



Bryssel 9.12.2015
COM(2015) 633 final

**KOMISSION TIEDONANTO EUROOPAN PARLAMENTILLE, NEUVOSTOLLE JA
EUROOPAN TALOUS- JA SOSIAALIKOMITEALLE**

Digitaalisopimukset Euroopalle - Verkkokaupan potentiaalin hyödyntäminen

1. TAUSTA

Euroopan vähittäis sektorilla verkkokauppa on kasvanut viime vuosina nopeasti. Verkkokauppa vauhdittaa koko EU:n talouden kasvua. Siihen liittyy kuitenkin edelleen paljon hyödyntämätöntä potentiaalia. Sekä yritykset että kuluttajat joutuvat liian usein rajoittamaan toimintansa kotimarkkinoihin sen sijaan, että voisivat hyödyntää verkkokaupan tarjoamia mahdollisuuksia täysimääräisesti.

Keskeiset luvut

Verkkokauppa on tärkeä kasvun vauhdittaja: Verkossa käytävän vähittäiskaupan arvo kasvoi EU:ssa 13,4 prosenttia vuodesta 2013 vuoteen 2014, ja sen kokonaisarvo nousi 370 miljardiin euroon.¹ Yritysten verkkokaupasta saaman liikevaihdon osuus vähittäiskaupan kokonaisliikevaihdosta kasvoi 85 prosenttia vuodesta 2009 vuoteen 2014². Tämä osoittaa, että vähittäiskaupan kasvu on keskittynyt verkkoon.

Verkkokaupassa on vielä hyödyntämätöntä kasvupotentiaalia: Verkkokaupan osuus koko vähittäiskauppasektorista on Euroopassa huomattavasti pienempi kuin Yhdysvalloissa. Vuonna 2014 sen osuus oli EU:ssa 7,2 prosenttia ja Yhdysvalloissa 11,6 prosenttia.³ Samana vuonna vain 12 prosenttia EU:n vähittäiskauppiaista tarjosi tuotteitaan verkossa muiden EU-maiden kuluttajille, kun taas kotijäsenvaltiossaan verkkokauppaa kävi kolminkertainen määrä kauppiaita (37 %).⁴ Kuluttajista vain 15 prosenttia teki verkko-ostoksia toisesta EU-maasta, kun taas kotijäsenvaltiossaan verkko-ostoksia teki kolminkertainen määrä kuluttajia (44 %).⁵

Tätä taustaa vasten Euroopan komissio hyväksyi digitaalisten sisämarkkinoiden strategian⁶, jossa digitaalisten sisämarkkinoiden luominen asetetaan yhdeksi keskeiseksi painopisteeksi, jonka avulla voidaan edistää kasvua Euroopassa. Digitaalisten sisämarkkinoiden strategiassa puututaan kaikkiin merkittäviin esteisiin, jotka haittaavat rajat ylittävän verkkokaupan kehitystä EU:ssa. Käsittelemällä näitä esteitä kokonaisuutena ja parantamalla tilannetta sekä yritysten että kuluttajien kannalta auttaa tuomaan odotetun kasvusysäyksen sekä digitaalisille sisämarkkinoille että EU:n taloudelle yleensä.

1 European B2C E-commerce Report 2015. Ecommerce Europe. Pois lukien Bulgaria, Kypros, Kroatia, Liettua, Luxemburg, Malta, Slovenia ja Slovakia, joiden tietoja ei ole saatavilla. <http://www.ecommerce-europe.eu/> s. 29 - Kaikki tässä tiedonannossa esitetyt luvut ovat saatavissa myös vaikutustenarviointia koskevassa komission yksiköiden valmisteluasiakirjassa, joka on liitetty oheisasiakirjana ehdotuksiin Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviksi digitaalisen sisällön toimittamista koskeviin sopimuksiin liittyvistä tietyistä seikoista ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviksi tavaroiden verkkokauppaa ja muuta etämyyntiä koskeviin sopimuksiin liittyvistä tietyistä seikoista, SWD(2015) 275.

2 Eurostat, E-commerce by enterprises: summary of EU aggregates (NACE Rev. 2).

3 <http://www.retailresearch.org/onlineretailing.php>

4 Vähittäissektorin yritysten suhtautumista rajat ylittävään kauppaan ja kuluttajansuojaan kartoittava Flash Eurobarometri nro 396, "Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection", 2015, s. 27.

