

Asia: VN/5468/2020-TEM-105

Kaupan toimialan tulevaisuusselonteko

Lausunnonantajan lausunto

Lausunnot lukuun 1. Selonteon tausta, tarkoitus ja laatiminen

-

Lausunnot lukuun 2. Kaupan toimialan tilanne- ja muutoskuva

Muotikaupan arvo on pudonnut vuodesta 2013 vuoteen 2021 yhteensä 1,079 miljoonaa euroa, josta koronapandemian aikana 498 miljoonaa euroa. Urheilukaupan arvo on kasvanut vuodesta 2013 vuoden 2021 loppuun 135,1 miljoonalla, joista pandemian aikana 178,1 miljoonaa euroa. Urheilukauppa hyötyi pandemian aikana kulutuksen muutoksesta.

Verkkokaupan markkinaosuus kasvoi 2013-2021 välisenä aikana 2,8 prosentista 18 prosenttiin. Kuluttajat tekevät neljä viidesosaa verkko-ostoksista ulkomaisista verkkokaupoista, eniten EU maista. Kuluttajat ostavat 81 % muodin ja urheilun tuotteistaan kivijalkakaupasta.

Lausunnot lukuun 3. Kuluttajakäyttäytyminen ja asiakaslähtöisyys

Selonteossa on lueteltu kattavasti ilmiöitä ja muutosvoimia, jotka muuttavat kaupan toimintaympäristöä, mutta siinä ei juurikaan luetella asioita jotka eivät muutu. Riippumatta ostokanavasta, Muoti- ja urheilukaupan menestyksen ratkaisee: 1. valikoima 2. hintataso sekä 3. saavutettavuus ja asiainnin helppous. Julkisin toimin voidaan vaikuttaa näistä kahteen jälkimmäiseen.

Hintataso

Alennetut ALV kannat lasten vaatteille ja kengille

EU:n ALV-direktiiviin (2006/112) muutos sallii jäsenmaiden vastaisuudessa soveltaa alennettua verokantaa lastenvaatteille ja -jalkineille.

Lapsiperheiden taloudellista asemaa voitaisiin tukea alentamalla lasten vaatteiden ja jalkineiden arvonlisäveroa. Veron keventämisen suurin hyöty kohdistuisi runsaslapsisiin perheisiin ja hyödyttäisi eniten pienituloisia ja yksinhuoltajaperheitä. Lasten vaatteiden ja jalkineiden hankinta on merkittävä ja jatkuva menoerä lapsiperheiden taloudessa ja ostovoiman alenemisenkaan aikana perheet eivät säästä tai eivät voi säästää lasten vaate ja jalkinemennoissa. Verottomuuden tai alennetun arvonlisäverokannan tuoma tuki kohdistuisi niihin, jotka tukea eniten tarvitsisivat.

Lastenvaatteita ja -jalkineita ostettiin vuonna 2021 yhteensä 693 miljoonalla eurolla. Tästä summasta lastenvaatteita ostettiin 576 miljoonalla eurolla ja -jalkineita 116 miljoonalla eurolla. Arvonlisäveroa lastenvaateilta ja jalkineilta kannettiin 134 miljoonaa euroa vuonna 2021.

Lastenvaatteiden ja jalkineiden alennettu arvonlisäkanta otetaan todennäköisesti käyttöön monessa EU maassa ja alennettu kanta olisi siksi Suomessakin perusteltu Unionin markkinoiden tasapuolisuuden vuoksi. EU verkkokaupan markkinaosuus lastenvaatteista ja kengistä oli 18,2 % vuonna 2021. Vaikka arvonlisävero kannetaankin kulutusmaan verokannan mukaan, hinnoittelevat monet EU verkkokaupat tuotteet tasahinnoin kaikille markkinoille. Jos Suomen ALV kanta jäisi muuta EU maita korkeammaksi, merkitsisi tämä kilpailuhaittaa Suomessa toimiville verkko- ja kivijalkakapoille.

Polkupyöräilyn arvonlisäverokantojen alentaminen

Pyöräiden arvonlisäverokannan alentamisella olisi merkittävä pyöräilyä ja kansanterveyttä lisäävä vaikutus. Verottomuus myös kannustaisi päästöttömään liikenteeseen siirtymiseen ja edistäisi Suomen ilmastotavoitteita.

Arvonlisäverokannan alentaminen voisi lisätä päästöttömän pyöräliikenteen suosiota ja tukisi siirtymää fossiilittomaan liikkumiseen. Polkupyöräiden ostoa Suomessa on aiemmin tuettu romutuspalkkiolla, millä pystyi saamaan 1000 euron palkkion auton romutuksesta ja käyttämään summan sähköpolkupyörän hankintaan. Työsuhdepolkupyörä tuli 1.1.2021 alkaen verovapaaksi työsuhde-eduksi 1200 euroon asti vuodessa ja edunsaajia arvioidaan nyt olevan noin 15.000.

