EUROOPA ÜHENDUSTE KOMISJON

Brüssel 21.6.2006
KOM(2006) 325 lõplik

KOMISJONI TEATIS NÕUKOGULE JA EUROOPA PARLAMENDILE

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. veebruari 1998. aasta direktiivi 1998/6/EÜ (tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel) rakendamise kohta

EESSÕNA

Käesoleva teatise eesmärk on uurida, kuidas liikmesriigid on rakendanud direktiivi 1998/6/EÜ tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel. See piirdub selle küsimusega, mille kohta soovitakse korraldada avalik konsultatsioon. Kõiki huvitatud isikuid kutsutakse esitama Euroopa Komisjonile vastuseid 1. septembriks 2006. Palun saatke oma märkused (märkega „Esimene konsulteerimine hindade avaldamise direktiivi kohta“) kas aadressil:

European Commission

Directorate-General for Health and Consumer Protection

Rue de la Loi 200

B-1049 Brussels

Belgium

või e-posti teel aadressil SANCO-B2@ec.europa.eu

Vastused ja märkused avaldatakse Euroopa Komisjoni veebilehel, välja arvatud juhul, kui saatja selgesõnaliselt palub seda mitte avaldada. Pärast konsultatsiooniperioodi lõppu hindab komisjon vajadust korraldada avalik ärakuulamine, et käesolevas ettekandes tõstatatud küsimusi edasi arutada.

KOMISJONI TEATIS NÕUKOGULE JA EUROOPA PARLAMENDILE

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. veebruari 1998. aasta direktiivi 1998/6/EÜ (tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel) rakendamise kohta

(EMPs kohaldatav tekst)

SISUKORD

1. Sissejuhatus 4

2. Direktiivi põhisätted 4

3. Reguleerimisalased valikud 5

3.1. Üldine kohustus ja selle piirid 5

3.2. Ühikuhind: erandite tegemine 6

3.3. Ühikuhind: positiivsed loetelud 7

4. Hindade eksponeerimise nõuded 7

5. Reklaam 8

6. Väikesed jaemüügiettevõtted 9

7. Kokkuvõte 10

Lisa - KONSULTEERIMISEL ESITATAVAD KÜSIMUSED 12

1. SISSEJUHATUS

Kõik liikmesriigid on vastu võtnud siseriiklikud seadusandlikud meetmed, millega võeti üle direktiiv 98/6/EÜ tarbijakaitse kohta tarbijatele pakutavate toodete hindade avaldamisel. Käesolev dokument on komisjoni aruanne kõnealuse direktiivi kohaldamise kohta, nagu on ette nähtud direktiivi artiklis 12.

Käesolevas etapis ei pea komisjon siiski kohaseks teha ühtki ettepanekut, lähtudes kõnealuse direktiivi artiklist 12. Õigupoolest puuduvad komisjonil tõendid, et olemasolevad lahknevused hindade avaldamist reguleerivate siseriiklike seaduste vahel tooksid kaasa olulisi takistusi siseturul, mis õigustaksid regulatiivset sekkumist. Ettepaneku tegemine otsustatakse konsultatsioonide tulemusena.

Vastavalt direktiivile peab hindade avaldamise kohta ettepaneku tegemisel eelkõige arvesse võtma väikeste jaemüügiettevõtete kogemusi direktiivi kohaldamisel, muuhulgas seoses tehnoloogia arengu ja ühisraha kasutuselevõtmisega (põhjendus 14). Rajamaks oma tegevust korralikule teadmistebaasile, nii et see vastaks parema reguleerimise põhimõtetele, viis komisjon enne laienemist läbi 15 vana liikmesriigiga piirduva uuringu, mille eesmärk oli hinnata, millist mõju avaldavad kõnealuse direktiivi artikli 6 sätted ja nende rakendamine väikestele jaemüügiettevõtetele, kuidas toimib siseturg ja milline on tarbijakaitse üldine tase.[1] Mainitud varasem uuring oli kasulik, sest sellega juhitakse tähelepanu teatud aspektidele, mida tuleks direktiivi üle peetavate konsultatsioonide käigus käsitleda.