5 Eurostat-kysely tieto- ja viestintätekniikan käytöstä kotitalouksissa ja yksityishenkilöiden toimesta: Eurostat survey on ICT usage in households and by individuals (2014), isoc_ec_ibuy

6 Komission tiedonanto Digitaalisten sisämarkkinoiden strategia Euroopalle, COM(2015) 192 final, saatavilla osoitteessa <http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/>

Kuulia kysynnän ja tarjonnan välillä voidaan kaventaa. EU:n yritykset voivat parantaa kilpailukykyään, kun niiden on helpompi myydä tuotteitaan muuallakin kuin vain kotimarkkinoillaan tai parissa naapurimaassa. Tarjonnan lisääntyminen lisää myös kilpailua. Näin kuluttajien saataville tulee laajempi tuotevalikoima kilpailukykyisempään hintaan. Yhdenmukaiset oikeudet ja korkeatasoinen kuluttajansuoja lisää kuluttajien luottamusta tehdä ostoksia ulkomailta.

2. ENSIMMÄINEN JA MERKITTÄVÄ ASKEL KOHTI VERKKOKAUPAN POTENTIAALIN HYÖDYNTÄMISTÄ

Yksi digitaalisten sisämarkkinoiden strategian kolmesta päätavoitteesta on *parantaa kuluttajien ja yritysten verkkotuotteiden ja -palvelujen saantia koko Euroopassa*. Strategiassa todetaan, että jäsenvaltioiden väliset eroavuudet sopimusoikeuden alalla muodostavat esteitä rajat ylittävälle verkkokaupalle.

Jotta rajat ylittävälle verkkokaupalle voitaisiin luoda suotuisat toimintaedellytykset, strategiassa ilmoitettiin säädösehdotuksista, joilla vahvistettaisiin rajat ylittäviin sopimukseen sovellettavat yksinkertaiset ja tehokkaat säännöt kuluttajille ja yrityksille yhdenmukaistamalla digitaalisen sisällön toimittamista ja tavaroiden verkkokauppaa koskevat sopimusoikeuden säännöt.

Kuten vuotta 2015 koskevassa komission työohjelmassa todetaan, komissio on tänään hyväksynyt 1) ehdotuksen direktiiviksi digitaalisen sisällön toimittamista koskeviin sopimukseen liittyvistä tietyistä seikoista ja ii) ehdotuksen direktiiviksi tavaroiden verkkokauppaa⁷ ja muuta etämyyntiä koskeviin sopimukseen liittyvistä tietyistä seikoista.⁸ Verkkosisältöpalvelujen rajatylittävää siirrettävyyttä koskevan asetusehdotuksen ohella nämä ehdotukset ovat ensimmäiset digitaalisten sisämarkkinoiden strategian perusteella hyväksytyt säädösaloitteet.

Ehdotetuilla kahdella direktiiveillä käytännössä yhdenmukaistetaan täysimääräisesti ja kohdennetusti digitaalisen sisällön toimittamista ja tavaroiden verkkokauppaa koskevien sopimusten osapuolten keskeiset pakottavat oikeudet ja velvollisuudet.⁹ Ehdotetut säädökset edistävät digitaalisten sisämarkkinoiden kasvua seuraavilla tavoilla:

- **Sopimusoikeuden eroavuuksista johtuvat kustannukset vähenevät:**
Kuluttajasopimuksia koskevat keskeiset säännöt vaihtelevat nyt jäsenvaltioittain, mikä

⁷ Tässä tiedonannossa 'verkkokaupalla' tarkoitetaan 'verkossa tai muulla tavoin etämyyntinä tapahtuvaa kauppaa'. Vastaavasti 'perinteisellä kaupalla' tarkoitetaan tilannetta, jossa myyjä ja kuluttaja ovat fyysisesti läsnä kaupantekotilanteessa.

⁸ Sekä digitaalista sisältöä että tavaroiden verkkomyyntiä koskevien ehdotusten keskeiset säännökset perustuvat kulutustavaroiden kauppaa koskevaan direktiiviin, jotta ne olisivat mahdollisimman yhdenmukaisia. Komissio päätti kuitenkin antaa kaksi eri säädöstä, koska digitaalisen sisällön erityisominaisuudet edellyttävät useita säännöksiä, jotka poikkeavat tavaroita koskevista säännöksistä. Lisäksi digitaalisen sisällön nopea teknologinen ja kaupallinen kehitys edellyttävät jatkossa tämän direktiivin soveltamisen tarkistamista. Digitaalista sisältöä koskevien säännösten keskittäminen yhteen direktiiviin helpottaa kyseisen säädöksen täytäntöönpanoa, soveltamista ja tarkistamista.

