittinä oli erityi-sesti markkinoille tullut Pommac-niminen makea virvoitusjuoma.

(Turunen 2002, 18–20, 26, 71, 89, 91.)

Kieltolain voimaanastuminen ei lannistanut virvoitusjuomateollisuutta, päinvastoin; tuo-tanto kasvoi lähes nelinkertaiseksi kuuden vuoden sisään ja moni olutpanimo selvisikin siirtymällä virvoitusjuomien tuottajaksi. Virvoitusjuomatehtaita oli Suomessa satoja, mutta monissa tuotanto oli varsin alkeellista. Aikansa hitti oli tuote nimeltä Oranja, Jaf-fan edeltäjä.(Turunen 2002, 143–145, 124–125.)

Virvoitusjuomateollisuus koki kolhuja toisen maailmansodan aikaan, jolloin sokerin ja esanssien saatavuus vaikeutui, ja vielä 1950-luvun taitteessa jouduttiin käyttämään keinotekoisista makeutusta. Lisäksi virvoitusjuomien tuotannolle määrättiin 40 % valmis-tevero, jonka seurauksena moni tehdas joutui sulkemaan ovensa. Ne jotka selvisivät, kokivat tuotantomäärien ennätyksellisen nousun, erityisesti makeiden juomien osalta. (Turunen 2002, 152, 154, 187.)

Virvoitusjuomien valikoima myös monipuolistui sodan jälkimainingeissa. Kolajuomat tulivat markkinoille kun Suomi osti Yhdysvalloilta erän kolasiirappia. Vuonna 1949 ai-nakin sata valmistajaa valmisti Ami-nimistä kolajuomaa. Hartwall aloitti ensimmäisenä Suomessa valmistamaan Coca-Colaa vuonna 1956, joskin juomaa oli tuotiin Suomeen jo aikaisemmin. Vuonna 1949 tuli markkinoille myös toinen pitkälle näihin päiviin suo-siota nauttinut Jaffa Hartwallilta, ja tuotteen innoittama myös moni muu sitrusjuoma löysi tiensä kaappoihin. Markkinoille tuli 1955 myös Sinebrychoff omine virvoitusjuomi-neen. (Turunen 2002, 178–179, 187–190.)

1970-luvulla virvoitusjuomateollisuus koki monia vastoinkäymisiä. Valtiovalta kävi virvoitusjuomateollisuutta vastaan veronkorotuksin ja kampanjoin kulutuksen vähentämiseksi. Lisäksi sokerin markkinahinta oli varsin korkealla. Alalle tuli myös meijeriteollisuus appelsiinimehulla, josta heidän ei tarvinnut maksaa ollenkaan valmisteveroja.

(Turunen 2002, 229–231.)

Kaiken kaikkiaan panimoilla on Suomessa ollut pitkä ja vaihderikas historia. Valtio ja lainsäätäjät, sotien lisäksi, ovat olleet panimoiden toimintaan vahvoina vaikuttajina. Jotkin ratkaisut ovat päättäjien puolesta olleet toimivia ja jotkin jääneet nopeasti historiaan. Onneksi teollisuudenala on selvinnyt vaikeuksien kautta tähän päivään, ehkä elinvoimaisempana kuin koskaan. Lainsäädäntö kuitenkin rajoittaa ja säätelee panimoiden toimintaa ahkerasti yhä tänäkin päivänä, mikä on osaltaan syy myös tämän opinnäytetyön tekemiselle.

3 Panimoiden nykytila Suomessa

Panimoteollisuus on Suomessa järjestäytynyt ja monipuolisesti työllistävä ala, jolla toimii niin isoja kansainvälisiä kuin pieniä kotimaisia panimoita.

3.1 Pienpanimotoiminta

Panimoteollisuuden alalla on Suomessa omat liittonsa, esimerkiksi Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry ja Pienpanimoliitto. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton jäsenenä ovat maamme suurimmat panimoyritykset, esimerkkinä Oy Hartwall Ab, Olvi Oyj ja Oy Sinebrychoff Ab. Liitto toimii teollisuudenalan edunvalvojana ja korostaa toimintatavoissaan vastuullisuutta niin ympäristön kuin alkoholinkäytön kannalta. Pienpanimoliiton jäsenenä puolestaan on reilut parikymmentä panimoa ympäri Suomen ja liiton tavoitteena on kohottaa erityisesti pienissä panimoissa tuotettujen juomien arvostusta ja parantaa markkinointia, unohtamatta valmistusperinteitä. Molempien liittojen yhteisenä tavoitteena on panimoteollisuuden edunvalvonta Suomessa. (Panimoliitto a; Pienpanimoliitto 2013 a; Pienpanimoliitto 2013 b)

Suomen suurimpiin panimoihin lukeutuvat Hartwall sekä Sinebrychoff ovat nykyään tosin osa ulkomaista konsernia. Hartwall kuuluu tanskalaiseen Royal Unibrew- konser-

niin, joka osti Hartwallin Heinekenilta vuonna 2013. Heineken oli ostanut Hartwallin vuonna 2008. Sinebrychoff puolestaan on osa kansainvälistä Carlsberg-konsernia vuodesta 2000 lähtien. (Hartwall 2013 a; Sinebrychoff a)

Panimoteollisuuden ala on Suomessa hyvin edistyksellinen ja tuotteiden korkeaa laatua valvotaan taukoamatta. Panimoteollisuudella on myös merkittävä rooli työllistäjänä suoraan itse panimoissa sekä välillisesti sen toimintaan liittyvillä aloilla, kuten maanviljelyssä, kuljetuksissa sekä ravintola- sekä kaupan aloilla. (ETP Food For Life Finland 2009.) Vuonna 2011 Ernest & Youngin julkaisemasta raportista käy ilmi, että panimoteollisuus työllistää suoraan ja välillisesti lähes 30 000 ihmistä. Suorien työntekijöiden osuus tästä on noin 2 300 henkilöä. Oluen lisäksi kategorioihin lukeutuvat siiderit, lonkerot ja virvoitusjuomat ja mineraalivedet. Vuoden 2010 kokonaiskulutuksen mukaan oluen osuus kulutuksesta jääkin 45 %:iin, joten muiden tuotteiden vaikutus on alalla huomattavan suuri. Kuvio kokonaiskulutuksesta löytyy liitteestä 5 (kuvio 2). Oluen osuus kokonaistuotannon arvosta oli kuitenkin muita kategorioita selvästi suurempi. (Ernest & Young 2011, 4 – 8) Kotimaan myyntiluvut vuodelta 2010 ovat lähes 800 miljoonaa litraa. Oluen, virvoitusjuomien sekä kivennäisvesien osuus elintarviketeollisuuden koko tuotannon bruttoluvuista oli yhteensä jopa 8,5 %. (ETP Food For Life Finland 2009)

Panimoiden tuotannon, erityisesti oluen, vaikutus näkyy paljon myös Suomen maataloudessa. Suomen viljelyksessä olevasta vilja-alasta noin joka kymmenes hehtaari on mallasohran käytössä ja peltoalaa työstää yli tuhat viljelijää. Oluen valmistukseen käytetty mallasohra onkin kotimaista. Yhteen 0,33 litran keskiolueen mallasta kuluu noin 40 grammaa ja kotimaista mallasohraa kuluukin Suomen panimoissa yhteensä 50 000 tonnin edestä. Sitä viedään Suomesta myös ulkomaille. Mallasohran laatu on olennaista siitä tehtävälle maltaalle ja tavoite on myös hankkia mallasohra mahdollisimman läheltä mallastamoita. Olut onkin Suomessa niin sanottu lähituote ja yksi ekologisimmista elintarvikkeistamme, ympäristövaikutuksien jääden alle prosenttiin elintarviketalouden ympäristövaikutuksista. Olut jakaakin ykkössijan ekologisimpana elintarvikkeena ruokaperunan ja omenan kanssa. (ETL -Tutkimus; Sinebrychoff b; Sinebrychoff 2013 c)

Suomalaiset panimot tekevät siis työtä säilyttääkseen ikiaikaisen kulttuuriperinteen, huolehtien samalla ympäristöstä hyödyntämällä lähituotantoa ja tuottamalla ekologista elintarviketta työllistäen tuhansia ihmisiä. Lisäksi liitot tekevät aktiivista työtä alkoholin

käytön haittavaikutusten vähentämiseksi edistämällä tervettä juomatapakulttuuria. Ala on Suomessa siis hyvin valveutunut ja edistyksellinen.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliitto ry:n tilastojen mukaan panimotuotteiden kotimaan myynti kasvoi, tilastoinnin aloituksesta, vuodesta 1980 aina vuoteen 2007 asti tasaista tahtia. Tämän jälkeen myynti on kuitenkin laskenut, eikä ole yltänyt vieläkään lähes kymmenen vuoden takaisin lukuihin uudelleen. Luvut kuvaavat Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton jäsenten tuotemyyntiä. Samanlaisesta kehityksestä kertoo Alkon myyntiluvut vuodelta 2015. Oluen, siiderin sekä long drink-juomien myynti väheni verrattuna vuoteen 2014. Positiivista tosin oli se, että erikoisempien oluiden myynnissä Alkossa oli nähtävillä pientä kehitystä. Esimerkkejä myyntiluvuista voi nähdä liitteestä 6 löytyvästä taulukosta 4. (Panimoliitto 2015; Alko 2015)