Pyöräkaupan markkinat ovat erittäin kilpaillut ja niin verkkokaupan kuin kivijalkakaupan toimijoita on lukuisia. Suomessa myytiin vuonna 2020 yhteensä noin 337.000 ja vuonna 2021 noin 327.000 pyörää.

Pyörien alennettu arvonlisäkanta otetaan todennäköisesti käyttöön monessa EU maassa ja alennettu kanta olisi siksi Suomessakin perusteltu Unionin markkinoiden tasapuolisuuden vuoksi. Vaikka arvonlisävero kannetaankin kulutusmaan verokannan mukaan, hinnoittelevat monet EU verkkokaupat tuotteet tasahinnoin kaikille markkinoille. Jos Suomen ALV kanta jäisi muuta EU:ta korkeammaksi, merkitsisi tämä kilpailukyvyyn menetystä Suomessa toimiville verkko- ja kivijalkakapoille.

Saavutettavuus ja asiainnin helppous

Kuntien toimilla on huomattava vaikutus muoti ja urheilukaupan menestykseen. 4/5 ostoksista tehdään myymälöistä ja lisäksi verkkokaupan noutoja tehdään enenevästi kivijalkakaupoista. Myymälät taas toimivat kaupunkikeskustoissa, ostoskeskuksissa ja erillisissä kaupan keskittymissä. Kuntien vastuulla on paitsi näiden alueiden kaavoitus, myös laaja mahdollisuus vaikuttaa kaupan toimintoihin ja menestymiseen:

Keskustojen vetovoima:

- Yhteistyö kuntien ja kiinteistön omistajien kanssa korostuu
- Saavutettavuus autolla, julkisilla, pyörällä ja jalan tulee varmistaa
- Autoliikenteen vaikeuttaminen siirtää asiointia toisaalle
- Kaavoitus toimistoista asunnoiksi ja asuntojen lisärakentaminen
- Sisään tulevan ja lähtevän tavarantoiminnan logistiikka verkkokaupan kasvaessa
- Turvallisuushuolet
- Korkea vuokrataso ja kiinteistöveroitus varsinkin suurimmissa kaupungeissa vaarassa harventaa tarjontaa
- Laajan saman alan tarjonnan turvaaminen – kuljetusten helppous tulee varmistaa
- Tarjonnan laajuuden, aukioloaikojen, saavutettavuuden ja tapahtumien mainostaminen kuluttajille yksin ja yhdessä

Kauppakeskittymät:

- Julkisen liikenteen varmistaminen kaupan aukioloaikoina
- Liikennejärjestelyjen jatkuvuus ja liikennepalvelut autottomille asiakkaille
- Asumisen ja kaupan yhteensovittaminen
- Paikotushallit nostavat kustannuksia ja saattavat karkottaa esimerkiksi vetovoimaisia halpakauppoja

- Pyöräliikenneväylien rakentaminen

Kauppakeskukset:

- Tarjonta voi muuttua ja kaupan rooli voi keskuksissa vähetä
- Monen keskuksen asiakasmäärät laskeneet - Asiakasvirran kääntäminen kasvuun voi edellyttää saavutettavuuden parantamista
- Liian korkeat vuokratasot varsinkin suurkaupungeissa jo nyt – kiinteistöveroilla ym. vaikutusta
- Kohtaamis- ja elämyskeskus – turvallisuuden varmistaminen

Monen kaupungin vetovoimatekijä on nimenomaan laaja muoti- ja urheilukauppa kivijalassa. Verkosta ostamisen helppous houkuttaa kuluttajia, koska ostaminen ei ole liikenneyhteyksiin tai parkkipaikkoihin sidottua. Kaupunki ja kuntakeskustojen elävänä pysyminen on pitkälle kiinni kivijaloissa toimivien muoti- ja urheilukauppojen säilymisestä ja niiden toimintamahdollisuuksien varmistamisesta.

Muoti ja urheilukauppojen kannalta asiakkaiden tulee voida päästä kivijalkakauppaan asioimaan helposti kaikilla kulkuneuvoilla, myös yksityisautolla. Kaikki liikennerajoitteet ja suunnitelmat autoilun rajoittamiseksi siirtävät muoti- ja urheilukauppaa taajamien ulkopuolelle ja verkkoon.