⁹ Esimerkiksi sopimuksenmukaisuus, oikeussuojakeinojen hierarkia ja niiden käyttö, kuluttajan oikeus purkaa sopimus.

vaikeuttaa digitaalisen sisällön ja tavaroiden rajatylittävää verkkokauppaa. Ehdotetuilla säädöksillä varmistetaan, että nämä säännöt ovat samanlaiset kaikissa jäsenvaltioissa. EU:n laajuiset säännöt estävät oikeudellisen hajanaisuuden muodostumisen digitaalisen sisällön alalla¹⁰ ja poistavat sen tavaroiden osalta¹¹. Yritysten ei myöskään enää tarvitse mukauttaa sopimuksiaan moniin eri sääntöihin, kun ne myyvät tuotteitaan yli rajojen, jolloin ne välttyvät ylimääräisiltä kustannuksilta.

- **Yritysten oikeusvarmuus paranee:** Yritykset joutuvat nykyään toimimaan monimutkaisessa oikeudellisessa ympäristössä. Uusien direktiivien ansiosta ne sen sijaan voivat myydä digitaalista sisältöä tai tavaroita verkossa kuluttajille kaikkialla EU:ssa kuluttajasopimuksia koskevien yhdenmukaisten sääntöjen nojalla. Tämä parantaa oikeusvarmuutta ja luo yritystoimintaa edistävän oikeudellisen toimintaympäristön, josta hyötyvät erityisesti pk-yritykset.
- **Kuluttajien on helpompi hyödyntää rajat ylittäviä verkko-ostoksia EU:ssa:** Keskeisiä sopimusoikeuksia koskeva epävarmuus on yksi suurimmista syistä siihen, että kuluttajien luottamus verkko-ostosten tekemiseen toisesta maasta on heikko. Uusien direktiivien myötä kuluttajat saavat kaikkialla EU:ssa täysin yhdenmukaiset selkeät oikeudet, niin että he voivat luottavammin hankkia digitaalista sisältöä tai ostaa tavaroita yli rajojen. Myös kuluttajansuojan yleinen taso nousee EU:ssa huomattavasti. Tavaroiden verkkokaupan osalta tämä tarkoittaa erityisesti sitä, että jos tavara on virheellinen, käänteisen todistustaakan voimassaolo pitenee kahteen vuoteen, jolloin se on linjassa lakisääteisen kaksivuotisen takuuajan kanssa. Tämä parantaa kuluttajansuojaa kaikkialla Euroopassa lukuun ottamatta kahta jäsenvaltiota, joissa se pysyy ennallaan. Tämä rohkaisee kuluttajia tekemään verkko-ostoksia kotimaansa rajojen ulkopuolella, sillä heidän on helpompi käyttää oikeuksiaan.¹²
- **Digitaalisen sisällön virheistä kuluttajille aiheutuvat haitat vähenevät:** Nykyään digitaalisen sisällön toimittamisesta ei ole olemassa EU:n laajuisia sopimusoikeuden sääntöjä. Ehdotettujen direktiivien myötä kuluttajat saavat selkeät ja erityisesti digitaalista sisältöä varten määritellyt oikeudet sellaisia tilanteita varten, joissa digitaaliseen sisältöön liittyy ongelmia. Näin he voivat vedota oikeussuojakeinoihin ongelmiansa ratkaisemiseksi, mikä vähentää virheellisen digitaalisen sisällön hankinnasta aiheutuvaa haittaa nykytilanteeseen verrattuna. Koska on kyse teknisesti ja kaupallisesti nopeasti kehittyvistä markkinoista, EU:n säännöt ovat

10 Eräissä jäsenvaltioissa on äskettäin hyväksytty lainsäädäntöä (UK, NL) digitaalisen sisällön toimittamista koskeviin sopimuksiin sovellettavista pakottavista säännöistä tai käynnistetty valmistelutoimet tällaisten säädösten antamiseksi (IE). Uudet kansalliset säännökset eroavat toisistaan sekä soveltamisalansa että aineellisen sisältönsä puolesta.

11 Sopimuksenmukaisuudesta ja tavarain virheeseen liittyvistä oikeussuojakeinoista on tähän mennessä annettu vain vähimmäistason yhdenmukaistamista koskevat säännöt (kulutustavaroiden kaupasta ja niihin liittyvistä takuista annetulla direktiivillä). Koska kyse on vähimmäisvaatimuksista, jäsenvaltioilla on mahdollisuus mennä pidemmälle ja lisätä kuluttajia suosivia vaatimuksia. Monet jäsenvaltiot ovat käyttäneet tätä mahdollisuutta eri asioissa ja eri tavoin.