Komisjon kavatseb huvitatud osapooltega aru pidada selle üle, milline on direktiivi mõju siseturule ja üldisele tarbijakaitse tasemele. Lisas on loetletud mõned küsimused, mida tuleb läbivaatusprotsessi käigus käsitleda. Komisjon hindab konsultatsiooniprotsessi tulemuse põhjal ja tarbijakaitsealase ühenduse õigustiku käimasoleva läbivaatamise tulemusi arvestades, kas hindade avaldamise valdkonnas on vaja täiendavaid seadusandlikke algatusi. Hindade avaldamise direktiivi läbivaatamine on kooskõlas parema reguleerimise eesmärkidega, mille poole komisjon püüdleb, nimelt eesmärgiga lihtsustada regulatiivset keskkonda.

2. DIREKTIIVI PÕHISÄTTED

Kõnealuse direktiivi peamine eesmärk on tagada, et ettevõtjad avaldaksid kõikide tarbijatele pakutavate toodete müügihinna ja mõõtühiku hinna (ühikuhinna), et parandada tarbija informeeritust ja lihtsustada hindade võrdlemist. Müügihind peab olema üheti mõistetav, kergesti märgatav ja selgesti loetav (artikkel 4).

Direktiivi reguleerimisala on piiratud toodetega. Kuigi kõnealune direktiiv ei sisalda „toote" mõiste määratlust, võib „toote" all vastavalt ühenduse õigustiku teistele sätetele[2] mõista kõiki vallasasju. Seetõttu ei kohaldata direktiivi teenuste suhtes.[3]

---

[1] „Appraisal of Directive 98/6/EC on consumer protection in the indication of unit prices of products offered to consumers", uuring, mille viis läbi EIM Business & Policy Research.

[2] Näiteks direktiivi 85/374/EMÜ (liikmesriikide tootevastutust käsitlevate õigus- ja haldusnormide ühtlustamise kohta) artikkel 2.

Kohustus avaldada kõikide selliste toodete müügi- ja ühikuhind, mida ettevõtjad tarbijatele pakuvad, on üldkohaldatav. Direktiivi artikli 3 lõige 2 lubab liikmesriikidel siiski teha kõnealusest üldkohustusest erandeid toodete puhul, mida pakutakse seoses teenuse osutamisega, samuti oksjonimüügi ning kunsti- ja antiikesemete müügi korral. Kõnealuse erandi kasutamisel võivad liikmesriigid otsustada, et avaldama ei pea ei müügi- ega ühikuhinda.

Artikli 3 lõikes 3 on sätestatud, et pakkimata toodete puhul (need on valmispakendamata tooted, mida mõõdetakse tarbija juuresolekul) ei pea avaldama müügihinda. Kuna müügihinda ei saa määrata enne, kui tarbija on teatanud vajaliku tootekoguse, siis tuleb ära näidata üksnes ühikuhind.

Artikli 3 lõike 1 alusel ei ole ühikuhinda vaja avaldada, kui see on identne müügihinnaga (s.t kui pakendatud toote kogus vastab ühele mõõtühikule). Veelgi enam, artikli 5 kohaselt võivad liikmesriigid loobuda ühikuhinna avaldamise kohustusest seoses toodetega, mille puhul avaldamine ei ole kasulik toodete laadi või otstarbe tõttu või võiks põhjustada segadust.

Liikmesriigid võivad ühikuhinna avaldamise kohustuse teatud üleminekuperioodiks kohaldamata jätta, kui see kujuneks teatavatele väikestele jaemüügiettevõtetele ülemääraseks koormaks kas müügiks pakutavate toodete arvu, müügipinna, müügikoha omapära või konkreetsete müügitingimuste tõttu, mis ei võimalda tarbijal toodet vahetult kätte saada, või teatavate kaubandusvormide tõttu, nagu on näiteks teatavat liiki rändkaubandus (artikkel 6). Seda erandit ei saa kohaldada kõnealuste ettevõtete poolt müüdavate pakkimata toodete ühikuhinna suhtes.

Lõpuks sätestatakse direktiivis, et liikmesriigid võivad avaldatavate hindade maksimaalset arvu piirata (artikkel 4), et tagada süsteemi läbipaistvus ka pärast euro kasutuselevõtmist (põhjendus 13).

Kõnealuse direktiivi artiklis 10 sisaldub minimaalse ühtlustamise klausel, mille kohaselt ei takistata liikmesriikidel vastu võtta või säilitada sätteid, mis on tarbijate teavitamise ja hindade võrdlemise seisukohast soodsamad, kui see on kooskõlas EÜ asutamislepinguga.

