



Euroopan
komissio

SUOMEA KOSKEVA TIEDOTE

JOULUKUU 2015

DIGITAALISOPIMUKSET EUROOPPAAN



Millaisia hyödyntämättömiä mahdollisuuksia rajat ylittävällä verkkokaupalla on Suomessa?

Yritykset

Verkkokaupan nopeasta kasvusta huolimatta pääosa suomalaisista yrityksistä ei vielä hyödynnä digitaalisia sisämarkkinoita mahdollisimman tehokkaasti.

Vain viisi prosenttia suomalaisista vähittäiskaupiaista myy internetin kautta muiden EU:n jäsenvaltioiden kuluttajille, vaikka **kuusinkertainen määrä** (32 prosenttia) myy internetin kautta omassa maassaan.

Sopimusoikeuden kansallisten säännösten väliset erot ovat merkittävä este rajat ylittävälle kaupankäynnille **yhdele**

kolmesta suomalaisesta vähittäiskaupiaasta (32 prosentille), joille verkkokauppa on ajankohtaista.

32%

Jos verkkokauppaan sovellettaisiin kaikkialla EU:ssa samoja sääntöjä, **52 prosenttia suomalaisista yrityksistä**, jotka ovat aktiivisia rajat ylittävän verkkokaupan alalla tai jotka ovat kiinnostuneita siitä, alkaisi myydä internetin kautta tai lisäisi myyntiä internetin kautta "ehdottomasti" tai "jossain määrin".

52%

Kuluttajat

Suomalaiset kuluttajat jäävät myös paitsi mahdollisesti laajempaa tuotevalikoimaa ja parempia hintoja. **Vain 36 prosenttia** suomalaisista kuluttajista tekee verkko-ostoksia muista jäsenvaltioista, vaikka 58 prosenttia tekee verkko-ostoksia omassa maassaan.

41%

Alhainen luottamustaso on merkittävä tekijä: **vain 41 prosenttia suomalaisista kuluttajista tuntee olonsa luottavaiseksi** tehdessään verkko-ostoksia toisesta jäsenvaltiosta.

Kolme kuluttajien kymmenestä tärkeimmästä huolenaiheesta, jotka liittyvät verkko-ostosten tekemiseen muista EU:n jäsenvaltioista, koskee keskeisiä sopimusoikeuteen perustuvia oikeuksia, kuten tilauksen toimittamatta jättämistä, väärän tai vaurioituneen tuotteen toimittamista tai virheellisen tuotteen korjaamista ja vaihtamista.

Ainakin **70 miljoonaa kuluttajaa EU:ssa on kohdannut yhden tai useampia ongelmia** pelkästään neljän

suosituimman digitaalisisältötyypin (musiikki, virustentorjunta, pelit ja pilvitallennus) ostoissa viimeisten 12 kuukauden aikana. Kuitenkin vain 10 prosenttia ongelmia kohdanneista kuluttajista on saanut oikeussuojaa. EU:ssa kuluttajille on aiheutunut näiden hoitamattomien ongelmien seurauksena taloudellista ja muuta kuin taloudellista vahinkoa arviolta noin 9–11 miljardia euroa.

10%

Millaista ratkaisua Euroopan komissio ehdottaa?

Komissio ehdottaa kahta direktiiviä, joista yksi koskee digitaalista sisältöä ja toinen tavaroita. Yhdessä niillä taataan, että samoja keskeisiä sopimusoikeudellisia sääntöjä sovelletaan tavaroiden ostamiseen ja digitaalisen sisällön toimittamiseen verkossa koko EU:ssa.

Yritykset

Miten kyseisillä direktiiveillä parannetaan yritysten toimintaolosuhteita Suomessa?

Suomalaiset yritykset voivat toimittaa digitaalista sisältöä ja myydä tavaroita verkossa kuluttajille kaikkialla EU:ssa samojen sopimusoikeudellisten sääntöjen perusteella. Näin lisätään oikeusvarmuutta ja luodaan liiketoiminnalle suotuisat olosuhteet.



Digitaalista sisältöä toimittavat suomalaiset yritykset välttävät kustannukset, jotka johtuvat lainsäädännön hajanaisuudesta, mikä on seurausta koko EU:n kattavien sääntöjen puuttumisesta ja siitä tosiseikasta, että eräät jäsenvaltiot alkavat ottaa käyttöön kansallista erityislainsäädäntöä. Tavaroita myyvät yritykset säästävät kustannukset, jotka johtuvat mukautumisesta kunkin sellaisen jäsenvaltion sopimusoikeudellisiin sääntöihin, johon ne haluavat myydä.