12 Käänteisen todistustaakan pidentäminen voi myös parantaa tuotteiden laatua ja kestävyyttä, kuten 2. joulukuuta 2015 hyväksytyssä Euroopan komission kiertotalouspaketissa todetaan.

teknologianeutraaleja ja tulevaisuuden suhteen joustavia. Tämän ansiosta niillä luodaan tasavertaiset toimintaedellytykset kaikenlaisille digitaalisille sisällöille.

- **Kuluttajien ja yritysten edut otetaan tasapuolisesti huomioon:** Ehdotetuissa direktiiveissä on seurattu markkinasuuntauksia ja otettu tasapuolisesti huomioon sekä kuluttajien että yritysten edut, jotta ne tarjoaisivat kaikille osapuolille hyvät edellytykset saada taloudellista hyötyä.

Parannuksia arkeen...

Direktiivit tuovat parannuksia sekä yritysten että kuluttajien arkeen Euroopassa. Nykyään yrityksiltä kuluu paljon aikaa ja rahaa sen selvittämiseen, millaista kuluttajalainsäädäntöä niiden on noudatettava, kun ne myyvät tuotteitaan yli rajojen, ja sopimustensa mukauttamiseen näihin sääntöihin. Esimerkiksi se, kuinka kauan myyjä on vastuussa tietokoneen vioista, vaihtelee jäsenvaltiosta riippuen kahdesta vuodesta tietokoneen koko elinikään. Uusien direktiivien myötä tällaisiin sopimusoikeudellisiin oikeussuojakeinoihin sovelletaan kaikkialla EU:ssa samoja sääntöjä, ja säästyvä aika ja raha voidaan käyttää uusien tuotteiden kehittämiseen tai tuotteet voidaan myydä kilpailukykyisempään hintaan.

Kuluttajat voivat tehdä ostoksia verkossa ja hankkia digitaalista sisältöä muista EU:n jäsenvaltioista yhtä helposti ja turvallisesti kuin omassa maassaan. Kuluttajat, jotka ostavat rohkeasti tuotteita toiseen jäsenvaltioon sijoittautuneelta elinkeinonharjoittajalta, saavat jatkossa saman suojan kuin kansallisen lainsäädäntönsä nojalla. Jos kuluttaja ei voi katsoa jo maksamaansa elokuvaa verkossa videon huonon laadun vuoksi, hän saa tätä nykyä korvaukseksi usein vain alennuksen myöhemmin tilattavista elokuvista, joiden laatu saattaa olla yhtä heikko. Jatkossa kuluttajalla on oikeus siihen, että ongelma korjataan tai hintaa alennetaan, tai hänellä on oikeus purkaa sopimus ja saada rahansa takaisin.

... ja potkua makrotalouteen

Jos sopimusoikeuteen liittyvät esteet saadaan poistettua, noin 122 000 uutta yritystä ryhtyisi käymään kauppaa verkossa yli rajojen. EU:n sisäraajat ylittävä kauppa voisi kasvaa noin 1 miljardilla eurolla. Kun verkossa käytävään vähittäiskauppaan liittyvä kilpailu voimistuu, vähittäishinnat alenisivat kaikissa jäsenvaltioissa keskimäärin 0,25 prosenttia EU:n tasolla. Tämä taas lisäisi suoraan kotitalouksien kulutusta EU:ssa noin €18 miljardilla eurolla. Tämän lisäksi laajempi tuote- ja palveluvalikoima lisää kuluttajien hyvinvointia. Noin 7,8–13 miljoonaa kuluttajaa ryhtyisi tekemään ostoksia verkossa myös toisista jäsenvaltioista. Jokainen rajat ylittäviä verkko-ostoksia tekevä kuluttaja käyttäisi rahaa keskimäärin 40 euroa vuodessa enemmän. Reaalisen BKT:n määrä koko EU:ssa kasvaisi noin 4 miljardilla eurolla vuodessa.¹³

¹³ The macro-economic impact of e-commerce in the EU Digital Single Market, M. Cardona, N. Duch-Brown, J. Francois, B. Martens, F. Yang (2015), Digital Economy Working Paper, IPTS-JRC.