3. REGULEERIMISALASED VALIKUD

3.1. Üldine kohustus ja selle piirid

Üldine kohustus müügi- ja ühikuhindu avaldada võib oluliselt parandada tarbijate suutlikkust arvestada ja võrrelda toodete hindu ning lihtsate võrdluste põhjal teha teadlikke tarbimisvalikuid, edendades sellega ettevõtjate ja toodete vahelist konkurentsi. Mõningate tootekategooriate puhul võib aga müügi- ja ühikuhinna avaldamine olla võimatu või kasutu, sest nende hinna võib kindlaks määrata vaid läbirääkimiste protsessi käigus või ei saa neid lihtsalt teiste samalaadsete toodetega võrrelda. Seetõttu võivad liikmesriigid jätta kohaldamata direktiivi artikli 3 lõikes 1 ette nähtud üldise kohustuse toodete suhtes, mida pakutakse seoses teenuste osutamisega (nt juuksuriteenuse osutamise käigus kasutatava šampooni hind), oksjonimüügi korral ning kunsti- ja antiikesemete müügi puhul.

---

[3] Mitmes liikmesriigis jõustatud ülevõtmismeetmed kehtivad siiski ka teenuste suhtes, see on nii Belgias, Eestis, Leedus, Luksemburgis, Lätis, Poolas, Portugalis, Saksamaal, Slovakkias, Sloveenias, Tšehhi Vabariigis ja Ungaris.

Vaid Prantsusmaa ja Soome on otsustanud, et ei kasuta võimalust vabastada kõnealused tooted üldisest kohustusest avaldada müügi- ja ühikuhinnad. Rootsis kehtib seaduslik erand vaid oksjonil ja sarnaste protseduuride käigus müüdud toodete suhtes. Ungaris ei ole kohustust näidata oksjoni käigus müüdud toodete müügi- ja ühikuhinda vaid juhul, kui oksjoniteates on alghind märgitud. Belgias on ei ole seda vaja teha toodete puhul, mida pakutakse seoses teenuse osutamisega või müüakse riigihangete käigus. Poola õigusaktides on sätestatud, et toodete hinnad võib arvestada teenuse hinna sisse: see tähendab, et puudub kohustus avaldada eraldi müügi- ja ühikuhindu toodete puhul, mida pakutakse teenuse osutamise käigus. Luksemburgis on kunsti- ja antiikesemete müük sellest kohustusest vabastatud vaid juhul, kui nendel toodetel on selge märge, mis võimaldab need poes väljapandud ja tarbijatele kättesaadavas hinnakirjas ära tunda. Ülejäänud liikmesriigid on kasutanud erandi tegemise võimalust täies ulatuses.

3.2. Ühikuhind: erandite tegemine

Direktiivis võetakse arvesse, et teatud toodete puhul ei ole ühikuhinna avaldamine kasulik või võib põhjustada segadust, näiteks kui koguse avaldamine ei ole hinna võrdlemisel asjakohane või kui eri tooteid turustatakse samas pakendis (põhjendus 10). Sellel põhjusel võivad liikmesriigid vastavalt artikli 5 lõikele 1 kõnealuste toodete ühikuhinna avaldamise kohustust mitte kohaldada.

Kõik liikmesriigid on vabastanud ettevõtted teatud toodete puhul ühikuhinna avaldamise kohustusest. Valdav enamik liikmesriike on kindlaks määranud teatud tootekategooriad, mille puhul ei pea ühikuhinda avaldama. Rootsi õiguses ei leidu vabastatud toodete nimekirja, ent õigusaktidega on sätestatud, et ühikuhinda ei pea avaldama, kui toote laadi või otstarbe tõttu võib eeldada, et kõnealune avaldamine ei ole asjakohane või võib põhjustada segadust. Malta ja Poola õigusaktides ei ole loetletud vabastatud toodete kategooriaid, ent pädevaid asutusi volitatakse vabastama tooteid üldisest ühikuhinna avaldamise kohustusest. Küprose, Leedu ja Läti jõustatud ülevõtmismeetmetes sisalduvad lühikesed avatud loetelud näidetega toodete kohta, mille suhtes kõnealust kohustust ei kohaldata.