Data on kaupan kilpailuvaltti

Tuotteista, markkinoista ja asiakkaiden käyttäytymisestä kerätyt tiedot ovat kaupan kilpailukyvyyn edellytys. Asiakaskäyttäytymisestä ja valinnoista kerätty tieto on jo pitkään tehostanut toimitusketjua, vähentänyt hävikkiä, lisännyt ennustettavuutta ja parantanut kannattavuutta. Mikäli yritysten keräämä data olisi avattava, olisi vaarana, että Suomessa kaupan yritykset menettäisivät arvokkaita tietoja siten kilpailukykyään esimerkiksi ulkomaisiin verkkokauppoihin ja alustatoimijoihin nähden.

Datan luovuttaminen julkisille toimijoille tulee siksi olla vapaaehtoista. Kaikki suuret alustatoimijat ovat EU:n ulkopuolisia ja käytännössä EU sääntelyn ulottumattomissa.

Kuluttajalla on Suomessa oikeus tulla unohdetuksi ja pyytää asiakastietojaan poistettavaksi. Tätä oikeutta tarjoaa vain ani harva ulkomainen verkkokauppa. Näin kertynyttä dataa nämä voivat käyttää hyväkseen sähköpostimainonnassaan, vaikka kuluttaja ei tähän lupaa olisi antanut.

Lausunnot lukuun 4. Kaupan alan työllisyys, osaaminen ja koulutus

Kulttuuri- ja liikuntasetelien käyttöalan laajentaminen

Ns. virikesetelin tarkoituksena on lisätä työhyvinvointia ja työntekijöiden terveyttä ja vireyttä pitkävaikutteisesti sekä madaltaa kynnystä terveisiin elämäntapoihin. Virikesetelin käyttöaluetta tulisi laajentaa tavaroihin, joita voidaan käyttää työntekijän työkyvyn ylläpitoon.

Liikuntavälineet omaehtoiseen liikkumiseen

Työnantajan tarjoamat verottomat edut painottuvat liikuntapalveluiden ja mm. elokuvalippujen hankintaan. Suomalaisten yleisin liikuntaharrastus on kävely ja lenkkeily ja olisi mielekästä tukea maksullisten palveluiden lisäksi työntekijöiden omaehtoista harrastamista. Hyvät liikuntaan sopivat jalkineet ja välineet ovat kestävän liikuntaharrastuksen perusta.

Pidemmällä aikavälillä olisi tärkeää, että ihmiset jatkaisivat tahtomiaan liikuntaharrastuksia ja siksi olisi tarkoituksenmukaista, että työnantaja voisi verovapaasti tukea harrastusvälineiden, retkeilyjalkineiden, lenkkikenkien ym. hankintaa varovapaana etuna työntekijöille.

Käsityötarvikkeet

Kaikki työntekijät eivät voi tai halua käydä elokuvissa, hierojalla tai maksullisissa liikuntaharrastuksissa ja siksi olisi tarkoituksenmukaista, että työnantaja voisi tarjota työntekijöille myös vaihtoehtoisia vireyttä ylläpitäviä etuja, kuten käsityöharrastuksen aloittamiseen tai ylläpitoon tarvittavia välineitä ja tarvikkeita ja kursseja. Käsitöiden tekemisellä kun on osoitettu olevat huomattavia myönteisiä vaikutuksia ja työntekijöiden odotetaan pysyvän työelämässä yhä pidempään.

Työehtosopimukset muuttuneessa maailmassa

Suurin osa alan kaupan toimijoista on järjestäytymättömiä ja työntekijöistäkään enin osa ei kuulu ammattiliittoon. Työehtosopimusten ja työlainsäädännön ulkopuolella toimiva ulkomainen verkkokauppa on ottanut noin viidesosan markkinaosuuden.

Muoti- ja urheilukauppa joutuu toimimaan markkinoilla, jossa samoja tuotteita myyvä ulkomainen verkkokauppa on auki 24/7 ilman Suomessa lakiin kirjattua pyhätyön tuplapalkkaa tai erilaisia työehtosopimuksesta tulevia ylityökorvauksia. Valtakunnalliset yleissitovat työehtosopimukset soveltuvat muuttuneeseen toimintaympäristöön aikaisempaa huonommin.

Lausunnot lukuun 5. Kauppa osana alueiden elinvoimaisuutta ja huoltovarmuutta

-

Lausunnot lukuun 6. Digitalisaatio kaupan alan uudistajana ja globaali kauppa

Muoti- ja urheilukauppa toimivat globaalissa ympäristössä ja siksi kaikki kuluttajille ja loppukäyttäjille tuotteita myyvät tulee saada samalle viivalle.