Ehdotukset koskevat ainoastaan yritysten ja kuluttajan väliseen toimintaan sovellettavia sopimusoikeuden sääntöjä. On todettu, että myös pk-yritykset ovat kohdanneet erityisesti digitaalisen sisällön käytön yhteydessä sopimusoikeuteen liittyviä ongelmia, koska ne ovat heikompi osapuoli, jolla on vähemmän neuvotteluvoimaa kuin suurilla yrityksillä. Erityisesti sidosryhmien ja jäsenvaltioiden näkemysten perusteella komissio on kuitenkin päättänyt käsitellä tätä kysymystä muissa aloitteissa, jotka mainitaan niin ikään digitaalisten sisämarkkinoiden strategiassa.

Tämän paketin molemmat ehdotukset ovat tarpeen verkkokaupan täyden potentiaalin hyödyntämiseksi, jotta digitaalisista sisämarkkinoista saadaan kaikki edut. Komission on toteutettava samanaikaisesti toimia sekä tavaroiden että digitaalisen sisällön osalta. Näitä direktiivejä täydennetään muilla digitaalisten sisämarkkinoiden strategiassa mainituilla toimenpiteillä, jotka liittyvät muun muassa alv-rasitukseen, korkealaatuisten rajat ylittävien pakettipalvelujen kehittämiseen ja moderniin tekijänoikeuslainsäädäntöön. Lisäksi toteutetaan myös muita kuluttajiin liittyviä aloitteita, kuten digitaalisten sisämarkkinoiden strategiassa mainittu maarajoitusten poistaminen ja kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen¹⁴ tarkistus sekä verkkovälitteisen riidanratkaisuforumin käyttöönotto¹⁵. Näin tehostetaan rajat ylittävää kauppaa ja korjataan muita yrittäjien ja kuluttajien kannalta merkittäviä ongelmia, kuten tehokkaiden rajat ylittävien oikeussuojakeinojen ja valvontatoimien tarve.

3. KOKEMUKSESTA OPIII – KESKITETTY JA KOHDENNETTU LÄHESTYMISTAPA

Kokemuksesta viisastuneena ja sidosryhmiä kuultuaan komissio esittää näissä ehdotuksissa kunnianhimoista, mutta realistista etenemistapaa sopimusoikeuteen liittyvien esteiden poistamiseksi ja verkkokaupan potentiaalin hyödyntämiseksi EU:ssa.

Nämä ehdotukset ovat tarkoituksenmukaisin keino puuttua tilanteeseen.

Ensinnäkin niissä puututaan sidosryhmien ja jäsenvaltioiden esiin tuomiin todellisiin käytännön ongelmiin. Komissio on pyrkinyt keräämään aiheesta näkemyksiä laajalti ja tasapuolisesti. Toteuttamalla kattavia sekä julkisia että kohdennettuja kuulemisia komissio varmisti sidosryhmien laajan osallistumisen koko valmisteluprosessin ajan. Kaikki sidosryhmät (yritykset, kuluttajat, kansalliset viranomaiset, lakiasiantuntijat ja tutkijat) saivat näin runsaasti tilaisuuksia tuoda esiin näkemyksensä.

Toiseksi ehdotuksissa otetaan huomioon erityisesti aiemmat kokemukset yrityksistä lähentää sopimusoikeuden sääntöjä. Tämän perusteella komissio keskittyy kohdennettuihin, täysin yhdenmukaistettuihin pakottaviin kuluttajaoikeuksiin, joiden avulla voidaan poistaa rajat

14 Asetus (EY) N:o 2006/2004, annettu 27 päivänä lokakuuta 2004, kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä.

15 Asetus (EU) N:o 524/2013, annettu 21 päivänä toukokuuta 2013, kuluttajariitojen verkkovälitteisistä riidanratkaisusta sekä asetuksen (EY) N:o 2006/2004 ja direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta.

ylittävän kaupan keskeisiä konkreettisia esteitä ja vastata tarpeeseen toteuttaa nopeasti toimenpiteitä verkkoympäristössä Euroopan parlamentin vaatimuksen mukaisesti.¹⁶ Direktiivit soveltuvat tähän tarkoitukseen paremmin kuin asetus, koska jäsenvaltiot voivat saattaa ne osaksi kansallista lainsäädäntöään haluamallaan tavalla. Tämä ongelmakeskeinen kohdennettu lähestymistapa on sidosryhmien kuulemisen merkittävä tulos.