Liikmesriigid on valinud üldisest ühikuhinna avaldamise kohustusest vabastatud tootekategooriad väga erinevate kriteeriumide alusel. Enamikus siseriiklikes ülevõtmismeetmetes ei rakendata kõnealust kohustust toodete suhtes, mis koosnevad erinevatest üksikesemetest kokku pandud valikust, mida müüakse ühe komplektina, jäljendades sellega kõnealuse direktiivi preambulis toodud näiteid. Ühikuhinna avaldamist peetakse üldjuhul ebavajalikuks ka toodete puhul, mida turustatakse teatud määrast väiksemas mahus (kõnealune määr ulatub 5 grammist või 5 milliliitrist Küproses ja Leedus 100 grammi või 100 milliliitrini Luksemburgis). Mitmed liikmesriigid on vabastanud mõned või kõik tooted, mida müüakse automaatjagajate ja müügiautomaatide kaudu. Eestis ja Ühendkuningriigis on siseriiklike sätete alusel, millega võeti üle kõnealuse direktiivi artikli 6 sätted, ühikuhinna avaldamise kohustusest vabastatud müügiautomaatides müüdavad tooted, mis on eelpakendatud teatud ühesuguses mahus.

Mitmel juhul sisaldab vabastatud toodete loetelu ka tooteid, mida müüakse üksikult vahetuks tarbimiseks (nt jäätis), erinevatest toodetest koosnevaid terviklikke valmistoite, kontsentreeritud või kuivtoiduaineid, millele peab enne tarbimist lisama vett ja/või muid koostisosi, tooteid, mida müüakse ühikukaupa, ning toiduaineid, mille viimane müügikuupäev läheneb ja mis on alandatud hindadega pandud soodusmüüki. Eesti, Slovakkia, Soome ja Taani on selgesõnaliselt kaotanud ühikuhinna avaldamise kohustuse üksikuna müüdavate

toodete puhul, mida ei ole võimalik nende kvaliteeti või omadusi muutmata osadeks jagada ja mille puhul ei nõuta netomahu avaldamist.

Teised erandid on spetsiifilisemad. Näiteks on Taani õiguse järgi vabastatud eelpakendamata saiakesed ja koogid, Eesti puhul šokolaadikujukesed ja üllatusmunad, samuti potis müüdav varajane värske köögivili ja maitseroheline, suuvärskendajad ja nätsud. Soomes on vabastatud šokolaadimunad, kaunistamiseks mõeldud maiustused ning pagari- ja kondiitritooted. Eestis, Hollandis ja Sloveenias ei pea ühikuhinda märkima vaateakende kujundamiseks kasutatavatele toodetele. Poolas on vabastatud lilled ja taimed, elusloomad, eelpakendamata toiduained, mida müüakse ühikukaupa, ja tooted, mida müüakse tavapäraselt suurtes kogustes, samuti tooted, mida pakutakse müüa väljaspool äriruume või erilaadal, ja tooted, mille müügihind on madalam kui 4 zlotti. Kreekas on vabastatud kosmeetikatooted, parfüümid ja hügieenitarbed, Saksamaal joogid ja närimistubakas. Hispaanias on vabastatud veinid ja kange alkohol, millel on kontrollitud päritolunimetus või tüüpiline geograafiline tähis.

3.3. Ühikuhind: positiivsed loetelud

Selleks, et muuta eeskirjade järgimine ettevõtjate ja pädevate ametiasutuste jaoks hõlpsamaks, võivad liikmesriigid koostada loetelu toiduks mittekasutatavatest toodetest või tootekategooriatest, mille puhul ühikuhinna avaldamine jääb kohustuslikuks, nagu on sätestatud direktiivi artikli 5 lõikes 2.

Vaid vähesed liikmesriigid on kasutanud võimalust kehtestada loetelu toiduks mittekasutatavatest toodetest või tootekategooriatest, mille puhul ühikuhinna avaldamine jääb igal juhul kohustuslikuks, nagu on sätestatud direktiivi artikli 5 lõikes 2. Belgia, Luksemburg ja Prantsusmaa on kehtestanud ulatuslikud positiivsed loetelud toiduks mittekasutatavatest toodetest. Taanil ja Soomel on loetelud, mis hõlmavad nii toiduks kasutatavaid kui mittekasutatavaid tooteid. Eesti õigusaktides on sätestatud, et ühikuhinna peab avaldama kauba tükihinnana pabersalvrätikute, pabertaskurätikute ja pabermähkmete, hügieenisidemete, pesukaitsete ja tampoonide puhul. Austria õigusaktides ei ole kehtestatud loetelu toiduks mittekasutatavatest toodetest, mis peavad kindlasti ühikuhinda kandma, vaid õigusaktidega volitatakse pädevaid asutusi neid tooteid kindlaks määrama.

