



Euroopa
Komisjon

EESTI TEABELEHT

DETSEMBER 2015

DIGITAALSED LEPINGUD EUROOPAS



Kui suur on piiriülese e-kaubanduse kasutamata potentsiaal Eestis?

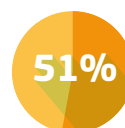
Ettevõtted

Hoolimata e-kaubanduse kiirest kasvust, ei kasuta suurem osa Eesti ettevõtjaid veel digitaalse infosisu ühtse turu kõiki võimalusi. **Vaid 10% Eesti jaemüüjatest** pakub oma tooteid internetis teiste ELi riikide tarbijatele, samas kui oma riigis pakub veebis ostmise võimalust **kolm korda rohkem** (29%) kõigist jaemüüjatest.



Riikide lepinguõiguse erinevusi märgib olulise piiriülese müüki takistava tegurina peaaegu **üks viiest veebipoodi pidavast Eesti jaemüüjast** (18%).

Kui kogu ELis kehtiksid e-kaubandusele ühtsed eeskirjad, siis alustaks või suurendaks **51% Eesti ettevõtjatest**, kes praegu veebipõhise piiriülese kaubandusega tegelevad või sellest huvitatud on, oma veebipõhist piiriülest müüki „kindlasti” või „teatud ulatuses”.



Tarbijad

Praegune olukord piirab ka Eesti tarbijate võimalust valida kvaliteetseimaid ja soodsaimaid tooteid. **Vaid 22%** Eesti tarbijatest ostab interneti teel teistest ELi riikidest, samas kui peaaegu 39% tarbijatest kasutab Eesti veebipoodi.



Oluline roll on usalduse puudumisel: **kõigest 39% Eesti tarbijatest tunneb ennast kindlalt** teisest ELi riigist interneti teel oste sooritades.

Kolme tarbija arvates kümnest on põhilised probleemid teistest ELi riikidest interneti teel ostmise puhul seotud lepinguõigusega, näiteks seoses tellimuse täitmatajätmise, vale või kahjustatud toote saatmise või defektse toote remontimise või asendamisega.

Viimase 12 kuu jooksul on vähemalt **70 miljonil ELi tarbijal tekkinud vähemalt üks probleem** seoses

kõigest nelja populaarse digitaalse sisu tüübiga (muusika, viirusetõrjetarkvara, mängud ja pilvepõhine andmesalvestus). Rahuldava lahenduse saavutas neile probleemidele vaid 10% tarbijatest. Lahendamata probleemid on põhjustanud ELi tarbijatele rahalist ja mitterahalist kahju hinnanguliselt 9–11 miljardi euro ulatuses.

10%

Millist lahendust pakub Euroopa Komisjon?

Komisjon kavandab kahte direktiivi: üks digitaalsele sisule ja teine kaupadele. Koos tagavad need, et kogu ELis kehtivad internetist kaupade ostmisele ja digitaalse sisu tarnimisele samad põhilised lepinguõiguslikud eeskirjad.

Ettevõtted

Kuidas parandavad need direktiivid Eesti ettevõtjate olukorda?

Eesti ettevõtjad saavad kõikide ELi riikide tarbijatele digitaalset sisu tarnida ja kaupu müüa samade lepinguõiguslike eeskirjade alusel. See muudatus suurendab õiguskindlust ja parandab ettevõtluskeskkonda.



Digitaalse sisu tarnimisel ei pea Eesti ettevõtjad enam kandma õigusliku killustatusega seotud kulusid, mis on põhjustatud ELi ühtlustatud eeskirjade puudumisest ja mõne liikmesriigi püüdlustest kehtestada oma riigis erinevat lepinguõigust. Kaupu müüvad ettevõtjad ei pea enam kandma kulusid oma tegevuse kohandamiseks iga sihtturuks valitud liikmesriigi lepinguõigusele.



ELis kehtivad ühtsed eeskirjad vähendavad tarbijate ebakindlust seoses lepinguõigusega. Rohkem **tarbijaid** avastab **teistest ELi riikidest veebis ostmise eelised**, mistõttu tekib kuni **70 miljonit** piiriüleselt internetis ostlejat hõlmav turg. See avab ka uusi turge ja on eriti kasulik väikestele ja keskmise suurusega ettevõtjatele (VKEdele), kellele ei piisa tihti vajaliku kliendibaasi loomiseks koduriigi turust.