Haasteita alalle asettaa esimerkiksi kova verotus ja panimotuotteiden tuonti ulkomailta. Alkoholilainsäädännön uudistuksesta on noussut keskustelua jo kauan, ja sosiaali- ja terveysministeriö onkin kasannut työpajan uudistusten läpikäymiseksi. Aiheina ovat esimerkiksi matkustajatuonti, hinnoittelu ja myynnin vapautus. Tavoitteena uudistuksilla olisi vähentää alkoholin käytöstä johtuvia terveyshaittoja sekä helpottaa säännöstelyä ja lainsäädäntöä. Hallituksen esityksen alkoholilaista olisi tarkoitus siirtyä eduskunnalle keväällä 2016. (Valtioneuvosto 2015)

Suomessa pienpanimoiksi lasketaan panimot, joiden vuotuinen tuotanto ei ylitä 10 miljoonaa litraa. Pienpanimoiden tuotantoon kuuluu pääasiassa oluita, mutta valikoimista löytyy myös esimerkiksi siidereitä ja virvoitusjuomia. Yksin Suomen Pienpanimoliiton jäsenenä on yli kaksikymmentä panimoa, jotka ovat yleensä perheyriytyksiä tai olutharrastajien yhteistyönä syntyneitä panimoita. Pienpanimoliiton tavoitteena on vaikuttaa pienpanimoiden toimintaa edistävasti esimerkiksi Suomen lainsäädäntöön toivoen verohelpotuksia ja lievennyksiä ulosmyyntiä koskeviin lakeihin. (Pienpanimoliitto 2013 b; Pienpanimoliitto 2013 a)

3.2 Pienpanimon perustaminen

Panimon perustamiseen tarvitaan useamman viranomaisen luvat. Näihin kuuluu esimerkiksi Valviralta haettava alkoholin valmistuslupa, johon sisältyy selvitys omavalvonnasta, sekä Tullilta luvat valtuutetuksi varastonpitäjäksi ja verotonta varastoa varten. Varastoa ja valmistuspaikkaa koskeva hakemus on toimitettava myös Valviralle.

Alkoholin valmistuslupa voidaan myöntää rekisteröityneelle elinkeinoharjoittajalle tai yhteisölle. Hakijan on toimitettava Valviralle osoitus vaadittavista ammatillisista ja teknillisistä edellytyksistä sekä tietoa taloustilanteestaan. Muilta viranomaisilta voidaan tarvittaessa pyytää täydentäviä lausuntoja. Valmistuslupahakemukseen useampia liitteitä, joita ovat mm. jäljennös verottoman varaston hakemuksesta ja omavalvontasuunnitelma. Alkoholituotteiden valmistus ja varastointi on mahdollista vain Valviran hyväksymässä ja tarkastamassa paikassa. Valmistuspaikka on samalla veroton varasto, jolle on useita vaatimuksia, yleisiä ohjeita elintarvikehuoneistojen hygieniasta ja lisäksi alkoholi- ja valmisteverolain vaatimia lisäedellytyksiä. Halutessaan valmistaa luonnonmukaisia tuotteita, on valmistajan oltava osa Valviran luomuvalvontajärjestelmää. (Valvira 2015 a) Valtuutettu varastonpitäjä on luonnollinen- tai oikeushenkilö, jolla on valtuudet verottomassa varastossa valmistaa, vastaanottaa tai lähettää, ja pitää hallussaan tuotteita väliaikaisen verottomuuden alla. (Tulli 2016, 5)

4 Verotus

Panimoiden verotukseen vaikuttavat Suomessa arvonlisäverotuksen lisäksi alkoholivero eli valmistevero, juomapakkauusvero sekä osana makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteveroa virvoitusjuomavero. Erilaisia ratkaisuja alkoholiverotukseen on yritetty löytää jo vuosikymmenien ajan ja uusia päätöksiä tullaan varmasti hiomaan myös tulevaisuudessa. Virvoitusjuomaveroa puolestaan on erityisesti kritisoitu siitä, että se on epälooginen vaikuttaen vain osaan markkinoilla olevista samankaltaisista tuotteista. (Panimoliitto d; Valmisteverotuslaki 182/2010)

Verotusaste on Suomessa verrattain korkea erityisesti alkoholiveron osalta, mikä on aiheuttanut keskustelua jo pitkään. Veroastetta on perusteltu niin haittojen ehkäisyllä kuin verotuloillakin, mutta mielestäni nimenomaan panimotuotteissa verotuksen osuus on kohtuuton oletettuihin haittoihin nähden. Tasaamalla veroastetta voitaisiin edistää enemmänkin tervettä juomakulttuuria ja kehitettyä teollisuudenalaa ennestään.

4.1 Arvonlisävero

Arvonlisävero, yleisenä lyhenteenä ALV, on kulutusvero joka koskee lähestulkoon kaikkia tavaroita ja palveluita Suomessa. Verovelvollisuuden voi välttää, jos tilikauden liikevaihto on alle 10 000 euron, mutta silloinkin voi halutessaan ilmoittautua verovelvolliseksi. Verohuojennukseen on oikeutettu alle 30 000 euron liikevaihdolla. Nämä rajaukset, joita nostettiin aiemmasta, koskevat vuoden 2016 alusta tai sen jälkeen alkaneita tilikausia. Arvonlisäverotus toimii periaatteessa siten, että myyjä lisää veron myymänsä hyödykkeen myyntihintaan eli perii veron ostajalta ja maksaa sen valtiolle. Yleinen verokanta on Suomessa 24 % vuodesta 2013 lähtien. Poikkeukset on jaoteltu neljään ryhmään, joilla on joko alennettu veroprosentti tai vapautus verosta. Esimerkiksi elintarvikkeet sekä ravintola- ja ateriapalvelut ovat lain mukaan 14 %:n verokannan alaisuudessa. Tämä ei tosin koske alkoholijuomia tai juomavettä. Yleinen 24 % verokanta on EU-maiden kesken yksi korkeimmista, keskimääräisen veroprosentin ollessa reilu 21 %. Arvonlisävero on Suomelle kuitenkin huomattava tulonlähde, tuottaen valtion kassaan 18,8 miljardia euroa vuonna 2014. (Veronmaksajain keskusliitto ry 2015; Verohallinto 2015.)

4.2 Valmistevero eli alkoholivero

Valmisteveroa kannetaan yleisesti alkoholista ja alkoholituotteista, jotka valmistetaan Suomessa, tuodaan Suomeen toisesta EU-jäsenvaltiosta tai EU:n ulkopuolelta. Veroa ei tarvitse maksaa niin kauan kun tuote ei ole kulutuksessa. Niin sanotussa verotto- muuden järjestelmässä voi siis valmistaa, siirtää tai pitää hallussaan veronalaisia tuotteita. Ideana on nimenomaan helpottaa tuotteiden liikkumista jäsenvaltioissa. Tämä vaatii kuitenkin luvat. Valtuutettu varastonpitäjä ja muut luvanhaltijat ovat siis verovelvollisia kulutukseen luovuttamistaan hyödykkeistä. Valtuutettu varastonpitäjä on verovelvollinen lisäksi verottomassa varastossa tapahtuneesta selvittämättömästä hävikistä. Omaan käyttöön ottamista tai muuten sääntöjen vastaisesta toiminnasta sekä varastonpitäjä, että muut toimintaan osallistuneet ovat myös verovelvollisia. Unionin ulkopuolelta tuodessa, verovelvollinen on tullausilmoituksen antaja sekä se, jonka puolesta ilmoitus annetaan. Sääntöjen vastaisessa tuonnissa ovat verovelvollisia kaikki tuontiin osallistuneet. (Valmisteverotuslaki 182/2010; Tulli 2016, 5,7.)

Alkoholivero on valtiolle suoritettavaa veroa etyylialkoholista ja alkoholijuomista. Laki koskee esimerkiksi yli 1,2 tilavuusprosentin alkoholijuomaa, yli 0,5 tilavuusprosentin olutta, muuta käymisteitse valmistettua alkoholijuomaa jonka tilavuusprosentti on 1,2–15 % eikä sisällä lisättyä etyylialkoholia ja välituotteisiin kuuluvaa alkoholijuomaa, jonka

alkoholipitoisuus on yli 1,2 mutta alle 22 tilavuusprosenttia eikä ole olutta, viiniä tai muuta käymisteitse valmistettua juomaa. Laissa alkoholi- ja alkoholijuomaverosta löytyvä verotaulukkoliite kertoo myös veron määrän. Liitteestä 2 löytyy ote verotaulukosta, taulukko 1. (Laki alkoholi- ja alkoholijuomaverosta 1994, 3§)

Suomessa alkoholiverotusta on viimeisen reilun vuosikymmenen aikana muutettu useaan otteeseen. Veroa ensin kevennettiin Viron liityttyä Euroopan Unioniin. Tämän jälkeen alkoholiveroa on kuitenkin nostettu viidesti ja viimeisin korotus astui voimaan 1.1.2014. Suomessa alkoholiverotusaste on Euroopan korkein, kuten liitteestä 1 löytyvästä kuvioista 1, käy ilmi. (Panimoliitto b)