4. HINDADE EKSPONEERIMISE NÕUDED

Direktiivis on sätestatud, et müügihind ja ühikuhind peavad olema üheti mõistetavad, kergesti kindlakstehtavad ja selgesti loetavad (artikkel 4). Müügihind ja ühikuhind peavad kajastama toote (vastavalt kas ühiku või teatud koguse) lõplikku hinda, kaasa arvatud käibemaks ja kõik muud maksud (artikkel 2).

Kõik liikmesriigid on kohaldanud direktiivi artiklit 4 õigesti ning mitmed liikmesriigid on oma siseriiklike õigusaktidega sisse viinud täpsustavaid lisanõudeid hinnaga märgistamise meetodite ja hindade avaldamise osas. Prantsusmaal, Rootsis, Soomes ja Taanis kehtib nõue, et hinna avaldamine ei tohi tekitada ebakindlust, millise toote kohta hind kehtib. Hispaania õiguses on sätestatud, et müügi- ja ühikuhinna peab asetama samasse nägemisvälja, samas kui Kreekas nõutakse, et need oleksid sama suurusega. Luksemburgis peab restoranides, baarides ning kõikides toitu ja jooke pakkuvates asutustes avaldama müügihinnad, mis sisaldavad teenindust.

Artikli 4 eesmärk on tagada tarbijatele ühtne ja läbipaistev teave. Direktiivis on arvesse võetud, et ettenähtud hindade avaldamise süsteemi võib ohustada üleminek eurole, sest tarbijad võivad sellisel juhul kokku puutuda olukorraga, kus ühe toote kohta on esitatud mitu hinnasilti. Sellel põhjusel nähakse artikli 4 lõikes 1 ette, et liikmesriigid võivad kehtestada piirangud avaldatavate hindade maksimaalsele arvule.

Vaid vähesed liikmesriigid on kehtestanud piirangud vastavalt artikli 4 lõikele 1: need on Itaalia, Luksemburg ja Prantsusmaa. Neid piiranguid kohaldati vaid eurole ülemineku perioodil. Täpsemalt öeldes tegi Itaalia erandi väikestele jaemüügiettevõtetele, Luksemburg seadis teatud tähtaja kõikide avaldatud hindade üleviimiseks kohalikult vääringult eurole ning Prantsusmaa sätestas, et müügihinna peab esitama nii siseriiklikus vääringus kui ka eurodes, samas kui ühikuhinna pidi teatud kindla kuupäevani esitama siseriiklikus vääringus ja seejärel eurodes.

Hetkel ei näi üheski liikmesriigis kehtivat eeskirju, mis piiravad avaldavate hindade maksimaalset arvu, kuigi ei saa välistada, et kui uued riigid võtavad kasutusele euro, võivad nad otsustada kehtestada selles valdkonnas erieeskirjad. Siinkohal väärib märkimist, et Malta, Poola ja Prantsusmaa on kehtestanud reeglid, mille kohaselt identsete toodete puhul, mida müüakse sama hinnaga ja mis pannakse välja koos, võib avaldada vaid ühe müügi- ja ühikuhinna. Kõnealused reeglid aga pigem võimaldavad avaldatavate hindade maksimaalset arvu piirata kui sunnivad seda piirama.

5. REKLAAM

Kohustus avaldada ühikuhind laieneb ka reklaamile, milles mainitakse nende toodete müügihinda, mille suhtes direktiiv kehtib, nagu on sätestatud artikli 3 lõikes 4. Kõnealuse sättega ei ole kaasnenud mingeid märkimisväärseid ülevõtmisprobleeme. Märkimist väärib aga asjaolu, et Ühendkuningriik on vabastanud ühikuhinna avaldamise kohustusest televisioonis ja kinos näidatavad ning väikeses poes paiknevad reklaamid.

Artikli 3 lõikes 4 nähakse tarbekaupade reklaami jaoks ette konkreetne sisu, mis peab olema kooskõlas ebaausaid kaubandustavasid käsitleva direktiivi 2005/29/EÜ üldreeglitega. Kõnealuse direktiivi artikli 7 lõikes 1 on sätestatud, et kaubandustava loetakse eksitavaks, kui see konkreetses olukorras, võttes arvesse kõiki selle iseärasusi ja asjaolusid ning kommunikatsioonivahendiga seotud piiranguid, jätab välja olulise teabe, mida keskmine tarbija antud olukorras teadliku tehinguotsuse tegemiseks vajab, ja seega paneb või võib tõenäoliselt panna keskmise tarbija tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks. Artikli 7 lõikes 5 on täpsemalt selgitatud, et oluliseks loetakse kommertsteadaannetega, sealhulgas reklaami või turustamisega seotud teabele esitatavad ühenduse õigusaktidega kehtestatud nõuded. Kõnealuse direktiivi II lisas on selgesõnaliselt viidatud hinna avaldamise direktiivi 98/6/EÜ artikli 3 lõikele 4 – seetõttu toob ühikuhinna avaldamata jätmine nende tarbekaupade puhul, mille kohta hinna avaldamise direktiiv kehtib, endaga automaatselt kaasa ebaausaid kaubandustavasid käsitleva direktiivi rikkumise.