EU:n ulkopuolelta kuluttajan tilaama lähetys on edelleen tulliton 150 euroon saakka. Esimerkiksi kiinalainen verkkokauppa voi myydä kuluttajalle Suomeen tullitta 150 euroon saakka. EU-alueella toimiva yritys joutuu sitä vastoin maksamaan kaikesta tuonnista tullit. Merkitys ei ole vähäinen, koska vaatteiden tullit ovat pääsääntöisesti 12 % ja esimerkiksi nahkakenkien 17%. Kun tulli kannetaan myös kuljetuksesta ja arvonlisä tullinalaisesta hinnasta, on tullin merkitys lopputuotteessa merkittävä.

Kaikki tuotteet tulisi tullata. Tullauksen yhteydessä voitaisiin kantaa myös kaupan tasapuolisuuteen ja kuluttajan turvallisuuteen vaikuttavat maksut. Kuluttajien kolmansien maiden verkkokaupoista ostamien tuotteiden osalta tulee:

1. Alle 150 € arvoisten tuotteiden tullittomuus pitää poistaa
2. Tuoteturvallisuussäädökset tulee valvoa myös kuluttajien suoralta tuonnilta
3. Pakolliset tuotemerkinnät Suomen virallisilla kielillä
4. kemikaali pitoisuudet tuotteissa
5. pakkausten tuottajavastuun toimeenpano ja kierrätys- ja jätemaksut
6. vastuullisuuden tuleva säädösohjaus koskemaan kaikkia - myös etäkauppaa
7. Ympäristöjalanjälki – jos laskenta tulee pakolliseksi –koskettava myös etäkauppaa
8. Kuluttajansuojan toteutuminen ja palautusoikeus

Lausunnot lukuun 7. Kestävä kauppa, ilmastonmuutos ja yritysvastuu

Tekstiilien ja vaatteiden valmistuksen hiilidioksidipäästöjen arvioidaan olevan yli 2% maapallon hiilidioksidipäästöistä (Ellen Macarthur Foundation 2017). Kehittyvissä maissa kuten Kiinassa ja Intiassa talouskasvu ja kulutustottumusten muutoksen ennustetaan johtavan siihen, että tekstiilien ja vaatteiden valmistuksen päästöosuus nousee vuonna 2050 neljäsosaan maapallon hiilidioksidipäästöistä, jos mitään ei tehdä.

Suomalaisten vaatekulutus on ostovoimaamme nähden Euroopan matalimpia. Sitran ”kestävä kulutus” tutkimuksen mukaan vaatteiden ja kenkien kulutuksen hiilijalanjälki on 2,3 % suomalaisen kuluttajan hiilijalanjäljestä.

Suomessa myydään vuosittain noin 40.000 erilaista tuotetta ja 209 miljoonaa vaatekappaletta. Suomessa myytävistä kengistä ja vaatteista lähes 100 % on valmistettu Suomen ja 90 % EU:n ulkopuolella. Valmistuksen ja kuljetusten ympäristövaikutukset aiheutuvat siten lähes kokonaan Suomen ulkopuolella. Kaupan roolina on vaikuttaa päästöihin valikoimasuunnittelun ja toimijoiden oman ympäristöjalanjäljen kautta.

EU:n tekstiilistrategia tulee vaikuttamaan muoti- ja urheilukauppoihin seuraavissa asioissa joko kaupan omien hankintojen tai palveluiden kautta:

1. Design vaatimukset ja pakollinen kierrätyskuitujen osuus tuotteissa: Eri tekstiilikuidulla on erilaiset käyttökohteet, mutta myös erilaiset kierrätystekniikat. Pakollinen kierrätyskuitusisältö voisi johtaa monissa käyttökohteissa tuotteen käyttökelpoisuuden huononemiseen ja käyttöiän lyhenemiseen.

2. Korjattavuus ja korjauspalvelut: Kuluttajien kysynnän kasvu voi johtaa korjauspalveluiden tarjoamiseen. Suomessa myydään vuosittain noin 40.000 erilaista tuotetta ja 209 miljoonaa vaatekappaletta. Suomessa myytävistä kengistä ja vaatteista lähes 100 % on valmistettu Suomen ja 90 % EU:n ulkopuolella. Kankaita ja tarvikkeita näiden tuotteiden korjaamiseen on käytännössä mahdotonta saada tai varastoida. Myymälässä tapahtuva korjaus olisi vaikeaa myös siksi, että vaateen korjaamiseen tarvittaisiin useita eri koneita.

Korjausliiketoiminta on hyvin hintariippuvaista: Suomen korkeiden työvoimakustannusten vuoksi uusi tuote on usein halvempi, kuin muutosten tekeminen ja korjaaminen.

