Lausunto Eduskunnan talousvaliokunnalle

Eduskunnan talousvaliokunta on pyytänyt allekirjoittaneelta kirjallista asiantuntijalausuntoa koskien verkkokaupan ja pikamuodin rajoittamista ym. koskevaa kansalaisaloitetta (Asia: KAA 7/2025 vp Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta)

Allekirjoittaneelta on pyydetty lausuntoa kansalaisaloitteen johdosta ja ottamaan kantaa siihen, onko EU-lainsäädännön näkökulmasta mahdollista rajoittaa/ kieltää markkinointia kansallisin toimin.

1. Kansalaisaloitteesta

Asiassa on kyse kansalaisaloitteesta, jolla ehdotetaan puuttumista pikamuotiin ja verkkokauppaan liittyviin epäkohtiin. Erityisesti kiinalaisista verkkokauppojen myynti on kasvanut räjähdysmäisesti. Kyse on globaalista ilmiöstä. Suomessa pakettien vuosittainen kokonaismäärä lasketaan lausuntopyyntöön liitetyn videotallenteen mukaan jo kymmenissä miljoonissa.

Havaitut ongelmat liittyvät erityisesti **piratismiin, puutteelliseen tai puuttuvaan kuluttajansuojaan sekä kestävyyteen**. Kansalaisaloitteen taustalla olevat suomalaiset yritykset katsovat syrjäytyvänsä markkinoiden ulkopuolelle erityisesti kiinalaisten jättikokoisten digitaalisten palvelualustojen harjoittaman epäreilun kilpailun vuoksi, koska EU:n ulkopuolella ei kilpailla samoilla säännöillä.

2. Eräitä ongelman ydinkohtia

Sääntelyongelman hahmottamiseksi tulee aluksi käsitellä **digitaalisiin palvelualustoihin liittyviä liiketaloudellisia ja oikeudellisia peruslähtökohtia**. Liiketoiminta perustuu keskeisesti skaalaetuihin ja markkinoiden valtaamiseen (”winner takes all”).[1] Globaalisti kaikkein suurimmat digitaaliset palveluyritykset ovat joko USA:sta tai Kiinasta. Toisaalta jo kerran vallattujen digitaalisten markkinoiden takaisin saaminen edellyttää merkittäviä innovaatiota, joita niitäkään ei ole näköpiirissä. Eurooppalaisten yritysten asema digitaalisilla markkinoilla on heikohko, mikä toki ei helpota esimerkiksi

[1] Ks. esim. Kuoppamäki, Petri: Tying and two-sided digital platforms, 2018, The Roles of Innovation in Competition Law Analysis. Nihoul , P. & Van Cleynenbreugel, P. (toim.). Edward Elgar, s. 307–340

suomalaisten vaatealan yritysten asemaa. Eurooppa on nukkunut onnensa ohi digitaalisen liiketoiminnan osalta. Ei ole sattumaa, että pörssiarvoltaan maailman arvokkaimpien yritysten listoja dominoivat amerikkalaiset ja kiinalaiset digijätit.

Toinen ongelma liittyy **erotteluun toimeenpanon (eksekuutio) ja lainsäädännön (legislatuuri) välillä**. Eräänlainen perusreaktio on esittää uutta lainsäädäntöä, aina kun uusi ongelma havaitaan. Tässä tapauksessa on selvää, että **Suomen voimassa oleva lainsäädäntö kieltää esimerkiksi tuoteväärennökset, tavaramerkkiloukkaukset, harhaanjohtavan markkinoinnin, samoin kun muunlaisen kuluttajien harhaanjohtamisen.** Mikäli suomalainen yritys rikkoisi Kiinan lainsäädäntöä myydessään sinne tavaroita tai palveluita, mahdollista olisi, että Kiinan viranomaiset puuttuisivat asiaan. Tässä asiassa ei ole kyse siitä, etteikö Suomessa olisi olemassa lainsäädäntöä, jolla sääntöjä rikkovien digitaalisten palvelualustojen toimintaan voitaisiin puuttua, vaan siitä, miten tämä voisi tapahtua.

Kolmanneksi kyse on **globaalien digitaalisten palvelualustojen vaikutuksen ja vallan lisääntymisestä kuluttajakaupassa**. Verkkokauppa syö tilaa kivijalkakaupalta, eikä tätä kehitystä voi peräyttää niin kauan kuin kyse on siitä, että kuluttajat enenevässä määrin suosivat digitaalisia ostotapoja kivijalkakaupan sijaan ja syynä on ostotoiminnan helppous. Viime kädessä kukin kuluttaja päättää itse, mitä ja mistä hän ostaa. Kuluttajavalistuksella on tässäkin oma roolinsa. Yleensä erityisen hyvää ei saa erityisen halvalla, joskin poikkeuksiakin on. **Suomi voi ja sen tulisi tässä yhteydessä lisätä voimassa olevan lainsäädännön soveltamista siten, että resurssit ohjataan koordinoidusti sellaiseen viranomaistoimintaan, jolla saavutetaan paras hyöty-resurssisuhde**. **Tämän ohella voidaan parantaa voimassa olevaa lainsäädäntöä.** Kyse on samalla siitä, kuinka tehokasta viranomaistoiminta kulloinkin on. Selvältä vaikuttaa, ettei kymmenien miljoonien pakettien avaaminen tullissa ole kustannustehokkain toimintatapa.