Komisjon on teadlik, et kuna siseriiklike ülevõtmismeetmete kohaldamisulatus on liikmesriigiti erinev, võib juhtuda, et teatud tootekategooriate teatud reklaamidele laieneb ühikuhinna avaldamise kohustus vaid mõnedes liikmesriikides, kuid teistes mitte. Komisjon kavatseb kindlaks teha, kas kõnealune asjaolu võib takistada turu integratsiooni ja tarbijakaitse eesmärke, mida püütakse saavutada ebaausaid kaubandustavasid käsitlevate reeglite täieliku kooskõlastamise kaudu ELi tasemel.

6. VÄIKESED JAEMÜÜGIETTEVÕTTED

Direktiivis on arvestatud võimalusega, et ühikuhinna avaldamise kohustus võib kujuneda teatavatele väikestele jaemüügiettevõtetele ülemääraseks koormaks kas müügiks pakutavate toodete arvu, müügipinna, müügikoha omapära või teatavate kaubandusvormide (näiteks teatavad rändkaubanduse liigid) tõttu. Seetõttu võimaldatakse liikmesriikidel vastavalt artiklile 6 sätestada, et ühikuhinna avaldamise kohustusest vabastatakse kõnealuste ettevõtete müüdavad tooted, välja arvatud pakkimata tooted. Selle vabastuse võib kehtestada vaid üleminekuperioodiks, mille määrab kindlaks liikmesriik.

Mitmed liikmesriigid on otsustanud kasutada direktiivi artiklis 6 ettenähtud väikeste jaemüügiettevõtete erandit. Siseriiklike õigusaktide väljatöötajate poolt valitud kriteeriumid kõnealuse erandi kohaldamisulatuse määramiseks ei ole omavahel sarnased. Enamik liikmesriike võtab arvesse kogu müügipinda ja määratleb künnise, millest allpool asuvad ettevõtted ei ole kohustatud ühikuhinda avaldama. Kõnealused künnised ulatuvad 50 m^2-st Kreekas 500 m^2-ni Sloveenias.

Mõned liikmesriigid on otsustanud ühikuhinna näitamise kohustusest vabastada poed, kus tarbijaid teenindatakse üle leti (vastandina iseteeninduse gamüügipunktidele) – see kehtib näiteks Hollandis, Slovakkias ja Kreekas (viimasel juhul vaid eelpakendatud toidu ja jookide osas). Prantsusmaal kehtib erand vaid iseteeninduseta jaemüügipunktide suhtes, mille müügipind ei ületa 120 m^2.

Austrias on vabastatud kuni üheksa töötajaga ainuomanikud ja ettevõtjad, kes tegutsevad ettevõtte vormis, milles on kuni 50 töötajat. Hollandis on kõnealusest kohustusest vabastatud ettevõtjad, kellel on kuni 5 täistööajaga töötajat. Iiri ülevõtumeetmetes on kohustusest vabastatud ettevõtjad, kelle ettevõtetes ei kasutata riiulite märgistuste trükkimise ja müüdava kauba skaneerimise seadmeid. Hollandis kehtivad lisaks veel spetsiaalsed erandid toodete suhtes, mida turustatakse püsiklientide kodudes, sõidukites ning tänava- või ujuvturul.

Rändkaupmehed on vabastatud ühikuhinna avaldamise kohustusest Austrias, Iirimaal ja Luksemburgis. Ühendkuningriigis on vabastatud vaid need rändkaupmehed, kes pakuvad müügiks eelnevalt kindlaksmääratud koguses leiba või teatavas kindlas koguses eelpakendatud mis tahes tooteid. Eestis laieneb kõnealune vabastus ühesuguse mahu või kaaluga eelpakendatud kaubale, mida pakutakse või müüakse rändkaupluse, kioski või tänavakaubanduse müügikoha kaudu.