3. Digital product passport: Tuotetietojen tarjoaminen digitaalisesti tarjoaisi kuluttajalle mahdollisuuden säilyttää esim. pesuohjeet digitaalisessa muodossa. Tämä voi palvella kuluttajaa paremmin kuin tuotteessa olevat, usein poisleikattavat merkinnät ja hoitovirheiden mahdollisuus

pienenisi. Uusien pakollisten tietojen lisääminen tulisi perustua todellisiin hyötyihin ja selkeisiin mittareihin.

4. Myymättömien tuotteiden hävittämiskielto: lähes kaikki hävitettävät tuotteet on jouduttu tuhoamaan tuotevirheiden ja tuoteturvallisuuden puutteiden eli esimerkiksi kemikaalipitoisuuksien vuoksi. Kaikki kuluttajamyyntiin päätyvät virheettömät tuotteen myydään käytännössä alennusten kautta markkinoille.

5. Pakollinen alkuperämerkintä voitaisiin tulkita viherpesuksi, sillä tekstiilien ja jalkineiden alkuperämerkinnät ovat monimutkaiset ja voivat johtaa kuluttajaa väärään mielikuvaan.

6. Ympäristöjalanjälki: Ympäristöjalanjälkien laskentaperusteet ovat epäyhtenäisiä ja koko valmistusketjun kattavan ympäristötiedon saaminen haastavaa johtuen tekstiilituotteiden pitkästä elinkaaresta sekä valtavasta erilaiseen tuotteiden määrästä. Tätä tulisi tarkastella vasta sitten kun tätä koskeva selvitystyö valmistuu vuonna 2024. Jalanjälkien laskeminen kaikista tuotteista olisi nykytiedon valossa vaikeaa ja kallista ja merkitsisi pk-yritysten kilpailumahdollisuuksien kaventumista.

7. Mikromuovien vähentäminen: 60 % tekstiilituotteista valmistetaan tekokuiduista, joista voi irrota kuituja, jotka mekaanisesti hajoavat mikromuoveiksi. Tekokuidut ovat välttämättömiä ja usein mahdotonta korvata luonnonkuiduilla. Tekokuitujen kulutuskestävyys, värinkesto ym. ovat yleensä luonnonkuituja parempia. Mikromuovien päästöjä ympäristöön tulisi vähentää pesun ja hoidon yhteydessä suodatuksella, jätevesien käsittelyllä sekä pesuaineiden kautta.

8. Tuottajavastuu: Tekstiilituotteiden tuottajavastuu maksaisi Suomessa nykyisten keruujärjestelmien kokemusten perusteella yli 50 - 100 milj. euroa vuodessa. Tekstiilien tuottajavastuu olisi kallein tuottajavastuu- järjestelmä samalla kun maksajien määrä jatkuvasti vähenee. Etäkauppaa ei olla toistaiseksi saatu tuottajavastuujärjestelmien maksajaksi missään tuoteryhmässä edes EU:n sisällä samalla kun verkko-ostaminen on kasvanut.

Suomi on aloittamassa jätedirektiivin mukaisen tekstiilijätteen erilliskeräyksen 2023 alusta ja kuluttajatekstiilijätteen käsittelylaitoksen tulisi olla toiminnassa vuoden 2025 alusta. Kuntien vastuulla olevan erilliskeräyksen kustannukset maksaa viimekädessä se, joka jätettä synnyttää. Erilliskeräys on siksi tasapuolinen ja kannustaa jätteen vähentämiseen. Ulkomaisista verkkokaupoista ostettujen tuotteiden jätekustannuksille on myös oikeutettu maksaja.

Mikäli EU päätyisi kuitenkin tuottajavastuun käyttöönottoon tekstiilijätteen käsittelyssä, tulisi sen siinä tapauksessa tapahtua täysin markkinaehtoisesti ja harmonisoidusti koko Unionin alueella. Tekstiilijäte olisi tuolloin tuottajien omaisuutta ja tuottajilla tulisi olla mahdollisuus valita kustannustehokkain tapa vastuidensa hoitamiseksi.

Tuottajavastuu olisi erilliskeräystä ongelmallisempi, siksi että kauppa joutuisi maksamaan myös vapaa-matkustajien jätekustannukset, koska ulkomaisen verkkokaupan kautta suoraan kuluttajille myyvien toimijoiden saaminen tuottajavastuun maksajaksi olisi vaikeaa, ellei mahdotonta.

Suomeen rakennettava keruu ja käsittelyjärjestelmä olisi vaarassa jäädä vajaakäytölle, koska tuottajat voisivat myydä jätteen myös muille käsittelijöille myös Unionin ulkopuolella.