Sisältönsä puolesta ehdotukset tuovat tilanteeseen uutta dynaamisuutta, koska niissä on täysimääräisen yhdenmukaistamisen avulla otettu tasapuolisesti huomioon EU:n korkeatasoinen kuluttajansuoja ja yritysten merkittävästi paremmat toimintamahdollisuudet. Valitun lähestymistavan myötä on säilytetty käytännössä toimiviksi todettuja aineellisia ratkaisuja (esim. lakisääteisen takuuajan kesto, oikeussuojakeinojen hierarkia). Toisaalta tarvittaessa on otettu käyttöön myös uusia ratkaisuja uusien tietojen pohjalta (esim. käänteisen todistustaakan voimassaolon jatkaminen).¹⁷ Tämä parantaa kuluttajansuojan tasoa ja tehokkuutta¹⁸. Lisäksi oikeusvarmuus paranee ja yritysten kustannukset vähenevät.¹⁹ Kaiken kaikkiaan tämä näkyy kuluttajien luottamuksen lisääntymisenä ja yritystoiminnan vilkastumisena kaikkialla EU:ssa.

4. ON TOIMITTAVA ENNEN KUIN ON LIIAN MYÖHÄISTÄ

Digitaalinen ympäristö edellyttää nopeaa toimintaa

Digitalisaatiosta johtuva kaupallinen ja teknologinen kehitys etenee nopeassa tahdissa paitsi EU:ssa myös koko maailmassa. EU:n on toimittava nopeasti sen varmistamiseksi, että yritysten toimintasäännöt ja kuluttajaoikeudet vahvistetaan EU:n yhteisten sääntöjen perusteella niin, että voidaan turvata korkeatasoinen kuluttajansuoja ja liiketoimintaa tukeva toimintaympäristö. On äärimmäisen tärkeää luoda kehys, jonka avulla digitalisaation hyödyt voidaan toteuttaa käytännössä niin, että EU:n yritykset voivat parantaa kilpailukykyään ja kuluttajat voivat luottaa EU:n korkeatasoisiin kuluttajansuojanormeihin. Toteuttamalla toimia nyt EU voi vahvistaa politiikkatoimien suuntauksen ja normit, joiden mukaisesti tämä digitalisaation merkittävä osa-alue toteutetaan.

Yritysten kannalta keskeinen toimi on oikeudellisen kehityksen yksinkertaistaminen, jotta ne voivat parantaa kilpailukykyään ja osallistua aktiivisesti digitaalisiin markkinoihin kaikkialla

¹⁶ Euroopan parlamentti antoi 26. helmikuuta 2014 lainsäädäntöpäättöslauselman ehdotuksesta Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukseksi yhteisestä eurooppalaisesta kauppalaista (COM(2011)0635– C7-0329/2011 – 2011/0284(COD)). Se päätti rajoittaa yhteisen eurooppalaisen kauppalaisten soveltamisalan verkkokauppaan ja muuhun etämyyntiin ja sisällyttää sääntöjen soveltamisalaan myös sellaisen digitaalisen sisällön, joka toimitetaan muuta vastiketta kuin rahaa vastaan.

¹⁷ ”Consumer market study on the functioning of Legal and Commercial Guarantees for consumers in the EU” (2015): Vain pieni osa yrityksistä vaatii, että kuluttajan olisi osoitettava myyjän vastuuvuorollisuus koko kaksi vuotta kestävästä lakisääteisen takuuajan kuluessa, eikä elinkeinonharjoittajien käyttäytyminen juuri muutu tältä osin, olipa ajanjakso alle tai yli 6 kuukautta. Kaksi jäsenvaltiota (FR, PT) on jo antanut kansallista lainsäädäntöä, jonka mukaan käänteinen todistustaakka on voimassa kaksi vuotta.

¹⁸ Esimerkiksi digitaalisen sisällön osalta lakisääteistä takuuajaa ei ole rajoitettu, eikä kuluttajien tarvitse osoittaa vian alkuperää. Tämä oikeus on voimassa rajoittamattoman ajan. Kuluttajat saavat oikeuden purkaa pitkäaikaisen sopimuksen tai sopimuksen, johon toimittaja on tehnyt merkittäviä muutoksia. Ostaessaan tavaroita verkossa kaikki EU:n kuluttajat voivat kahden vuoden kuluessa pyytää hyvitystä viallisesta tuotteesta ilman että heidän täytyy osoittaa, että vika oli olemassa jo silloin kun tavara toimitettiin heille. EU:n kuluttajat eivät menetä oikeuksiaan, vaikka he eivät ilmoittaisi myyjälle tavarasta tietyssä määräajassa.