Malta õigusaktides ei ole erandit otseselt sätestatud, ent pädev ametiasutus (tarbijaküsimuste direktor – Director of Consumer Affairs) on volitatud kindlaks määrama tingimused, mille alusel võib väikeseid jaemüügiettevõtteid või teisi ettevõtjate kategooriaid ühikuhinna avaldamise kohustusest vabastada, kui see on neile ülemääraseks koormaks.

Rootsi, Soome, Taani, Leedu, Läti, Poola ja Ungari ei ole väikestele jaemüügiettevõtetele suunatud erireegleid kehtestanud. Belgia, Hispaania, Itaalia ja Portugal kohaldasid väikeste jaemüügiettevõtete suhtes alguses sihtotstarbelist korda, ent otsustasid seda pärast euro kasutuselevõtmiseks ettenähtud üleminekuperioodi möödumist enam mitte uuendada. Küpros muutis hiljuti siseriiklikke õigusakte, et erand kaotada.

Vastavalt direktiivile võivad liikmesriigid vabastada väikesed jaemüügiettevõtted müüdavate toodete ühikuhinna avaldamise kohustusest vaid üleminekuperioodiks. Tšehhi Vabariik on sellest hoolimata ainuke liikmesriik, mille rakendusaktides on viidatud kõnealuse erandi konkreetsele aegumistähtajale, milleks on 1. mai 2014. Kreeka õiguses on erandi kehtivusaeg

määratud viitega direktiivi sõnastusele; niisiis jäetakse ühikuhinna avaldamise kohustus kohaldamata seni, kuni ühendus nimetatud küsimuse vastavalt artiklile 12 uuesti läbi vaatab. Saksamaa ülevõtmismeetmetes mainitakse erandi ajutist iseloomu, täpsustamata, kui kaua see kehtib. Ülejäänud liikmesriigid ei näi mainivat, et erand on lubatud vaid üleminekuperioodiks, kuigi mõned on selgesõnaliselt tähendanud, et see ei ole mõeldud püsiva erandina.

Vastavalt direktiivi artiklile 12 ja preambulile on komisjon läbi viinud direktiivi mõju hindamise uuringu, pöörates erilist tähelepanu hinna avaldamise kohta käivate nõuete täitmisele väikeste jaemüügiettevõtete poolt. Uuringus tehti kindlaks väikeste jaemüügiettevõtete hinnamärkimisvahenditest ja -metoodikast tulenevad võimalikud takistused ühikuhinna avaldamisele. Eelkõige võib täiendavaid raskusi ühikuhindade arvutamisel, muutmisel ja avaldamisel kaasa tuua see, et väikesed jaemüügiettevõtted on arvutipõhiste süsteemide asemel kasutusele võtnud käsitsi hinnaga märgistamise süsteemid. Kuigi uued tehnoloogiad muutuvad kiiresti kättesaadavaks, muudavad kõrged kulud, ebapiisav käive ja süsteemide keerukus ebatõenäoliseks, et väikestel jaemüügiettevõtetel oleks võimalus nendest arengutest kasu saada.

Siiski näib olevat tõendeid, mis viitavad sellele, et kõnealune koorem ei ole ülemäärane, kui arvestada käesoleva direktiiviga taotletavaid tarbijakaitse-eesmärke. Komisjoni läbiviidud uuring näitab, et vaid märkimisväärne vähemus (39%) viieteistkümne vana liikmesriigi väikestest jaemüügiettevõtetest peab ühikuhinnaga märgistamist väikestele jaemüüjatele koormavaks. Enamik viieteistkümne vana liikmesriigi väikestest jaemüügiettevõtetest nõustub ühikuhinna avaldamisega kõikides jaemüügikauplustes, sõltumata nende suurusest. Need jaemüügiettevõtted, kes juba ühikuhinda avaldavad, on erandit kasutavatest ettevõtetest rohkem huvitatud sellest, et ühikuhinna avaldamine oleks kõigile jaemüügiettevõtetele kohustuslik.