Noin 85 -90 % EU alueella kulutettavista tekstiilituotteista on valmistettu Unionin ulkopuolella. Tekstiilimateriaalien valmistuksestakin valtaosa tehdään muissa maissa, pääosin Aasiassa. Unionin

ei tulisi lähteä rajoittamaan erilaisia tekstiilien kierrätysmalleja esimerkiksi tekstiilijätteen vientikielloin. Kuitujätteen vienti jalostusta varten tulisi mahdollisessa säädösohjauksessa erottaa jätteen kaatopaikkaviennistä.

Due diligence

Yritysvastuun säädösohjaus tulisi toteuttaa EU tasolla harmonisoidusti. Yli 90% Suomessa myydyistä vaatteista ja kengistä valmistetaan EU:n ulkopuolella ja suurin osa maissa, joissa valmistusolosuhteet eivät aina vastaa suomalaisen kuluttajan arvomaailman vaatimia olosuhteita.

Vastuullisen toiminnan esitetään usein tuovan yrityksille kilpailuetua - vain EU:ssa yrityksille asetettu huolellisuusvelvoite muuttuisi jopa kilpailuhaitaksi, kun vastaavat esim. kiinalaiset tuotteet voisi halvemmalla ostaa kiinalaisesta verkkokaupasta.

Velvoitteiden tulisi olla sellaisia, että kaikkien yritysten on mahdollisuus niitä noudattaa ilman yhteentörmäystä kolmansien maiden säädösten kanssa.

Komission keväällä 2022 tekemässä esityksessä on seuraavia ongelmia, jotka tulee korjata:

- EU:n ulkopuolinen etäkauppa olisi vapaamatkustaja – moitittavissa oloissa valmistetun tuotteen voisi ostaa suoraan verkosta ilman seurauksien uhkaa. Sama koskee myös pienien yritysten maahantuomia tuotteita.
- koska esitys tuo kustannuksia, riskituotteiden kauppa voisi enenevästi siirtyä regulaation ulkopuolelle verkkoon tai pienempiin yrityksiin.
- Vaatimusten hoitaminen lisäisi juridisten sopimusten määrää ilman varmuutta itse asiantilan paranemisesta.
- esitys osin ristiriidassa kilpailulain ja yritysten välisen kielletyn yhteistyön kanssa.
- velvollisuus lopettaa liikesuhde on vastoin YK:n periaatteita – ”velvoite heitteillejättöön”
- Oikeusjärjestelmät eroavat jäsenmaissa mm. todistustaakan osalta – saako yritys valita, missä jäsenmaassa raportoi?
- Mihin ja miten rajataan toimitusketju
- Yrityksen kokoon tehty raja on ongelmallinen ja voisi tehdä aloitteesta tehottoman

Komission vastikään tekemään esitykseen tulisi tehdä seuraavat muutokset

- lueteltaisiin selkeät luettelot toimista, joita yrityksen tulee täyttää
- nykyiset vastuullisuusaloitteet tulisi voisi liittää osaksi vaadittuja toimia
- ilmoituskanava tulisi olla rajattu vain suorille intressiosapuolille. Muuten voisi johtaa hallitsemattoman tietojen antovelvoitteeseen ja kustannuksiin

Lausunnot lukuun 8. Markkinoiden toimivuus ja kilpailullisuus sekä markkinoiden välinen sääntely

Kasvavana uhkana on, että Unionin kaupan toimijoiden kilpailukyky vakavasti heikkenee, jos tuotteiden säädöstenmukaisuutta ja siitä syntyviä kustannuksia voi kiertää myymällä tuotteet suoraan etämyyntinä kuluttajille

EU:n tuoteturvallisuuteen ja kuluttajansuojaan liittyvät säädökset edellyttävät kaupalta mm. vaatteiden ja kenkien kemikaalipitoisuuksien, merkintöjen oikeellisuuden ja vaatimustenmukaisuuden seurantaa ja vastaamaan tuotteiden mahdollisista puutteista.

Ulkomaiset verkkokaupat kasvattavat edelleen markkinaosuuttaan vaate- ja kenkäkaupasta Suomessa. Silti kolmansista maista myyvät verkkokaupat ovat tähän saakka olleet ja ovat edelleen usein sääntelyn ulottumattomissa ja EU osittain verkkokaupatkin:

1. tuoteturvallisuussäädökset ovat tehottomia, jos valvontaa ei voida ulottaa etäkauppaan
2. etäkauppa ei merkitse esim. hoito-ohjeita ja vaadittuja tuotemerkintöjä Suomen virallisilla kielillä
3. Tekstiili- ja nahkatuotteiden valmistaminen ilman kemikaaleja on mahdotonta. Kiellettyjen ja rajoitettujen kemikaalien pitoisuuksia tuotteissa ei etämyynnissä valvota
4. Kuluttajansuoja ei usein toteudu EU:n ulkopuolisessa etäkaupassa
5. Verkkokauppa tuo pakkauksia enemmän kuin muu muoti- ja urheilukauppa yhteensä Pakkausten tuottajavastuusta huolehtiminen ulottunee jätelain myötä myös EU verkkokauppoihin, mutta ei EU:n ulkopuolisiin toimijoihin
6. Kuluttajien suorat ostot kolmansien maiden etäkaupoista ovat 150 euroon saakka tullittomia
7. Vastuullinen liiketoiminta tuo myös kustannuksia. Kuinka tuleva vastuullisuuden säädösohjaus ulotetaan koskemaan etämyyntiä?
8. EU:n ulkopuolinen etäkauppa voi harjoittaa suoramarkkinointia ilman kuluttajan suostumusta

Tällä hetkellä säädösten vaatimukset kohdistuvat Suomessa toimiviin kauppoihin. Mikäli ulkomaisen verkkokaupan suoranaista suosimista ei saada poistettua, on aiheellista olettaa, että tilanne johtaa varsin nopeasti kokonaisten tuoteryhmien kaupan siirtymiseen verkkokauppaan EU:n ulkopuolelle, EU:n säädösohjauksen synnyttämien kustannusten ulottumattomiin.

Julkiset hankinnat

Julkisia hankintoja tehdään vuosittain noin 35 miljardilla eurolla. Julkisten hankintojen merkitys on kasvanut kaupan yritysten kannalta. Julkisia hankintoja sääntelee hankintalaki, joka ei ota markkinadynamiikkaa huomioon poikkeuksellisissa markkinaolosuhteissa. Hankintalaissa tulisi huomioida tuotteiden toimittamisvelvoite tilanteessa, joka ei enää vastaa tarjousajankohdan

markkinatilannetta. Hankintalakia tulisi muuttaa esimerkiksi siten, että tarjouskilpailun voittanut yritys voisi jopa irtisanoa sopimuksen, mikäli esim. hankintahintojen nousu tekee toimittamisesta kannattamatonta tai sovittuja hintoja voitaisiin korottaa tavalla, joka vastaa toimituskustannusten yllätyksellistä nousua.

Lausunnot lukuun 9. Yhteenveto kehittämis ehdotuksista

- EU:n tuoteturvallisuuteen ja kuluttajansuojaan liittyvät säädökset sekä tuottajavastuu tulee ulottaa ulkomaisista verkkokaupoista ostettuihin tuotteisiin
- Kuluttajille suoraan tulevien lähetysten ja tuotteiden säädösten mukaisuutta tulisi valvoa Unionin ulkorajavalvonnan ja tullauksen yhteydessä.
- Data on kilpailuetu kaupalle ja siksi datan jakaminen tulee olla yritykselle vapaaehtoista. Kauppa jakaa keräämäänsä dataa toimitusketjussa jo nyt – analysointi ja hyödyntäminen oltava sovittavissa jatkossakin
- Etäkaupan vapaa-matkustuksen vuoksi tuottajavastuuta ei tule soveltaa vaatteisiin ja tekstiilituotteisiin.
- Tekstiilituotteiden kierrätyksen tulee tapahtua jatkossakin markkinaehtoisesti
- Vastuullisuuden säädösohjaus tulisi koskea myös verkkokauppoja. EU:ssa tulisi ottaa käyttöön ohjeistettu toimenpide listaus, jossa on myös prioriteettijärjestys vaadittaville toimille, mikä helpottaisi kaiken kokoisten yritysten voivan täyttää vaatimukset.
- Pakollinen kierrätyskuitusäilytys voisi johtaa monissa käyttökohteissa tuotteen käyttökelpoisuuden huononemiseen ja käyttöiän lyhenemiseen.
- EU:n tekemiin kauppasopimuksiin tulee lisätä kolmansiä maita sitovia vastuullisuutta parantavia vaatimuksia ja helpottaa näin EU yritysten kustannustaakkaa ja ostotoimintaa näissä maissa.
- Keskustojen elinvoimaisuuden varmistaminen on priorisoitava- kaikki liikennerajoitteet ja suunnitelmat autoilun rajoittamiseksi siirtävät muoti- ja urheilukauppaa taajamien ulkopuolelle ja verkkoon.
- Työehtosopimuslakia tulee muuttaa, siten, että viikonpäiväsidonnaiset ylityökorvaukset poistetaan
- Alennetaan lastenvaatteiden ja kenkien ALV kantaa ALV-direktiiviin (2006/112) sallimalle minimitasolle parantamaan lapsiperheiden ostovoimaa
- Alennetaan pyörien ALV kantaa ALV-direktiiviin (2006/112) sallimalle minimitasolle kannustamaan fossiilittomaan liikenteeseen
- kulttuuri- ja liikuntasetelien käyttöalaa tulee laajentaa myös käsityötarvikkeisiin ja palveluiden lisäksi myös työkykyä ylläpitäviin tavaroihin.