4.3 Juomapakkausvero

Juomapakkausvero on vero, jolla pyritään vähentämään erityisesti kertakäyttöisten juomapakkauksien kulutusta. Vero on 51 senttiä per pakattu litra tuotetta ja koskee kaikkia juomapakkauksia, jotka kuuluvat tullitariffin ryhmään 22, (juotavaksi tarkoitettujen juomien) pakkauksia, eivätkä kuulu pantilliseen palautusjärjestelmään. Pakkaukset, joka ovat osa pantillista palautusjärjestelmää ja uudelleen täytettäviä tai hyödynnettäviä, ovat verottomia. Verovapaus edellyttää Pirkanmaan elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskuksen (ELY) hyväksyntää. Tämä hyväksyntä ei kuitenkaan kata Ahvenanmaan maakuntaa, jolla on oma järjestelmänsä. Juomapakkausten varsinaisesta verotuksesta huolehtii Tulli, jolle verovelvollisen tulee osoittaa Pirkanmaan ELY-keskuksen rekisteriotteella pakkauksen kuuluvan pantilliseen palautusjärjestelmään. (Tulli 2011; Tulli 2016, 3,4; Ympäristöhallinto 2015) Verosta on vapautettu myös pieni riippumaton valmistaja, jonka kulutukseen luovuttama juomapakkausten sisältämä juomamäärä ei ylitä 50 000 litraa kalenterivuoden sisällä. Säädos koskee lähinnä esimerkiksi ravintolapanimoita ja viinitiloja. (Tulli 2011, 4)

Pakkaaja voi saada verovapauden ollessaan osa toimivaa palautusjärjestelmää, joita Suomessa ovat esimerkiksi Suomen Palautuspakkaus Oy, Palpa Lasi Oy ja Ekopullo-yhdistys. Halutessaan voi myös rakentaa palautusjärjestelmän itse. Palautusjärjestelmään kuulumisen pitää pystyä todistamaan tarvittaessa esimerkiksi pakkauksen EAN-koodin avulla. (Ympäristöhallinto 2015)

Tämän järjestelyn on todettu toimivan, onhan suomalaiset ahkerimpia maailmassa palauttamaan pantillisia juomapakkauksia. Alumiinitölkeistä ja uudelleentäytettävistä lasi-

pulloista pääsee takaisin järjestelmään huimat 97 prosenttia, ja muistakin palautuspakkausista kierrätetään noin yhdeksän kymmenestä. (Palpa a; Palpa b)

4.4 Virvoitusjuomavero

Virvoitusjuomavero on osa lakia makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta. Laissa virvoitusjuomilla tarkoitetaan laista makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta löytyvän verotaulukko 2 sisältämiä tuotteita, jotka on jaoteltu tuoteryhmittäin ja jossa kerrotaan veron määrä. Ote verotaulukosta löytyy liitteestä 3, taulukko 2.

Lain mukaan verottomiksi lasketaan tuotteet, joita käytetään makeisten, jäätelön tai virvoitusjuomien valmistukseen, raaka-aineena muiden elintarvikkeiden tuotannossa tai lääkkeiden valmistukseen. Verottomia ovat myös virvoitusjuomat, joita käytetään alkoholi- ja alkoholijuomaverolaissa tarkoitettujen alkoholijuomien valmistuksessa. Lakia ei myöskään sovelleta niissä tapauksissa, kun riippumaton valmistaja tuottaa markkinoille enintään 50 000 litraa valmista juomaa kalenterivuoden sisään. Tuotannon ylittäessä tämän määrän, maksetaan verot koko tuotannosta. Vaadittaessa tuotannosta on myös esitettävä viranomaiselle selvitys. (Laki makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta 2010; Tulli 2013)

Virvoitusjuomaveron kaltaista veroa ei löydy kuin muutamasta muusta Euroopan maasta. Laki on peräisin 1940-luvulta, jolloin markkinat olivat hyvin erilaiset. Vero ja sen perusteet ovat kiistellyjä aiheita ja esimerkiksi Panimoliitto kritisoikin lakia muun muassa sen epätasa-arvoisuuden ja epäloogisuuden vuoksi, virvoitusjuomaveroa kun peritään esimerkiksi maustamattomista kivennäisvesistä ja tuoremehusta. Aiheesta on perustettu internettiin oma sivustonsa nimellä kohtuutonmehuvero.fi. Elintarviketeollisuusliitto on kannellut kilpailua vääristävästä verotuksesta komissiolle jo vuonna 2013. Talouspoliittinen ministerivaliokunta onkin päättänyt virvoitusjuomaveron alaisten tuotteiden tarkastamisesta. Ministerivaliokunta on jo tehnyt päätöksen makeis- ja jäätelöveron poistamisesta ja kyseisten verojen poistaminen tapahtuu vuonna 2017. Tämä on kuitenkin vastoin varsinaisen hallitusohjelman kirjauksia, jossa esitettiin korotusta makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverolle. Laajaa keskustelua on herättänyt myös ehdotettu sokerivero, josta valtiovarainministeriö julkaisi vuonna 2013 sokeriverotyöryhmän loppuraportin. Raportissa tutkittiin kolmen eri veromallin mahdollisuutta; kokonaissokeripitoisuuteen perustuvaa, nykyisen veromallin kaltaista verotusta sekä

näiden yhdistelmämallia. Tutkimuksessa selvisi nykyisen kaltaisen makeisveromallin olevan toteuttamiskelpoisen. Tutkimuksessa todettiin, etteivät mallit ole toteutettavissa ennen vuotta 2017 johtuen sokeripitoisuuden ilmoittamisvelvollisuudesta. Valtion ravitsemusneuvottelukunta (VRN) sekä Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL) suosittavat veroa muutettavan koskemaan nimenomaan lisättyä sokeria. Heidän lisäksi myös Elintarviketurvallisuusliitto (EVIRA) kannattaa tämän kaltaista terveysperusteista soke-riromallia. Valtiovarainministeriön mukaan pelkästään virvoitusjuomien osuus valmisteverosta tuotti verotuloja valtiolle 94 miljoonaa euroa vuonna 2014. (Kohtuuton mehuvero; Panimoliitto b; Elintarviketeollisuusliitto 2015; Valtiovarainministeriö; Valtiovarainministeriö 2013; Elintarviketurvallisuusliitto 2015)

Mielestäni nykyisen kaltainen verotusmalli on epäoikeudenmukainen ja vanhentunut. Kokisin nimenomaan esimerkiksi Elintarviketurvallisuusliiton ja Terveyden- ja hyvinvoinninlaitoksenkin suosittelman lisätyn sokerin verotuksen olevan parempi malli niin terveydenhuollon kuin panimoteollisuudenkin kannalta.

Kun nykyisenkin verotuksen alaisena olevien virvoitusjuomien menekki vuonna 2014 oli Panimoliiton arvioiden mukaan lähemmäs 300 miljoonaa litraa, (Panimoliitto - Tilastot) en usko kulutuksen radikaaliin laskuun vaikka verotus muutettaisiin sokeriperusteiseksi. Verotuksen muutos voisi enemminkin lisätä erityisesti kivennäisvesien ja kevyempien mehujuomien menekkiä.

4.5 Pienten panimoiden verotus

Pienpanimoilla on tälläkin hetkellä verohelpotuksia valtiolle maksettaviin alkoholijuomaveroihin suurempiin panimoihin nähden riippuen vuotuisista tuotantomääristä. Tarkat rajoitukset löytyvät alkoholi- ja alkoholijuomaverolaista 29.12.1994/1471 pykälästä 9. Veronalennukset edellyttävät kuitenkin sitä, että olut on tuotettu erillään muista oikeudellisesti ja taloudellisesti riippumattomista panimoista, joka ei myöskään toimi muun panimon tiloissa tai ole osana lisenssivalmistusta. Vuosittainen valmistusmäärä ei myöskään saa ylittää 15 000 000 litraa. Tuotannollinen ja toiminnallinen yhteistyö on sallittu, kuten raaka-aineiden ja tarvikkeiden hankinta sekä jakelu. Tämä tosin edellyttää sitä, ettei panimoiden yhteensä tuottama olutmäärä myöskään ylitä 15 000 000 litraa vuodessa. Uudet rajoitukset astuivat voimaan toukokuussa vuonna 2015. Rajoituksia nostettiin aiemmista sallituista tuotantomääristä tuntuvasti. (Laki alkoholi- ja al-

koholijuomaverosta 29.12.1994/1471 9§) Liitteestä 4 löytyvästä taulukosta, taulukko 3, on listattu lain ehdot mahdollisista veronalennuksista.

Tuotantomäärät koskevat nimenomaan valmistettuja olutmääriä. Panimo saa pullottaa toisessa panimossa valmistettuja tuotteita, eikä mukaan lasketa muita valmistettuja tuotteita, kuten virvoitusjuomia. Vaikka edellä mainitut edellytykset täyttyisivät, on verovelvollisella velvollisuus esittää luotettava selvitys riippumattomuudestaan tulliviranomaiselle. Oluen maahantuojalla on myös oikeus veronalennuksiin pystyessään todistamaan oluen tuotannon tapahtuneen sellaisessa panimossa, joka on Suomen lain mukaan oikeutettu veronalennuksiin. (Tulli. Pienpanimoalennus) Suomessa pienpanimoiden valmisteveron alennukset ovat lähtöisin vuodelta 1995. Veroalennusta on sen jälkeen laajennettu useaan otteeseen, viimeksi vuonna 2015. (HE 352/2014)

4.6 Erot pienten ja suurien panimoiden verotuksessa

Erot verotuksessa koskevat isompien ja pienien panimoiden välillä tuotantomääristä laskettavia verohelpotuksia. Verohelpotukset toimivat kannustimena ja apuna pienemmille panimoille aloittaa toimintaansa ja saada jalansijaa kasvavilla markkinoilla. Tuotantomäärien rajoitusten helpottaminen keväällä vuonna 2015 on myös merkki siitä, että lainsäädännöllä halutaan entisestään auttaa pienempiä panimoyrittäjiä Suomessa ja tukea yritysten ja tuotannon kasvua. Tämä on erittäin positiivinen asia alan kehittämisen ja suomalaisten työllistymisen ja yrittäjyyden kannalta.

