

Markkinaevalvonta kaupan näkökulmasta

Vaatimuksenmukaisuuden arviointiasian neuvottelukunnan päätöskokous
14.12.2022



Päivittäistavarakauppa ry



minimani



MEIRANOVA



Päivittäistavarakauppa PTY ry on päivittäistavaroiden vähittäiskaupan ja foodservice-tukkukaupan edunvalvoja elinkeino- ja yhteiskuntapoliittisessa päätöksenteossa.

PTY:n jäsenyritykset edustavat noin 96 % osuutta Suomen päivittäistavaramarkkinoista.

Pt-kauppa ja foodservice-tukkukauppa työllistävät suoraan ja välillisesti yhteensä noin 80 000 ihmistä ja investoivat Suomeen satoja miljoonia euroja joka vuosi. Toimiala maksaa palkkasidonnaisia veroja kotimaahan miljardi euroa vuodessa.

Vuonna 2021 suomalaiset arvioivat päivittäistavarakaupan jo kymmenettä kertaa elinkeinoelämän vastuullisimmaksi toimialaksi.

Tietoa ja tilastoja pty.fi

Markkina- ja valvontastrategia 2022-2025

- Tuotemarkkinoihin liittyvän toimintaympäristön muutos kuvattu strategiassa erinomaisesti.
- Kaupan monikanavaistuksessa ja globalisoituessa kuluttajien valinnanvara on kasvanut. Asiakas päättää mistä, milloin, miten ja mitä ostokanavaa käyttäen hän tekee hankintansa.
- Kaupan asiakaskunta jakautuu yhä pienempiin kuluttajaryhmiin arvojen ja asenteiden perusteella, myös asiakkaiden monimuotoisuus, monikulttuurisuus ja kansainvälisyys kasvavat.
- Digitalisaation ja ilmastonmuutoksen kaltaiset megatrendit sekä globaalit toimintaympäristömuutokset, kuten pandemiat, muokkaavat kuluttajakäyttäytymistä ripeästi.

Yritykset ovat kohdanneet regulaatiotsunamin

- EU-tason sääntely on lisääntynyt, yksityiskohtaistunut ja samalla monimutkaistunut.
- Sääntelyn vanavedessä tulevat sertifioinnit.
- ESG, CSRD, taksonomia, HREDD, CDP, TCFD ja SBT*, jotka muodostavat toimintakehikoita. On Datahallintosäädös DGA, Digipalvelusäädös DSA, Digimarkkinasäädös DMA, Datasäädös DA, Tekoälysäädös AIA, energia- ja ilmastopaketti, metsäkatoasetus, laki ilmoittajien suojelusta jne.
- Valtaosa suomalaisista on valmis maksamaan korkeampaa hintaa kestävästä tuotteista.
- Tiedonhalu eettisten ja ympäristöystävällisten valintojen tueksi on kasvanut merkittävästi.
- Kuluttajat aikaisempaa epäilevämpiä vastuullisuusviestinnän suhteen.

Miten talous vaikuttaa?

- Päivittäistavarakaupan hintaindeksin mukaan käyttötavaroiden hinta on noussut syyskuussa 9,8 prosenttia verrattuna vuoden 2021 syyskuuhun. Myynnin kasvu selittyy kokonaan hinnan noususta, ja volyymit ovat miinuksella.
- Kuluttajat ovat siirtyneet ostamaan vähemmän ja edullisempaa. Enenevässä määrin korostetaan säästämistä ja kohtuuhintaisuutta.
- Toisille vain hinta merkitsee ja toiset odottavat tuotteelta tiettyä laatutasoa ja vastuullisuusperiaatteiden noudattamista.
- Kestävien tuotteiden trendi näyttää voimistuvan hintojen noususta huolimatta.
- Käyttötavaroissa on tarjolla monikanavaisia ostamistapoja, saada lisätietoa tuotteista ja mahdollisuuksia tehdä hintavertailuja.
- Mahdollisuus ostaa edullisempaa kuten verkkokauppa ja kierrätys/kuluttajien vertaiskauppa.

Markkinavalvonnan visio ei eroa kaupan laatulupauksesta

- Tavoitteena on markkinat, joissa suomalaiset voivat luottaa, että myynnissä olevat tuotteet täyttävät lainsäädännössä asetetut vaatimukset ja joissa yritysten välillä vallitsevat tasapuoliset kilpailuolosuhteet.
- Kaupparyhmillä toimintansa ja laatulupauksensa mukainen visio, joka vastaa valvonnan visiota. Kaupan on lunastettava laatulupauksensa joka päivä.

Toimintaa ohjaavat strategiset valinnat 1

1. Riskiperusteisuus ja monikanavaisuus
 - valtavat tuotevalikoimat ja alati uudistuva teknologia ja laitteet pakottavat riskiperusteisuuteen
 - valvonnan suuntaaminen eri kanaviin, joissa kuluttaja tekee hankintoja, monimutkaistaa prosesseja.
2. Aktiivinen yhteistyö kansallisella ja EU-tasolla
 - hyvä yhteistyö takaa vaatimuksenmukaiset tuotteet markkinassa.
 - yhtenäiset valvontatulkinnot takaavat yritysten oikeussuojan.
 - yhteistyö ja tiedonvaihto kaupan etujärjestöjen kanssa ollut erinomaista.

Toimintaa ohjaavat strategiset valinnat 2

1. Viestintä tehokkaana välineenä
 - yritykset tarvitsevat viranomaistietoa ja tukea turvallisuuspuute tai - epäilytilanteissa.
 - julkisuus kasvattaa kuluttajakyselyitä ja luotettavan tiedon tarve suurta.
2. Valvontaprosesseja kehitetään ja uudistetaan
 - tehokkaat prosessit säästävät yritysten kustannuksia.
 - datan lisääntyminen, sen käyttö ja tietosuoja tulevaisuuden haasteita
 - tuotelainsäädännön kehittyminen vaikuttaa myös tuotekehitykseen.

Markkinavalvonnan painopistealueista

- [Verkkokauppa](#) on jatkanut kasvuaan EU-maissa.
- Globaalit toimitusketjuhäiriöt, Ukrainan sota ja inflaatio jonkun verran hidastanut kasvua
- Verkkoympäristössä tasapuoliset kilpailuedellytykset etusijalla sen vaikuttaessa kolmansista maista ja verkkokaupan välityksellä markkinoitujen tuotteiden valvontaan. [Markkinavalvonnan resurssointi tärkeää.](#)
- Erityisen haavoittuvat käyttäjäryhmät
- Toimiva yhteistyö kaupan kanssa tärkeää, ajantasainen tiedonvaihto ja neuvonta hedelmällistä.

Nopeasti muuttuva toimintaympäristö

- Uudet, nopeaa reagointia vaativat uhat
- Monimutkaistuvat tuotteet ja teknologiat
- Huoltovarmuuden merkitys kasvanut.
- Riskinarviointi ja tieteellinen tieto sen käytössä olennaista uusien teknologioiden ja tuotteiden osalta.
- Riskit oikeassa suhteessa tavoiteltavaan kuluttajaturvallisuuustasoon.
- EU-markkinassa samanarvoinen kohtelu kotimaan toimijoille kuin muissakin EU-maissa.

Lakimies, asiantuntija Merja Söderström

Päivittäistavarakauppa ry
etunimi.sukunimi@pty.fi • 050 5600 350

pty.fi • @PTYfi