EU:n yhteisillä säännöillä vähennetään kuluttajien sopimusoikeuteen liittyviä huolenaiheita. Yhä useampia **kuluttajia** kannustetaan **tekemään verkko-ostoksia muista jäsenvaltioista**, ja näin luodaan jopa **70 miljoonan** rajat ylittäviä verkko-ostoksia tekevän ostajan markkinat. Näin avataan uusia markkinoita, ja tästä on hyötyä etenkin pienille ja keskisuurille yrityksille (pk-yrityksille), joiden täytyy kasvattaa asiakaskantaansa ja joiden täytyy usein kurkottaa kotimarkkinoidensa ulkopuolelle.



Kuluttajat

Miten kyseisillä direktiiveillä parannetaan kuluttajien asemaa Suomessa?

Suomalaisten kuluttajien saataville saatetaan tarjouksia useimmilta kauppiailta eri puolilta EU:ta, ja näin kuluttajat hyötyvät **laajemmasta tuotevalikoimasta** sekä **entistä kilpailukykyisemmistä hinnoista**.

Kuluttajilla on määrättyjä oikeuksia ja korkea suojelun taso, kun he käyttävät digitaalista sisältöä ja ostavat

tavaroita verkossa. Digitaalisen sisällön osalta sääntöjä sovelletaan siihen katsomatta, maksavatko kuluttajat rahaa vai ilmoittavatko he toimittajalle henkilökohtaiset tietonsa voidakseen käyttää sisältöä (esimerkiksi pelkän rekisteröitymisen kautta).

DIGITAALINEN SISÄLTÖ:



Toimittajan virhevastuu: Jos digitaalinen sisältö on virheellinen, kuluttaja voi pyytää virheen korjaamista. Toimittajan vastuuta tällaisista virheistä ei ole rajoitettu ajallisesti, koska – toisin kuin tavarat – digitaalinen sisältö ei kulu.



Käännetty todistustaakka: Jos digitaalinen sisältö on virheellinen, kuluttajan ei tarvitse todistaa, että virhe oli olemassa toimitushetkellä, vaan toimittajan on näytettävä toteen, ettei näin ole asianlaita. Tämä on tärkeää, kun otetaan huomioon digitaalisen sisällön tekninen luonne, minkä vuoksi ongelman syyn osoittaminen voi olla kuluttajille erityisen vaikeaa.



Oikeus sopimuksen irtisanomiseen: Kuluttajilla on oikeus irtisanoa pitkäaikaiset sopimukset ja sopimukset, joihin toimittaja tekee merkittäviä muutoksia.

TAVARAT:



Käännetty todistustaakka kahden vuoden ajan: Tänä päivänä Suomessa sovelletaan kuuden kuukauden määräaikaa, jonka kuluessa oikeussuojaansa vetoavan kuluttajan ei tarvitse näyttää toteen, että virhe oli olemassa toimitushetkellä, vaan myyjän on todistettava, ettei virhettä ollut. Määräajan, jonka ajan myyjällä on tämä todistustaakka, pituudeksi määritetään nyt kaksi vuotta.



Ei ilmoitusvelvollisuutta: Kuluttajat eivät menetä oikeuksiaan, jos he eivät ilmoita myyjälle virheestä määrätyn ajan kuluessa, kuten tilanne on nykyään Suomessa.



Vähäiset virheet: Jos myyjä ei voi korjata virheellistä tuotetta tai vaihtaa sitä uuteen tai jos hän laiminlyö tuotteen korjaamisen tai vaihtamisen, kuluttajalla on oikeus purkaa sopimus ja saada korvaus myös siinä tilanteessa, että kyseessä on vähäinen virhe.

Miten direktiiveillä edistetään talouskasvua?

Sopimusoikeuteen liittyvien esteiden poistaminen edistää rajat ylittävää kauppaa.



Lisääntyneen taloudellisen toiminnan ennakoitaan **kasvattavan EU:n BKT:tä 4 miljardilla eurolla** sen nykyisestä tasosta.



Erityisesti Suomen BKT:n ennakoitaan kasvavan noin **41 miljoonalla eurolla**.



Lisääntynyt kilpailu saa kuluttajahinnat laskemaan koko EU:ssa. Tämä lisää kuluttajien hyvinvointia, ja tämän arvioidaan lisäävän kotitalouksien kulutusta EU:ssa **18 miljardilla eurolla** sen nykyisestä tasosta.



Suomessa kuluttajahintojen laskun arvioidaan lisäävän kotitalouksien kulutusta 193 miljoonalla eurolla.

LÄHTEET:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, oikeus-, kuluttaja- ja tasa-arvoasioista vastaava komission jäsen  #VeraJourova

Oikeus- ja kuluttaja-asioiden pääosasto  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Julkaisutoimisto