Verohelpotuksien toteutumiseen on kuitenkin kirjattu ehtoja, joista alennettuja veroja nauttivan tulee olla tietoinen ja noudattaa tarkasti. Julkisuudessa on ollut esillä esimerkiksi erää helsinkiläisen pienpanimon tapaus, jossa verohelpotukset evättiin, vaikka tuotantomäärät alittivat sallitut raja-arvot. Syynä oli isomman panimon laitteiston vuokraus omaan käyttöön. Asian käsittely hallinto-oikeudessa oli vielä kesken keväällä 2016. (Stadin panimon verohelpotukset poistuvat) Tapaus on valitettava ja on nostanut esille monenlaisia mielipiteitä ja keskustelua veroratkaisun oikeellisuudesta. Laki on kuitenkin tämän ratkaisun puolestakin tulkittavissa, ja kannustaisinkin pienpanimoita vastaavissa tilanteissa tulkitsemaan lain tarkkaan, ettei samankaltaisia tilanteita pääsisi tapahtumaan. Suuret jäännösverot voivat koitua pienpanimolle taloudellisesti kohtuuttomaksi taakaksi.

5 Markkinatilanne

5.1 Mietojen alkoholijuomien mainonta

Suomessa laki alkoholijuomien mainonnasta on ankara ja antaa hyvin vähän vaihtoehtoja yrityksille mainostaa alkoholia sisältäviä tuotteitaan yleisölle.

Vuoden 2015 alusta mietojen alkoholijuomien mainontaa kiristettiin entisestään, joka vaikuttaa myös panimoiden myyninedistämiseen. Uudistuksen tavoitteena on vähentää erityisesti nuorten alkoholin kulutusta. Väkevien alkoholijuomien mainonta ja myyninedistäminen on kielletty. (Valvira 2014 c, 4)

Alkoholilain 33§:ssä kerrotaan mainonnan säätelystä, joka on nykyään hyvin rajattua. Eniten voimaan tullut uudistus näkyi siten, ettei mietojakaan alkoholijuomia saa mainostaa julkisella paikalla. Mainontaa rajoitettiin myös televisiossa ja radiossa sekä elokuvateattereissa. Lisäksi internetissä julkaistavaa sisältöä rajoitettiin. Mainonta on edelleen sallittua esimerkiksi rajatuissa yleisötilaisuuksissa ja ravintoloiden anniskelualueilla. (Valvira 2014 c, 26; Kuusisto 2015, 28.)

Lain 33 § kerrotaan mietojen alkoholijuomien mainonnan ja muun myyninedistämis-toiminnan olevan kiellettyä, jos se esimerkiksi kohdistuu alaikäisiin, siinä korostetaan tuotteen alkoholipitoisuuden olevan myönteinen ominaisuus, alkoholin kohtuukäyttöä kuvaillaan kielteisenä asiana, antaa kuvaa seksuaalisen tai sosiaalisen menestyksen edistämisestä tai on muuten hyvän tavan vastainen. (Valvira 2014 c, 4)

5.2 Matkustajatuonti

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen tilastoraportti alkoholijuomien matkustajatuonnista vuodesta 2014, kertoo vuosista 2013 ja 2014, että Viro sekä Suomen ja Viron välillä liikennöivät laivat ovat olleet merkittävin alkoholijuomien hankintapaikka, kattaen noin 70 % kaikesta suomalaisten maahantuomasta alkoholista. Panimotuotteiden kohdalla luvut olivat tätäkin korkeammat, jopa lähes 90 % kokonaistuonnista. Tuonti kasvoi vuodesta 2013 vuoteen 2014 eniten juurikin oluen ja siiderin kohdalla, oluen tuonti kasvoi 31,6 miljoonasta litrasta 34,8 miljoonaan eli yli 10 %. Siiderin tuonti kasvoi puolestaan 7,8 miljoonasta litrasta 8,4 miljoonaan litraan, eli reilut 8 %. Jos tarkastellaan pelkäs-

tään Viron osuutta tuonnista, lähenteli kasvu kummankin tuotteen kohdalla jo 20 % luokkaa. (THL 2015)

Valmisteverotuslain perusteella matkustaja saa tuoda alkoholia toisesta EU-maasta vapaasti omaan käyttöön, itse kuljettaen. Omaa käyttöä lasketaan olevan myös esimerkiksi sukujuhlat ja tuonti perheenjäsenille. Tuonnille on kuitenkin olemassa niin kutsutut ohjetasot, joiden ylittyessä on matkustajan esitettävä Tullille selvitys siitä, mihin tarkoitukseen juomat ovat. Ohjeistukset eivät ole varsinaisia rajoituksia. Oluen kohdalla ohjeistus on 110 litraa ja viiniä saisi tuoda 90 litraa, siiderit kun lasketaan viineihin. Selvityksen hyväksyttävyyttä arvioidaan tulliviranomaisen toimesta tapauskohtaisesti, ja Tulli voi myös verottaa ohjetasot ylittävän alkoholimäärän jälkeenkäin. (Tulli 2015 b)

Vaikutukset runsaasta tuonnista heijastuvat vahvasti suomalaiseen panimoteollisuuden sekä kauppojen ja ravintoloiden myyntiin. Lisäksi Suomen valtion on arvioitu menettävän tuonnin takia verotuloja joka 300 miljoonan euron edestä vuodessa. Onkin arvioitu, että 20 % kaikesta maassamme kulutetusta alkoholista on niin sanottua tilastoimatonta kulutusta, josta suurin osa on nimenomaan matkustajatuontia. Nämä luvut ylittävät jo Suomen ravintolamyynnin. Näin eurot jäävät pääosin Viroon ja haitat hoidetaan Suomessa. (Panimoliitto c; Hartwall b)

Tuonnin runsauteen ja sen lisääntymiseen vaikuttavat varmastikin hintatason ero Suomen ja Viron välillä. Yksi syy hintaeroon on alkoholiveron taso. Verot näkyvät Panimoliiton taulukosta, joka löytyy liitteestä 1, kuvio 1. Tasoittamalla verotusta voitaisiin mahdollisesti vähentää tuontia ulkomailta, ja näin saada myös veroeurot pysymään kotimaassa. Lisäksi vaikutus kotimaan myyntilukuihin näkyisi varmastikin positiivisena, vaikka osa tuotavasta oluesta on kotimaista tuotantoa.

5.2.1 Alkoholin internetmyynti toisesta EU-maasta

Alkoholin tilaaminen internetistä on yleistynyt viime vuosina. Suomen viranomaisilla on ristiriitaista ohjeistusta asiasta.

Esimerkiksi Tulli kertoo alkoholin tilaamisesta internetistä toisesta EU-maasta, että etämyynnin kohdalla verovelvollisena olisi myyjä. Tässä tarkoitetaan tilannetta, jolloin yksityishenkilön ostamat tuotteet kuljetetaan Suomeen joko suoraan tai välillisesti etä-

myyjän toimesta. Myyjän järjestämäksi kuljetus katsotaan, kun myyjä jotenkin osallistuu kuljetuksen järjestämiseen. Etäostosta kerrotaan, että ostaja olisi verovelvollinen, jos hän itse järjestää kuljetuksen veron alaisille tuotteille Suomeen. Ostajan lisäksi verovelvollinen olisi Tullin mukaan myös kuljetusliike tai tuotteet Suomeen tuonut yksityishenkilö. (Tulli 2015 a) Tämän vahvistaa myös valmisteverolain 79§ etämyynnistä, jossa todetaan etämyyjän olevan verovelvollinen. (Valmisteverolaki 79§)

Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto (Valvira) sanoo puolestaan, että ulkomailta tilatessa ostajan tulisi itse järjestää kuljetus Suomeen. Ostajan pyynnöstä myyjän on sallittua auttaa kuljetuksen hankkimisessa. Myyjän puolesta järjestetty kuljetus kuitenkin voitaisiin katsoa alkoholilain rikkomukseksi. (Valvira 2015 b)

Kuluttajan kannalta edullisinta tilatessaan juomia ulkomailta, on tilata ne etämyyntinä. Valviran lausunnosta huolimatta se on laillista. Jotkin panimot ovat lähteneet kiertämään Suomen ulosmyyntiin liittyvää lainsäädäntöä myyden tuotteitaan tätä kautta Viirasta. Tällöin myyjän tulee tietysti huolehtia valmisteverosta, jos kyse on etämyynnistä. Sen puolesta, onko nykyisen kaltainen järjestely kannattavaa, voi olla montaa mieltä. Mielestäni lainsäädäntöä voisi helpottaa, jotta suomalaiset tuotteet olisivat kuluttajan silmissä houkuttelevimpia ollessaan mahdollisesti samaa hintaluokkaa kuin muualla Euroopassa. Lisäksi panimoiden ulosmyyntioikeuksia tulisi parantaa, sillä Viron kautta tuotteiden kierrättämisellä valtio menettää verotuloja ja panimoilla kertyy turhia menoeriä, joka heijastuu taas tuotteiden hintoihin.