Tarbijad

Kuidas parandavad need direktiivid Eesti tarbijate olukorda?

Eesti tarbijad saavad valida suurema hulga müüjate vahel kogu ELis, mis toob kaasa **tootevaliku laienemise** ja **soodsamad hinnad**.

Internetist digitaalsele sisule juurdepääsu ja kaupade ostvatel klientidel saavad olema kindlad õigused, mis tagavad

nende kui tarbijate huvide kaitse. Digitaalse sisu puhul kohaldatakse neid eeskirju, olenemata sellest, kas tarbijad tasuvad digitaalsele sisule juurdepääsu saamise eest raha või oma isikuandmetega (nt lihtsalt registreerudes).

DIGITAALNE SISU:



Tarnija vastutus defektide eest. Kui digitaalne sisu on defektne, võib tarbija nõuda hüvitist. Tarnija vastutus selliste defektide eest ei ole ajaliselt piiratud, kuna erinevalt füüsilistest kaupadest ei kulu digitaalne sisu kasutamise käigus.



Tõendamiskoormise ümberseadmine. Kui digitaalne sisu on defektne, ei pea tarbija tõendama, et defekt oli olemas juba tarnimise ajal, vaid tarnija peab tõendama vastupidist. See on oluline digitaalse sisu tehnilise olemuse tõttu – tarbijatel võib olla väga keeruline probleemi põhjust tõendada.



Lepingu lõpetamise õigus. Tarbijatele antakse õigus lõpetada pikaajalisi lepinguid ja tarnija poolt oluliselt muudetud lepinguid.

KAUBAD:



Tõendamiskoormise seadmine müüjale kaheks aastaks. Eestis kehtib juba reegel, et kuue kuu jooksul pärast ostmist ei pea defektse toote hüvitamist nõudev tarbija tõendama defekti olemasolu toote tarnimisel, vaid müüja peab tõendama vastupidist. Nüüd pikendatakse see müüja tõendamiskoormise periood kahele aastale.



Teavitamiskohustuse kaotamine. Erinevalt praegu Eestis kehtivast olukorrast ei kaota edaspidi tarbija oma õigusi, kui ta ei teavita müüjat defektist ettenähtud aja jooksul.



Pisidefektid. Kui müüja ei suuda defektset toodet remontida või asendada või ei tee seda muul põhjusel, on tarbijal õigus lepingu lõpetada ja saada hüvitist ka pisidefektide puhul.

Kuidas need direktiivid majanduskasvu panustavad?

Lepinguõigusega seotud barjääride eemaldamine hõlbustab piiriülest kaubandust.



Majanduse elavnemisega peaks prognooside kohaselt kaasnema **ELi SKP suurenemine** praegusega võrreldes **4 miljardi euro** võrra.



Eesti SKP peaks suurenema ligikaudu **2 miljoni euro** võrra.



Tihedam konkurents vähendab tarbijahindu kogu ELis. See suurendab tarbijate heaolu ja peaks hinnanguliselt tõstma ELi kodumajapidamiste tarbimist **18 miljardi euro** võrra võrreldes praeguse tasemega.



Eestis peaks tarbijahindade langemise tõttu kodumajapidamiste tarbimine tõusma 12 miljoni euro võrra.

ALLIKAD:

- *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, õigus- ja tarbijaküsimuste ning soolise võrdõiguslikkuse volinik  #VeraJourova

Õigus- ja tarbijaküsimuste peadirektoraat  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

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



Väljaannete talitus

Luxembourg: Euroopa Liidu Väljaannete Talitus, 2015
© Euroopa Liit, 2015
Allikale viitamisel on reprodutseerimine lubatud.

Print

ISBN 978-92-79-53788-2

doi:10.2838/26903

DS-01-15-928-ET-C

PDF

ISBN 978-92-79-53786-8

doi:10.2838/32494

DS-01-15-928-ET-N