- EU jäsenmaahan sijoittunut, kolmannen maan verkkokaupan valtuutettu edustaja tulee selkeästi saattaa myös suoraan taloudelliseen vastuuseen edustamansa verkkokaupan myymistä tuotteista.

1. Kansallinen kehittämistyö: luodaan uusia ja kehitetään voimassa olevia kansallisia järjestelmiä, toimintamalleja ja säännöksiä edistämään kaupan alan uudistumista sekä kasvukykyä (painopistealue 1)

-

2. Resursointi: vauhditetaan kaupan alan uudistumista, kasvua ja kansainvälistymistä TKI-panoksilla ja ohjelmatyöllä (painopistealue 2)

-

3. Kansainvälinen vaikuttamistyö: vaikutetaan kansainvälisesti EU-tasolla ja EU-alueen ulkopuolella kaupan alaa koskeviin sisältöihin/asioihin (painopistealue 3)

Kasvavana uhkana on, että Unionin kaupan toimijoiden kilpailukyky vakavasti heikkenee, jos tuotteiden säädöstenmukaisuutta ja siitä syntyviä kustannuksia voi kiertää myymällä tuotteet suoraan etämyyntinä kuluttajille

EU:n tuoteturvallisuuteen ja kuluttajansuojaan liittyvät säädökset edellyttävät kaupalta mm. vaatteiden ja kenkien kemikaalipitoisuuksien, merkintöjen oikeellisuuden ja vaatimustenmukaisuuden seuranta ja vastaamaan tuotteiden mahdollisista puutteista.

Ulkomaiset verkkokaupat kasvattavat edelleen markkinaosuuttaan vaate- ja kenkäkaupasta Suomessa. Silti kolmansista maista myyvät verkkokaupat ovat tähän saakka olleet ja ovat edelleen usein sääntelyn ulottumattomissa ja EU osittain verkkokaupatkin:

1. tuoteturvallisuussäädökset ovat tehottomia, jos valvontaa ei voida ulottaa etäkauppaan
2. etäkauppa ei merkitse esim. hoito-ohjeita ja vaadittuja tuotemerkintöjä Suomen virallisilla kielillä
3. Tekstiili- ja nahkatuotteiden valmistaminen ilman kemikaaleja on mahdotonta. Kiellettyjen ja rajoitettujen kemikaalien pitoisuuksia tuotteissa ei etämyynnissä valvota
4. Kuluttajansuoja ei usein toteudu EU:n ulkopuolisessa etäkaupassa
5. Verkkokauppa tuo pakkauksia enemmän kuin muu muoti- ja urheilukauppa yhteensä Pakkausten tuottajavastuusta huolehtiminen ulottunee jätelain myötä myös EU verkkokauppoihin, mutta ei EU:n ulkopuolisiin toimijoihin
6. Kuluttajien suorat ostot kolmansien maiden etäkaupoista ovat 150 euroon saakka tullittomia

7. Vastuullinen liiketoiminta tuo myös kustannuksia. Kuinka tuleva vastuullisuuden säädösohjaus ulotetaan koskemaan etämyyntiä?

8. EU:n ulkopuolinen etäkauppa voi harjoittaa suoramarkkinointia ilman kuluttajan suostumusta

Tällä hetkellä säädösten vaatimukset kohdistuvat Suomessa toimiviin kauppoihin. Mikäli ulkomaisen verkkokaupan suoranaista suosimista ei saada poistettua, on aiheellista olettaa, että tilanne johtaa varsin nopeasti kokonaisten tuoteryhmien kaupan siirtymiseen verkkokauppaan EU:n ulkopuolelle, EU:n säädösohjauksen synnyttämien kustannusten ulottumattomiin.

Kaupan alan visio vuonna 2032

-

Kaupan alan skenaariot vuonna 2032

-

10 a. Ekosysteemisesti uudistunut kansainvälisesti kilpailukykyinen kauppa -skenaario

-

10 b. Kilpailuhaitan kokenut kauppa -skenaario

-

10 c. Kilpailukyvyn menettänyt kauppa -skenaario

-

11. Muut mahdolliset palautteet ja kommentit

-

Kankaanpää Esa
Muoti- ja urheilukauppa ry