5.3 Myyntikanavat

Suomessa panimotuotteiden myynti on tilastojen mukaan vahvasti keskittynyt vähittäiskaupoille. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuusliiton mukaan heidän jäsenyrityksiään koskevat tilastot kertovat, että vuonna 2003 vähittäiskaupan osuus oli 70,2 % ja ravintoloiden 25,2 %. Luvut ovat muuttuneet vuosittain vaihteesta huomattavan paljon, kun vuoden 2015 tilastojen mukaan vähittäiskaupan osuus myynnistä oli jo 83,5 % ja ravintoloiden enää 14,7 %. (Panimoliitto 2015) Alko kertoo vuoden 2015 vuosikertomuksessaan, että heilläkin oliuden osuus kokonaisymyynnistä oli laskenut reilulla puolella toista prosentilla viimevuodesta 9 prosenttiin alkoholijuomien kokonaisymyynnistä. (Alko 2015)

Luvut eivät ole parhaita mahdollisia uutisia panimoille, vähittäiskaupoilla kun on oikeus myydä vain 4,7 % vahvuisia tuotteita. Tämä kaventaa kuluttajien saatavilla olevaa valikoimaa huomattavasti.

5.3.1 Vähittäismyynti

Alkoholijuomien vähittäismyynti elintarvikeliikkeissä on Suomessa säännösteltyä ja rajattua, mikä vaikuttaa myytävien tuotteiden valikoimaan ja saatavuuteen. Vähittäismyyntilupa oikeuttaa esimerkiksi myymään enimmillään 4,7 % alkoholia sisältäviä tuotteita, mikä jättää osan panimotuotteista vähittäismyynnin ulkopuolelle. Tämän prosenttimäärän ylittäviä tuotteita on saatavilla vain Alkosta. Alkoholituotteiden myynti on vähittäiskaupoissa sallittua lisäksi vain kello 9-21 välisenä aikana. (Valvira 2014 b, 3, 7)

Pienpanimoliitto esimerkiksi ajaakin asiaa Suomessa ulosmyynnin sallimisesta panimoille. Pienpanimoliiton vuoden 2014 alussa aloittanut puheenjohtaja kertoo liiton sivuilla olevassa tiedotteessa, että alan tärkeimpiin kysymyksiin kuulukin juuri pienpanimoiden ulosmyyntioikeus. Periaatteessa maksimissaan 4,7 % alkoholia sisältävien tuotteiden myynti olisi mahdollista elintarvikeliikkeiden kautta, mutta järjestelmä ei ole ollut käytännössä toimiva. Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto kertookin, ettei vähittäismyyntipaikassa alkoholijuomien myynti saa olla määräävässä asemassa. Vähittäismyyntiä ei myöskään saa harjoittaa samassa tilassa kuin anniskelua ja alkoholin nauttiminen myyntipaikassa on kielletty, eli tilojen tulee olla selkeästi erillään toisistaan omine kassoineen. (Pienpanimoliitto. Tiedotteita; Valvira a)

Toisin kuin panimoita, säädökset eivät kuitenkaan koske tilaviinejä ja sahtia valmistavia yrityksiä. Edellä mainittuja tuotteita, jotka ylittävät muille sallitun 4,7 % alkoholipitoisuuden, saavat myydä Alkon lisäksi sellaiset yritykset, joilla on lupa tuotteiden valmistamiseen sekä myymiseen valmistuspaikan yhteydessä. Vähittäismyyntiluvan voi myöntää paikallinen aluehallintovirasto. (Valvira b)

Panimotuotteiden myyntiväylä vähittäiskaupoille kulkee pääasiassa tukkuliikkeiden kautta ja omien tuotteidensa saaminen tukkuliikkeisiin voi olla hyvinkin haastavaa. Yksittäiset myymälät voivat tehdä erillisiä sopimuksia ja ottaa tuotteita myyntiin ilman tukkua. Tämän kaltaiset sopimukset vaativat usein jalkautumista myyjän puolelta, eli panimon kannattaa palkata myyjä tähän tehtävään. (Bauer, Sari 2016. Controller. Vinetum Oy, Helsinki. Haastattelu 1.4.2016)

5.3.2 Ravintolamyynti

Ravintoloiden alkoholimyynti eli anniskelu on myös luvanvaraista toimintaa, mutta juomat ravintolassa saavat sisältää 2,8 – 80 tilavuusprosenttia etyylialkoholia, johon oikeuttaa A-lupa. B-lupa antaa oikeuden anniskella vain enintään 22 tilavuusprosentin juomia ja C-lupa enintään 4,7 tilavuusprosentin juomia. Itse anniskeluluvan voi myöntää kirjallisen hakemuksen perusteella paikallinen aluehallintovirasto. Anniskeluluvan myöntäminen edellyttää, että sekä hakijan ja anniskelupaikan on todettu täyttävän luvan vaatimat ehdot. (Valvira 2014 a, 36)

Alkoholijuomat tulee lain mukaan hankkia ravintolaan alkoholiyhtiöstä, luvan saaneilta valmistajilta tai tukkumyyjältä. Luvan haltijalle on myös mahdollista harjoittaa omaa maahantuontia. Anniskeluaikoja koskevat myös erilliset säädökset; pääsääntöisesti anniskelu päättyy ravitsemisliikkeessä kello 01.30, puoli tuntia ennen sulkemisaikaa, mutta jatkoaikalapaa anniskelun jatkamiseen voidaan myöntää aina kello 3.30 asti. Anniskelupaikassa tapahtuvalle annostelulle on määrätty alkoholiprosentin perusteella annoskoot ja alkoholijuomia, jotka ovat valmistettu käymisen avulla, saa anniskella laseittain sekä pulloittain tai muunlaisessa myyntipakkauksessa. Suurin mahdollisen kerta-annos per asiakas on kuitenkin yksi litra. Anniskelun on tapahduttava hyväksytyllä anniskelualueella, josta pois tai sisään kulkemista voidaan valvoa. Anniskeluun tarkoitetun alkoholijuoman vähittäismyynti tai anniskelualueelta pois vieminen on kiellettyä. Anniskelu alaikäiselle, päihtyneelle tai häiritsevästi käyttäytyvälle asiakkaalle ei myöskään ole sallittua. (Valvira 2014 a, 5, 7, 12, 14, 16, 37)

Juomien mainontaa on myös rajattu laissa, vaikka mainonta tapahtuisi ravintolan tilojen sisällä. Paljousalennukset eivät ole sallittuja, esimerkiksi ”kaksi yhden hinnalla”-tyyppiset tarjoukset. Isommassa pakkauksessa oleva alkoholijuoma saa kuitenkin olla litrahinnaltaan pienempää pakkausta edullisempi. Kanta-asiakashintojen ylläpito on myös sallittua toimintaa, johtuen siitä, että kyseessä on selkeästi rajattu ryhmä. Erilaisista tarjouksista ilmoittaminen on rajattu vain anniskelupaikan sisäpuolelle. Tarjoukset eivät kuitenkaan saa perustua siihen, että mitä enemmän juo, sitä halvemmalla saa. Valviran esimerkkejä kielletyn kaltaisesta myynnin edistämisestä on esimerkiksi juomaravonnat, ”kupongilla ilmainen juoma”- tyyppinen mainonta ja ”ensimmäinen juoma ilmaiseksi”- kaltainen mainoslause. (Valvira 2014 a. 22, 23, 24, 25)

Ravintoloihin panimoituotteiden myyntiin saaminen vaatii usein verkostoituneen myyjän. Tämä tarkoittaa sitä, että tuotteet tunteva myyjä markkinoi eri tavoin ravintoloille yrityksensä tuotteita. (Bauer 2016.)

5.3.3 Alko Oy:n myynti

Alko Oy on valtion erityistehtävayhtiö, ”jolla on joko erityisvapaus valtion niille osoittamista tehtävistä tai jokin sellainen erityisvapaus, jonka vuoksi ne eivät toimi kilpailullisessa ympäristössä” (Alko - Lainsäädäntö) Alkonkin toimintaa säätelevät kuitenkin yli kymmenen lakia, joista yksi on asetus alkoholiyhtiön toiminnasta, jossa määritellään alkoholiyhtiön yleiset velvollisuudet, alkoholijuomien ottaminen vähittäismyyntiin ja myynnistä poistaminen, hinnoittelu, päätöksentekomenettelyä koskevat säädökset, valvonta ja erinäiset säädökset. Lain 4§ perusteella alkoholiyhtiö päättää vähittäismyyntiin ottamisesta juoman laadun, kysynnän sekä muiden liiketaloudellisten asioiden perusteella. Samoista ja terveydellisistä syistä yhtiö voi myös poistaa tuotteen vähittäismyyntistä. Alkoholijuoma voi valikoiman laajuuteen liittyen pysyä palvelutuotteena. (Alko 2016a; Asetus alkoholiyhtiön toiminnasta 243/2000.)

Alko on jakanut valikoimansa kolmeen valikoimatyyppiin. Ensimmäinen on vakiovalikoima, jonka tuotteet ovat esillä hinnastossa. Tilausvalikoimassa on tuotteita vakiovalikoiman ulkopuolelta ja niille on erillinen hinnasto. Kolmannessa eli erikoistilaustuotteissa asiakkaalla on mahdollisuus tilata Alkon kautta ostositoumuksella tuotteita, joita ei ole muissa valikoimissa. Oman tuotteensa saaminen Alkon valikoimiin on oma prosessinsa. Alkoholijuomien valmistaja voi tehdä tarjouksen tuotteensa joko vakio- tai tilausvalikoimaan ilmoitetun haun aikataulun mukaisesti. Tämän jälkeen tarjoukset esikäsittellään, olettaen, että tuote on hakua vastaava. Tämän jälkeen tuotteesta pyydetään näyte, jolle on omat määräyksensä. Tuotteiden arviointiin liittyy näytteen lisäksi esimerkiksi hintakategoria ja saatavuus. Alko voi ostaa tuotteen vain, jos tuote täyttää Alkon kriteerit ja lain määräykset. Tämä on noin puoli vuotta hakuajan päättymisestä. Valikoimissa tuote on vasta muutaman kuukauden oston jälkeen. Mikäli myyjä ei pysty toimittamaan tuotetta kuukauden sisällä siitä, kun se on tullut valikoimiin, peruuttaa Alko valikoimaan tulon ja perii myyjältä aiheutuneet kustannukset. Tuotteilla on myös myyntivaatimus, ja jos se jää vajavaiseksi, Alko poistaa tuotteen vakiovalikoimasta. (Alko 2016b, 4, 7, 8, 11.)