Neljänneksi, **EU:lla olisi riittävästi taloudellista neuvotteluvaltaa suhteessa Kiinaan, toisin kuin Suomella yksinään**. Euroopan komissio antoi helmikuussa 2025 odotetun verkkokauppaa koskevan tiedonannon, jossa kuvataan toimia turvallisen ja kestävän EU:n ulkopuolisen verkkokaupan varmistamiseksi. Komission tiedonannossa ei esitetä toimia, joilla lisättäisiin verkkoalustojen vastuuta niillä myytyjen tuotteiden turvallisuudesta ja muusta EU-vaatimusten mukaisuudesta. Tiedonannossa vastuuta siirretään jäsenmaille ja kansallisille viranomaisille, joskaan niillä ei liene edellä kuvatusti tosiasiallisesti kovinkaan hyviä edellytyksiä puuttua räjähdysmäisesti kasvaneeseen pakettien vyöryyn EU:n sisämarkkinoille. Suomi ja muut EU-maat voivat kansallisesti kehittää ohjaus- ja kannustinjärjestelmiä, mutta tehokkaimmat toimenpiteet tulevat EU-tason sääntelystä.

EU:lla on olemassa olevassa sääntelykehikossa direktiivejä muun ohella jätteiden käsittelystä, tuotteiden kestävyydelle, korjattavuudelle ja kierrätettävyydelle, myymättömien vaatteiden tuhoamiskiellosta ja viherpesua.

3. Asian arviointia sisämarkkinaoikeuden näkökulmasta

Katson, että halpatuontiin liittyvät ongelmat tulisi ainakin lähtökohtaisesti ratkaista EU-tasolla. Lyhyellä aikavälillä tarvitaan EU-yhteismenettelyjä ja eri valvontaverkostojen yhteistyötä. Pitkällä aikavälillä voitaisiin kehittää komission roolia ja toimivaltuuksia suurten markkinapaikka-alustojen kuluttajansuojan noudattamisen valvonnassa. Tähän voidaan kuitenkin päästä vain, mikäli asiasta syntyy laaja EU-tason konsensus. Nopeat korjausliikkeet tulee tehdä nyt voimassa olevan sääntelyn puitteissa.

Harkittaessa uutta kansallista sääntelyä on otettava huomioon edellä SEUT 30 artiklan oikeuskäytäntö ja periaatteet. Sekundäärilainsäädännöllä esimerkiksi kuluttajansuojaan on EU-lainsäädännöllä luotu harmonisoidut säännöt. EU-tuomioistuimen oikeuskäytännön perusteella oikeuttamisperusteita ovat voineet olla ihmisten terveyden tai ympäristön suojelun lisäksi kuluttajansuoja. Kuluttajansuojan osalta sääntelykokeiluja voi olla mahdollista kohdistaa jakelukanavittain, mutta ympäristön kannalta kokonaisongelmaan tarvittaisiin kokonaisratkaisuja. Ympäristölle haitallisia halpatuotteita myydään kuluttajille kaikissa jakelukanavissa.

Euroopan komissiolla voisi olla selkeästi nykyistä vahvempi rooli digijättien valvonnasta myös kuluttajansuojan osalta. Nythän komissiolla jo on erityinen valvontarooli digimarkkinoilla (Digital Markets Act ja Digital Services Act).

Digitaalisen halpatuonnin osalta ei ole nähtävissä yhtä keinoa, vaan ratkaisuja on etsittävä eri keinojen yhdistelmistä. Lisäksi poikkeuksellisen globaalin epävarmuuden aikakaudella ennaltaehkäisy lienee parempi keino kuin ongelmien hoitaminen jälkikäteen.

Verkkokaupankäynnissä halpatuotteiden tuontiin liittyvät riskit edellyttävät tiukkaa säädösten täytäntöönpanoa ja valvontaa. Tämä on tärkeää kuluttajien suojelemiseksi sekä sääntöjä noudattavien yritysten kilpailukyvyn turvaamiseksi.

EU:n ulkopuolelta tapahtuva kulutustavaroiden tuonti on kasvanut sekä kuluttajien suorien verkko-ostosten että ns. suoratoimitus-liiketoimintamallin myötä räjähdysmäisesti. Verkossa tapahtuva globaalisti ohjattu myynti on lisännyt viranomisvalvonnan haasteita.

Edellä olevin perustein ja rajoittein EU-lainsäädännön näkökulmasta on mahdollista rajoittaa / kieltää markkinointia kansallisin toimin.

Vaikka EU-direktiivit ohjaavat EU:n sääntelyä, kansalliset viranomaiset vastaavat toimeenpanosta ja valvonnasta. Kansallisesti voidaan kehittää täydentäviä ohjauskeinoja.

Espoossa 9. päivänä maaliskuuta 2025

Petri Kuoppamäki
Yritysjuridiikan professori, OTT
kauppaoikeuden ja oikeustaloustieteen dosentti