¹⁹ Yrityksille on arvioitu aiheutuvan noin 9 000 euron ylimääräiset kustannukset siitä, että niiden on mukautettava sopimuksiaan toisen jäsenvaltion lainsäädäntöön. Lisätietoja on komission yksiköiden valmisteluasiakirjan liitteessä 5, joka sisältää näihin ehdotuksiin liittyvän vaikutustenenarvioinnin, SWD(2015) 275.

unionissa. Kuluttajille taas erityisen tärkeitä näkökohtia ovat luottamus ja suojele verkkoympäristössä, jotta voidaan lieventää etämyyntiin erottamattomasti liittyviä riskejä (ei henkilökohtaista kontaktia myyjään eikä mahdollisuutta tarkastella tuotetta käytännössä). Jos toimenpiteitä ei toteuteta välittömästi, muutokset saattavat tulla liian myöhään ja monia mahdollisuuksia voidaan menettää. Jotta voitaisiin nopeasti parantaa yritysten kilpailukykyä ja vauhdittaa kasvua EU:ssa, komissio on asettanut painopisteeksi vähittäiskaupan digitaalisen ulottuvuuden eli digitaalisen sisällön toimittamisen ja tavaroiden verkkomyynnin. Nämä digitaalisen ulottuvuuden eri näkökohdat ovat molemmat yhtä keskeisiä. Digitaalisen sisällön toimittamisen esteisiin on puututtava, koska digitaalisen sisällön toimittamiseen liittyy erityisen suuri kasvupotentiaali.²⁰ Digitaalista sisältöä koskevien toimien viivästyminen liittyy oikeudellisen hajanaisuuden riski, josta aiheutuu rajat ylittävien liiketoimien yhteydessä ongelmia sekä kuluttajille että digitaalisen sisällön toimittajille. Tavarakauppa puolestaan muodostaa edelleen selvästi suurimman osan verkkokaupasta: digitaalisten sisämarkkinoiden arvioidusta 231 miljardin euron kokonaisarvosta noin 212 miljardia on peräisin tavaroiden vähittäiskaupasta. Digitaalisten sisämarkkinoiden koko potentiaalia ei voida hyödyntää, jos toimia toteutetaan ainoastaan toisella osa-alueella.

Eri sidosryhmien kuulemisten perusteella nousi esiin yleinen mielipide, jonka mukaan digitaalista sisältöä koskevien sääntöjen tulisi mahdollisuuksien mukaan perustua tavarakauppaa koskeviin sääntöihin. Niistä poikettaisiin ainoastaan siltä osin kuin on tarpeen digitaalisen sisällön erityispiirteiden huomioon ottamiseksi. Tämä osoittaa, että toimielinten välisessä menettelyssä on tärkeää käsitellä näitä sääntökokonaisuuksia samanaikaisesti niin pitkälle kuin mahdollista.

Edellä esitetyistä syistä digitaalista sisältöä ja tavaroiden verkkomyyntiä koskevat ehdotukset esitetään juuri nyt ja samanaikaisesti.

Varmistetaan verkkokaupan ja perinteisen kaupan sääntöjen johdonmukaisuus

Koska tuotteita myydään yhä yleisemmin sekä verkossa että tavallisissa kaupoissa, komissio pyrkii kaikin keinoin välttämään tilanteen, jossa näitä jakelukanavia koskevat säännöt poikkeaisivat toisistaan. Sen tavoitteena on varmistaa, että kuluttajat ja yritykset voivat luottaa johdonmukaiseen oikeudelliseen kehykseen, jota on helppo soveltaa kaikkialla Euroopassa.

Komissio aikoo tarkastella voimassa olevaa EU:n kuluttajalainsäädäntöä osana sääntelytoimivuutta ja tuloksellisuutta koskevaa ohjelmaansa (Regulatory Fitness and Performance Programme, REFIT). Tämä toimivuustarkastus kattaa näitä ehdotuksia paljon laajemman

20 Digitaalisen sisällön kysyntä kasvaa sitä mukaa kuin internetin saatavuus ja käyttö lisääntyvät (vuonna 2014 internetiä käytti 80 prosenttia eurooppalaisista eli 317 miljoonaa ihmistä) ja mitä enemmän käytetään älypuhelimia, sähkökirjojen lukulaitteita ja tabletteja. Tämän kasvun voidaan kohtuudella odottaa alkavan näkyä lähitulevaisuudessa, sillä digitaalisen sisällön rajatylittävää saatavuutta koskevassa Flash Eurobarometrissä nro 411 "Cross-border access to digital content" (2015) todetaan, että valtaosa 15–24-vuotiaista internetin käyttäjistä EU:ssa käyttää nykyään jonkinlaista digitaalista sisältöä (87 % kuuntelee musiikkia verkossa, 80 % katsoo visuaalista aineistoa verkossa ja 58 % lataa pelejä tai pelaa niitä verkossa).