Tilausvalikoimaan voi tarjota tuotettaan milloin vain ilman varsinaista hakua. Panimoista pienpanimot voivat esimerkiksi tarjota tuotteitaan paikallisesti saataviin tilausvalikoiman tuotteisiin (T3), joita on nimensä mukaisesti saatavilla paikallisesti. Pienpanimo voi valita yhdestä kymmeneen myymälää, johon voi tuotteitaan toimittaa. Tilausvalikoiman vaatimuksena on 12 myyntitapahtumaa tai 500 euron veroton liikevaihto vuoden aikana. (Alko 2016b, 9, 11)

Alkoon tuotteensa myyntiin saaminen voi siis olla panimoille haastavaa, mutta se on monelle panimolle ainoa väylä nykyisellä lainsäädännöllä saada yli 4,7 %:n vahvuisia tuotteitaan kuluttajien saataville ravintolamyynnin ohella. Jokainen tuote ei tietenkään voi tulla valituksi, joten monet tuottajat jäävät ravintolamyynnin varaan. Vaikkakin rajaus on ymmärrettävä Alkon puolesta, voivat myyntivaatimukset, erityisesti vakiovalikoimassa, olla haastavia panimoille. Sama koskee myös toimitusvaatimuksia. Mahdollisen odottamattoman suosion edessä voi monella pienellä panimolla olla haasteita vastata toimitusmääriin. Toisaalta tuotteensa Alkon valikoimiin saaminen on monelle panimolle erittäin onnekas ja tuottoisa tapahtuma.

6 Yhteenveto

Työn tavoitteena on luoda katsaus panimotoimintaan Suomessa ja toimia ohjeistuksena panimoalan verotukseen, mainontaan ja myyntiin liittyvissä asioissa alan harrastajille ja panimoalan yrittäjille.

Historian saatossa suomalaiselle panimoteollisuudelle on muovautunut vakaa pohja, joka kannattelee teollisuudenalaa elinvoimaisena yhä tänäkin päivänä.

Maassamme on kaikkien toimialojen vahvana toiminnan säätelijänä laki, niin myös panimoteollisuudella. Opinnäytetyön edetessä oli yllättävää huomata, kuinka ankara ja tarkka maamme lainsäädäntö teollisuudenalaa kohtaan kuitenkin on. Pelkkä alkoholin verotus on suhteessa muihin Euroopan unionin maihin korkea, eikä se ole ainoa, jota panimot joutuvat kantamaan. Muihin kuin alkoholituotteisiin liittyvä sokerivero on suorastaan jääne vanhasta maailmasta, ja vero sekä sen perusteet tulisi pikaisesti uudistaa.

Koska pienpanimot ovat nouseva trendi ja niitä perustetaan maassamme yhä enenevässä määrin, koin olennaisena tutkia pienten ja suurien panimoiden verotuksessa

mahdollisesti ilmeneviä eroavaisuuksia. Erona lain puolesta on pienpanimoille suodut verohelpotukset tuotantomäärien mukaan. Ehdot ovat kuitenkin tiukat ja pienpanimoiden tulee olla hyvin tarkkana verohelpotuksiin oikeuttavista ehdoista, joita niiden tulee noudattaa. Verohelpotuksiin oikeuttavia ehtoja tuotantomääristä on viime vuosina helpotettu, mikä on erittäin positiivinen asia alan kehittymisen kannalta.

Kiinnitin erityisesti huomiota myös kotimaan myyntiin ja tuontiin. Huolestuttavaksi koin panimotuotteiden tuonnin määrät, sillä myynnit Virossa pois Suomen verotuloista ja tuontimäärät näkyvät myös panimoiden myyntiluvuissa. Lisäksi alkoholituotteiden tilaaminen netistä on lisääntynyt.

Kotimaan myynti on myös hyvin rajoitettua. Vähittäiskaupan valikoimaa rajaavat sallitut alkoholipitoisuudet vahvasti, ja panimoiden ulosmyyntioikeudet ovat olemattomat. Alkon myyntivalikoimaan pääseminen voi taas olla haasteellista, ja näin vain osa kotimaisten pienpanimoiden tarjonnasta on Alkon valikoimissa. Ravintolamyynti on panimoille tärkeä myyntiväylä, jonka osuus on kuitenkin pieni verrattuna vähittäiskauppaan. Edullisinta pienpanimoille olisi saada panimoille itselleen oikeus tuotteidensa ulosmyyntiin ja vähittäiskaupan säädösten helpottaminen, jotta yhä suurempi valikoima tuotteita löytäisi tiensä kauppojen hyllyille.

Tuhansia ihmisiä työllistävän ekologisen teollisuudenalan tukemista voitaisiin lisätä ja kehittää nykyistä enemmän verotuksella ja höllentämällä myyntiin liittyvää lainsäädäntöä.

Lähteet:

Alko 2016a. Lainsäädäntö. Luettu 7.2.2016.
[Http://www.alko.fi/alko-oy/yritys/lainsaadanto/](http://www.alko.fi/alko-oy/yritys/lainsaadanto/)

Alko 2016b. Valikoimaan otto-ohje

Alko 2015. Vuosikertomus.
[Http://vuosikertomus.alko.fi/asiakkaat-ja-tuotteet/alkoholijuomien-myynti-ja-kulutus/](http://vuosikertomus.alko.fi/asiakkaat-ja-tuotteet/alkoholijuomien-myynti-ja-kulutus/).

Asetus alkoholiyhtiön toiminnasta 243/2000. Luettu 7.2.2016.
[Http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2000/20000243](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2000/20000243)

Bauer, Sari 2016. Controller. Vinetum Oy, Helsinki. Haastattelu 1.4.2016.

Elintarviketeollisuusliitto 2011. Tutkimus: Panimo ja virvoitusjuomateollisuus työllistää lähes 30 000.
[Http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tutkimus-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus-tyollistaa-lahes-30-000.html](http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tutkimus-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus-tyollistaa-lahes-30-000.html). Luettu 3.3.2016.

Elintarviketeollisuusliitto 2015, Epäoikeudenmukainen virvoitusjuomavero poistettava 29.9.2015. Luettu 3.3.2016.
[Http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2015/epaoikeudenmukainen-virvoitusjuomavero-poistettava.html](http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2015/epaoikeudenmukainen-virvoitusjuomavero-poistettava.html).

Elintarviketurvallisuusliitto 2015. Evira kannattaa terveysperusteista sokeriveroa. Luettu 20.1.2016.
[Http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa+elintarvikkeista/ravitsemus/terveysperusteinen+sokerivero/](http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa+elintarvikkeista/ravitsemus/terveysperusteinen+sokerivero/).

Ernest & Young 2011. Panimoteollisuuden työllistävä vaikutus Suomessa, Loppuraportti.
[Http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tutkimus-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus-tyollistaa-lahes-30-000.html](http://www.etl.fi/ajankohtaista/tiedotteet/tutkimus-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus-tyollistaa-lahes-30-000.html).

ETP Food For Life Finland 2009. Luettu 17.1.2016. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuus.
[Http://www.foodforlife.fi/finnish/toimijat/elintarviketeollisuus/70-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus](http://www.foodforlife.fi/finnish/toimijat/elintarviketeollisuus/70-panimo-ja-virvoitusjuomateollisuus).

Harava, Johannes 2014. Alustava liiketoimintasuunnitelma. Pienpanimo. Seinäjoen Ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö. Luettu 3.3.2016.
[Https://theseus.fi/browse?value=Harava%2C+Johannes&type=author](https://theseus.fi/browse?value=Harava%2C+Johannes&type=author)

Hartwall 2013 b. Alkoholiveron korotus rasittaa kotimaista teollisuutta ja työllisyyttä. Luettu 22.1.2016.
[Http://www.hartwall.fi/fi/hartwall/uutiset/2013/alkoholiveron-korotus-rasittaa-kotimaista-teollisuutta-ja-tyollisyytta](http://www.hartwall.fi/fi/hartwall/uutiset/2013/alkoholiveron-korotus-rasittaa-kotimaista-teollisuutta-ja-tyollisyytta)

Hartwall 2013 a. Royal Unibrewsta Hartwallin uusi omistaja. Luettu 26.1.2016.
[Http://www.hartwall.fi/fi/hartwall/uutiset/2013/royal-unibrewsta-hartwallin-uusi-omistaja](http://www.hartwall.fi/fi/hartwall/uutiset/2013/royal-unibrewsta-hartwallin-uusi-omistaja).

HE 352/2014. Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi alkoholi- ja alkoholijuomaverosta annetun lain 9§ muuttamisesta. Finlex. Luettu 3.3.2016.
[Http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2014/20140352](http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2014/20140352).

Stadin panimon verohelpotukset poistuvat. Helsingin Sanomat 30.9.2015. Luettu 20.1.2015.
[Http://www.hs.fi/kaupunki/a1305989369232](http://www.hs.fi/kaupunki/a1305989369232).

Hämäläinen, Petri 2015. Pienpanimotuoteko luksustuote? Pienpanimokuluttajien kuluttajaprofiili. Vaasan Ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö. Luettu 8.3.2016.
[Https://publications.theseus.fi/handle/10024/1668/browse?value=H%C3%A4m%C3%A4l%C3%A4inen%2C+Petri&type=author](https://publications.theseus.fi/handle/10024/1668/browse?value=H%C3%A4m%C3%A4l%C3%A4inen%2C+Petri&type=author).

Kohtuuton mehuvero. Miksi sokeria verotetaan vain joissain tuotteissa? Luettu 5.1.2016
[Kohtuutonmehuvero.fi](http://kohtuutonmehuvero.fi).

Korpinen, Santtu & Nikulainen, Hannu 2014. Suomalaiset pienpanimot. Kirjakaari (Saarijärvi)

Kuusisto, Elina 2015. Alkoholilain kokonaisuudistus. Ravintoloiden toiminta alkoholilain uudistuksen jälkeen. Saimaan Ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö.
[Https://publications.theseus.fi/handle/10024/1576/browse?value=Kuusisto%2C+Elina&type=author](https://publications.theseus.fi/handle/10024/1576/browse?value=Kuusisto%2C+Elina&type=author). Luettu 3.3.2016

Laki alkoholi- ja alkoholijuomaverosta 1994/1471. Luettu 5.1.2016
[Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941471](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941471).

Laki makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta 2010/1127.
[Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2010/20101127](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2010/20101127). Luettu 5.1.2016

Lönnot, Elias 1828. Kalevala. WSOY juhlapainos 1943, Helsinki

Olvisaatiö 2015. Suomen maltainen historia. Luettu 11.12.2015
[Http://www.olvisaatio.fi/web/olvisaatio/33](http://www.olvisaatio.fi/web/olvisaatio/33).

Panimoliitto 2015. Oluen myynti jakeluteittäin. Tilastot. Luettu 17.3.2016
[Http://www.panimoliitto.fi/toimiala/tilastot/](http://www.panimoliitto.fi/toimiala/tilastot/).

Panimoliitto a. Luettu 22.1.2016
[Http://www.panimoliitto.fi/](http://www.panimoliitto.fi/)

Panimoliitto b. Alkoholivero. Luettu 5.1.2016.
[Http://www.panimoliitto.fi/verotus/alkoholivero/](http://www.panimoliitto.fi/verotus/alkoholivero/).

Panimoliitto c. Matkustajatuonti.. Luettu 22.1.2016
[Http://www.panimoliitto.fi/verotus/alkoholivero/matkustajatuonti/](http://www.panimoliitto.fi/verotus/alkoholivero/matkustajatuonti/)

Panimoliitto d. Luettu 5.1.2016.
[Http://www.panimoliitto.fi/verotus/](http://www.panimoliitto.fi/verotus/).

Panimoliitto e. Luettu 5.1.2016.

[Http://www.panimoliitto.fi/verotus/virvoitusjuomavero/](http://www.panimoliitto.fi/verotus/virvoitusjuomavero/).

Pienpanimoliitto. Tiedotteita. Luettu 28.1.2016

[Http://www.pienpanimoliitto.fi/5](http://www.pienpanimoliitto.fi/5).

Pienpanimoliitto 2013 a. Luettu 18.3.2016.

[Http://www.pienpanimoliitto.fi/3](http://www.pienpanimoliitto.fi/3)

Pienpanimoliitto 2013 b. Luettu 22.1.2016.

[Http://www.pienpanimoliitto.fi/](http://www.pienpanimoliitto.fi/).

Sinebrychoff a. Osana Carlsberg-konsernia. Luettu 26.1.2016.

[Http://sinebrychoff.fi/yhtio/carlsberg/Pages/OsaCarlsberg-konsernia.aspx](http://sinebrychoff.fi/yhtio/carlsberg/Pages/OsaCarlsberg-konsernia.aspx).

Sinebrychoff b. Ekologinen olut. Luettu 17.1.2016

[Http://www.sinebrychoff.fi/VASTUULLISUUS/ymparistovastuu/Pages/Ekologinenolut.aspx](http://www.sinebrychoff.fi/VASTUULLISUUS/ymparistovastuu/Pages/Ekologinenolut.aspx).

Sinebrychoff c. Nyt puidaan kotimaisen oluen ohra. Luettu 17.1.2016.

[Http://www.sinebrychoff.fi/Media/uutiset/Pages/Nytpuidaankotimaisenoluenohra.aspx](http://www.sinebrychoff.fi/Media/uutiset/Pages/Nytpuidaankotimaisenoluenohra.aspx).

Palpa a. Suomen palautuspakkaus OY (PALPA). Eri juomapakkaustyypit. Luettu 17.3.2016.

<http://www.palpa.fi/juomapakkausten-kierratys/eri-juomapakkaustyypit/>.

Palpa b. Suomen palautuspakkaus Oy, (PALPA) Pantilliset. Luettu 17.3.2016.

[Http://pantilliset.fi/](http://pantilliset.fi/).

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos (THL) 2015. Tilastoraportti 2015. Panimotuotteiden matkustajatuonti 2014.

Tulli. Pienpanimoalennus

Tulli 2011. Juomapakkausvero. Luettu 5.1.2016.

[Http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmisteverotettavat/juomapakkaukset/index.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmisteverotettavat/juomapakkaukset/index.jsp)

Tulli. Pienvalmistajat 2013.

[Http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmisteverotettavat/makeiset_virvoitusjuomat/lisa_tietoa/pienvalmistajat10659.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yrityksille/verotus/valmisteverotettavat/makeiset_virvoitusjuomat/lisa_tietoa/pienvalmistajat10659.jsp)

Tulli 2014. Valmisteverotuksen asiakasohje 23 - Alkoholijuoma- ja juomapakkausvero.

Tulli 2015 a. Alkoholin tilaaminen netistä EU-maasta. Luettu 18.3.2016.

[Http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista_ostaminen/nettituonti/alkoholin_tilaaminen_netista.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/netista_ostaminen/nettituonti/alkoholin_tilaaminen_netista.jsp).

Tulli 2015 b. Usein kysytyt kysymykset alkoholintuonnista.

[Http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/matkailijat_muuttajat/alkoholi_tupakka/Usein_kysytyt/ind ex.jsp](http://www.tulli.fi/fi/yksityisille/matkailijat_muuttajat/alkoholi_tupakka/Usein_kysytyt/ind ex.jsp)

Tulli 2016. Valmistusverotuksen asiakasohje 16 - Valmisteverotus.

Turunen, Matti 2002. Jos täytätte mun lasini. Suomalaisen panimo- ja virvoitusjuoma-teollisuuden vuosisata. Libris Oy, Helsinki.

Valmisteverolaki 182/2010. Luettu 18.3.2016.

[Http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100182#Pidp1573232](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100182#Pidp1573232).

Valmisteverotuslaki 182/2010. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100182](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100182).

Valtioneuvosto 2015 Tiedote.

[Http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/alkoholilain-uudistuksen-yhteisia-linjoja-haettiin-tyopajassa?_101_INSTANCE_3wyslLo1Z0ni_groupId=1271139](http://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/alkoholilain-uudistuksen-yhteisia-linjoja-haettiin-tyopajassa?_101_INSTANCE_3wyslLo1Z0ni_groupId=1271139).

Valtiovarainministeriö. Makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien verotus. Luettu 11.1.2016.

[Http://vm.fi/makeisten-jaatelon-ja-virvoitusjuomien-verotus](http://vm.fi/makeisten-jaatelon-ja-virvoitusjuomien-verotus).

Valtiovarainministeriö 2013. Sokeriverotyöryhmän loppuraportti. Juvenes Print – Suomen yliopistopaino Oy.

Valvira a. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto (Valvira). Vähittäismyyntipaikka. Luettu 28.1.2016.

[Http://www.valvira.fi/alkoholi/vahittaismyynti/vahittaismyyntipaikka](http://www.valvira.fi/alkoholi/vahittaismyynti/vahittaismyyntipaikka).

Valvira b. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto (Valvira). Luettu 28.1.2016. Vähittäismyynti.

[Http://www.valvira.fi/alkoholi/vahittaismyynti](http://www.valvira.fi/alkoholi/vahittaismyynti).

Valvira 2014 a. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto 2014 (Valvira). Alkoholiasiat ravintolassa Ohje 13/2014.

Valvira 2014 b. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto 2014 (Valvira). Alkoholijuomien vähittäismyynti elintarvikeliikkeessä OHJE 15/2014

Valvira 2014 c. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto 2014(Valvira). Ohje alkoholimainonnasta 2014.

Valvira 2015 a. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto 2015. Alkoholijuomien valmistuslupa 2015. Luettu 23.3.2016.

[Http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_valmistus/alkoholijuomien_valmistuslupa](http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_valmistus/alkoholijuomien_valmistuslupa).

Valvira 2015 b. Sosiaali- ja terveystieteiden lupa- ja valvontavirasto 2015. Yksityishenkilön alkoholin maahantuontioikeus 2015. Luettu 18.3.2016

[Http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_maahantuonti/yksityishenkilon_alkoholin_maahantuontioikeus](http://www.valvira.fi/alkoholi/alkoholin_maahantuonti/yksityishenkilon_alkoholin_maahantuontioikeus).

Verohallinto 2015. Arvonlisäverotus. Luettu 11.1.2016.