kokonaisuuden, sillä sen yhteydessä tarkastellaan useita kuluttajadirektiivejä²¹, muun muassa kulutustavaroiden kaupasta ja niihin liittyvistä takuista annettua direktiiviä (jonka verkkomyyntiä koskevat säännöt korvataan tavaroiden verkkokauppaa koskevalla ehdotuksella).

Ehdotettuja säädöksiä koskevan laajan kuulemisen yhteydessä on tullut esiin useita kysymyksiä, jotka liittyvät sekä perinteiseen että verkossa tapahtuvaan tavaroiden kauppaan. Näin ollen tavaroiden verkkomyyntiä käsittelevän ehdotuksen valmistelun yhteydessä on jo tehty suuri osa siitä analysointityöstä, joka on tarkoitus tehdä REFIT-tarkastelun yhteydessä kulutustavaroiden kaupasta ja niihin liittyvistä takuista annetun direktiivin osalta.

Tämän analyysin lisäksi otetaan huomioon tiedot, jotka saadaan edellä mainitun direktiivin soveltamista perinteiseen tavaroiden kauppaan koskevan toimivuustarkastuksen yhteydessä, suunnitelmien mukaan vuoden 2016 puolivälissä. Nämä tiedot ja siten REFIT-tarkastelun lopputulos eivät tältä osin ole vielä käytettävissä. Jos REFIT-tarkastelun tulokset vahvistavat parhaillaan käynnissä olevan analyysin alustavan päätelmän, jonka mukaan komission olisi annettava aloite perinteisestä tavaroiden kaupasta, nämä tulokset voitaisiin ottaa huomioon lainsäätäjien käsitellessä tavaroiden verkkokauppaa koskevaa ehdotusta, esimerkiksi laajentamalla sen soveltamisalaa. Vaikka toimet rajat ylittävän verkkokaupan keskeisten esteiden poistamiseksi ovat välttämättömiä ja ne olisi toteutettava kiireellisesti, komission tavoitteena on varmistaa johdonmukaisista säännöistä muodostuva oikeudellinen kehys, jota sovelletaan kaikkialla EU:ssa sekä perinteiseen että verkossa tapahtuvaan tavaroiden kauppaan.

5. TAVOITTEISTA TOTTA

Digitaalisia sopimuksia koskevat ehdotukset ovat ”*kunnianhimoisia lainsäädäntötoimia yhdenmennyksen digitaalisten sisämarkkinoiden luomiseksi*”, ja niiden tarkoituksena on ”*nykyaikaistaa ja yksinkertaistaa verkko-ostoksiin ja digitaalisiin ostoksiin sovellettavia kuluttajansuojasääntöjä*”, kuten puheenjohtaja Juncker toteaa poliittisissa suuntaviivoissaan.²² Käsillä olevat ehdotukset kuuluvat digitaalisten sisämarkkinoiden strategian ensimmäisiin konkreettisiin tuloksiin, ja niillä tehdään suuntaviivoista käytännön todellisuutta. Ne ovat ensimmäiset askeleet kohti talouskasvun luomista yritystoimintaa tukevassa ympäristössä ja kuluttajien vahvaa luottamusta todellisiin digitaalisiin sisämarkkinoihin. Lainsäätäjien on nyt tehtävä näistä tavoitteista totta Euroopan kuluttajien ja yritysten hyväksi. Komissio tekee myös jatkossa tiiviisti yhteistyötä Euroopan parlamentin ja neuvoston kanssa näiden tavoitteiden toteuttamiseksi.

21 Direktiivi 93/13/ETY kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehoista, direktiivi 1999/44/EY kulutustavaroiden kauppaa ja niihin liittyviä takuita koskevista tietyistä seikoista, direktiivi 2005/29/EY sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla, direktiivi 98/6/EY kuluttajansuojasta kuluttajille tarjottavien tuotteiden hintojen ilmoittamisessa, direktiivi 2006/114/EY harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta, ja direktiivi 2009/22/EY kuluttajien etujen suojaamista tarkoittavista kieltokanteista.

22 http://ec.europa.eu/priorities/docs/pg_fi.pdf