[Https://www.vero.fi/fi](https://www.vero.fi/fi)

[FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus](https://www.vero.fi/fi/FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus)

Veronmaksajain keskusliitto ry 2015. Arvonlisävero. Luettu 11.1.2016

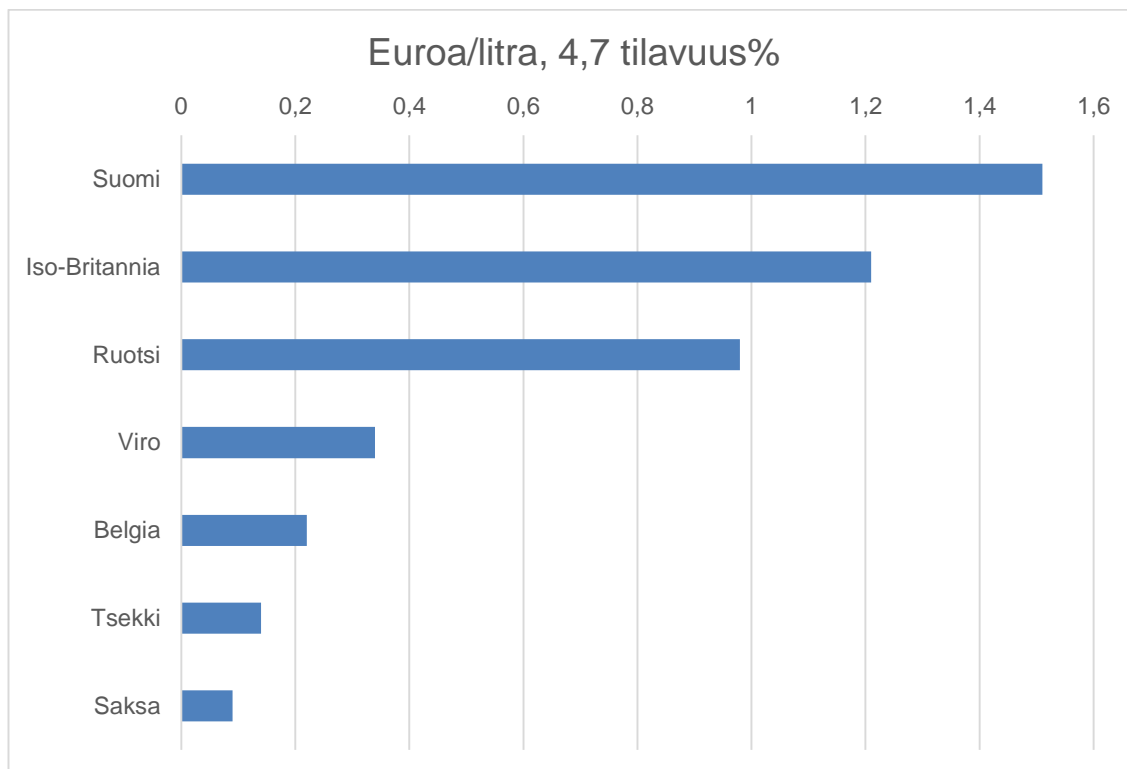
[Http://www.veronmaksajat.fi/luvut/tilastot/kulutusverot/arvonlisavero/](http://www.veronmaksajat.fi/luvut/tilastot/kulutusverot/arvonlisavero/). Luettu 11.1.2016

Virstajärvi, Santeri 2015. Onko pienpanimo-olut trendikästä ja kannattavaa Suomessa? Tampereen Ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö. Luettu 3.3.2016.
<https://www.theseus.fi/browse?value=Virstaj%C3%A4rvi%2C+Santeri&type=author>.

Ympäristöhallinto 2015. Juomapakkausten palautusjärjestelmät. Luettu 5.1.2016
http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Jatteet_ja_jatehuolto/Tuottajavastuu/Juomapakkausten_palautusjarjestelmat

Liitteet:**Liite 1: Euroopan maiden vero-osuus oluen litrahinnassa**

Kuvio 1: Euroopan maiden vero-osuus oluen litrahinnassa (Panimoliitto 2015).



Liite 2: Ote alkoholi- ja alkoholijuomalain verotaulukkoliitteestä

Taulukko 1. Ote alkoholi- ja alkoholijuomalain verotaulukkoliitteestä. (Laki alkoholi- ja alkoholijuomaverosta 1994, liite)

Etyylialkoholipitoisuus tilavuusprosentteina	Veron määrä
Olut	
– Yli 0,5 mutta enintään 2,8	8,00 senttiä senttilitralta etyylialkoholia
– Yli 2,8	32,05 senttiä senttilitralta etyylialkoholia
Viinit ja muut käymisteitse valmistetut alkoholijuomat	
– Yli 2,8 mutta enintään 5,5	159,00 senttiä litralta valmista alkoholijuomaa
– Yli 5,5 mutta enintään 8	224,00 senttiä litralta valmista alkoholijuomaa
– Yli 8 mutta enintään 15	312,00 senttiä litralta valmista alkoholijuomaa
Välituotteet	
– Yli 1,2 mutta enintään 15	379,00 senttiä litralta valmista alkoholijuomaa

Liite 3: Ote makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverolaista

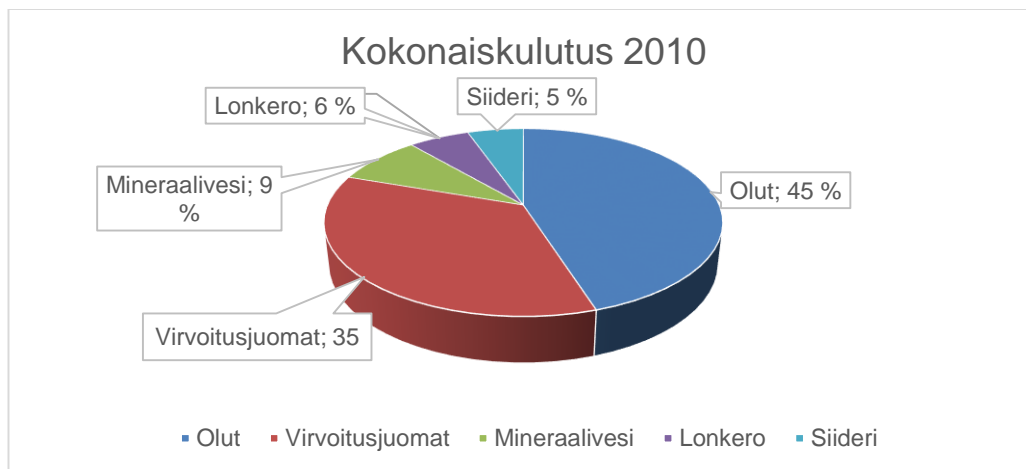
Taulukko 2. Laissa virvoitusjuomilla tarkoitetaan laista makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta löytyvän verotaulukko 2 sisältämiä tuotteita, jotka on jaoteltu tuoteryhmittäin ja jossa kerrotaan veron määrä. (Laki makeisten, jäätelön ja virvoitusjuomien valmisteverosta 2010, liite)

Tuote	Tuoteryhmä	Veron määrä
Käymättömät ja lisättyä alkoholia sisältämättömät hedelmämehut ja kasvismehut, myös sokeroidut. Sokeroimattomat kuuluvat eri tuoteryhmään.	1 A / 1	11,0/22,0 senttiä litralta
Muualle kuulumattomat elintarvikevalmisteet kuten enintään 1,2 % alkoholia sisältävät tuotteet, jotka on tarkoitettu juomien valmistukseen. Sisältää usean tuoteryhmän ja veromäärän.	2 / 2A / 3 / 3A	140/95 senttiä/kg /22,0/11,0 senttiä litralta
Maustamaton ja sokeriton tai makeutusaineeton vesi	4A	11,0 senttiä litralta
Maustettu ja/ tai makeutettu vesi sekä muut alkoholittomat juomat. Lisäksi on erikseen sokeriton.	5A / 5	11,0/22,0 senttiä litralta
Muut käymisteitse valmistetut juomat kuten siideri ja sima. Juomasekoitukset, muualle kuulumattomat. Enintään 1,2 % eikä olutsekoitukset. Lisäksi erikseen sokeriton	8A / 8	11,0/22,0 senttiä litralta
Teollisuuden raaka-aineet tai valmisteet. Erikseen sokeriton	11A ja 12 A / 11 ja 12	11,0/22,0 senttiä litralta

Liite 4: Oluesta suoritettavan alkoholijuomaveron alennukset

Taulukko 3; Oluesta suoritettavan alkoholijuomaveron alennukset (Laki alkoholi- ja alkoholijuomaverosta 29.12.1994/1471 9§)

1) 50 prosentilla siltä osin kuin panimon kalenterivuoden aikana tuottaman oluen määrä on enintään 500 000 litraa
2) 30 prosentilla siltä osin kuin panimon kalenterivuoden aikana tuottaman oluen määrä on yli 500 000 mutta enintään 3 000 000 litraa
3) 20 prosentilla siltä osin kuin panimon kalenterivuoden aikana tuottaman oluen määrä on yli 3 000 000 mutta enintään 5 500 000 litraa
4) 10 prosentilla siltä osin kuin panimon kalenterivuoden aikana tuottaman oluen määrä on yli 5 500 000 mutta enintään 10 000 000 litraa

Liite 5: Panimotuotteiden kulutuksen jakautuminen

Kuvio 2. Panimotuotteiden kulutuksen jakautuminen 2010 (Ernest & Young 2011, 7)

Liite 6: Panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden kotimaanmyynti

Taulukko 4. Panimo- ja virvoitusjuomateollisuuden kotimaanmyynti, 1000 litraa (Panimoliitto 2015)

Vuosi	1980	1990	2000	2007	2008	2010	2014
Oluen myynti	273971	414265	402360	426317	417428	395168	391824
Kokonaismyynti	465789	821074	819666	848618	827260	795868	774491