Komisjon ei pea kogutud tõendeid direktiivi võimaliku taasläbivaatamise valguses lõplikuks. Esiteks pidid uuringu läbiviijad aluseks võtma väikeste jaemüügiettevõtete standardmääratluse (0–20 töötajat), samas aga – kuna ühtlustatud määratlus ühenduse tasandil puudub – on väikeste jaemüügiettevõtete määratlused liikmesriikide siseriiklikes õigussüsteemides üsna erinevad. Teiseks ei katnud uuring uusi liikmesriike, kus väikestel jaemüügiettevõtetel võivad olla eriomased probleemid (kuigi, nagu eespool mainiti, otsustasid neist neli jätta artiklis 6 sätestatud erandivõimaluse kasutamata).

7. KOKKUVÕTE

Direktiivi ülevõtmise osas ei ole üheski liikmesriigis tekkinud suuri probleeme. Direktiivi on rakendatud kõikides liikmesriikides, kuigi mõnel juhul pärast artikli 11 lõikes 1 sätestatud tähtaega, s.t pärast 18. märtsi 2000. Komisjoni tehtud uuringu tulemused näitavad laialdast nõustumist sellega, et direktiiv on aidanud parandada tarbijate majandushuvide kaitset, kuigi selle mõju täpne ulatus jääb ebaselgeks.

Direktiivis jäetakse liikmesriikidele ülevõtmismeetmete väljatöötamisel suur valikuvabadus. Mitmes artiklis antakse siseriiklikele seadusandjatele avatud reguleerimise alaseid valikuid, selle tulemusena on direktiivi rakendavad siseriiklikud seadused mõnes aspektis väga erinevad. See ei kehti aga kõikidel juhtudel: mõne sätte puhul on valdav enamus liikmesriike viinud siseriiklikul tasandil sisse ühesugused normatiivsed lahendused.

Kõnealuse valikuvabaduse tulemusena ei ole liikmesriigid laialdaselt toetunud artiklis 10 sätestatud minimaalse ühtlustamise klauslile, mille kohaselt liikmesriigid võivad vastu võtta või säilitada sätted, mis on tarbijate teavitamise ja hindade võrdlemise seisukohast soodsamad kui kõnealuses direktiivis sisalduvad sätted. Seetõttu kavatseb komisjon direktiivi võimalikku taasläbivaatamist silmas pidades hinnata, kas artiklis 10 sätestatud minimaalse ühtlustamise klausli säilitamine on vajalik.

Mis puutub võimalusse loobuda ühikuhinna avaldamise kohustusest kohaldamisest toodetele, mille puhul avaldamine ei ole kasulik toodete laadi või otstarbe tõttu, siis paljastab direktiivi ülevõtmise kontroll väga killustatud stsenaariumi: samas kui mõned tootekategooriad on enamikus liikmesriikides vabastatud, on teatud hulk üsna spetsiifilisi erandeid, mida ei ole alati võimalik artikli 5 lõike 1 sõnastuse alusel hõlpsasti põhjendada. See muudab tarbijakaitse taseme Euroopas ebasoovitavalt ebaühtlaseks, mistõttu võib olla vaja anda põhjalikumaid juhiseid, missugused tooted või tootekategooriad võib ühikuhinna avaldamise kohustusele allutada või sellest vabastada.

Lõpuks, nagu eespool nimetati, kavatseb komisjon kuulata huvitatud osapoolte arvamust artikli 6 kohaldamise osas, eriti selle mõju kohta väikeste jaemüügiettevõtete kaubanduslikule tegevusele. Komisjon ootab eriti meelsasti kõiki ettepanekuid, mis on seotud jätkuva vajadusega direktiivis sätestatud ajutise erandi järele ja/või võimalusega lisada õigusaktidesse Euroopa määratlus väikeste jaemüügiettevõtete kohta.

Lisa

KONSULTEERIMISEL ESITATAVAD KÜSIMUSED

Küsimus A: Kas artikli 3 lõikes 2 sätestatud erandit tuleks säilitada?

Variant 1: Võiks väita, et ühikuhinna avaldamine artikli 3 lõikes 2 nimetatud toodete puhul ei aita tarbijatel teha pelga hindade võrdluse põhjal teadlikumat valikut. Tegelikult on enamik liikmesriike jätnud need tooted siseriiklike ülevõtmismeetmete kohaldamisalast välja. Prantsusmaa ja Soome, kes ei ole seda võimalust kasutanud, on kehtestanud positiivsed loetelud tootekategooriatest, mille suhtes jääb kehtima ühikuhinna avaldamise kohustus; selle tulemusena ei ole artikli 3 lõikes 2 nimetatud toodete puhul enamikul juhtudel vaja ka nendes riikides ühikuhinda avaldada. Seetõttu oleks kohane jätta need tooted direktiivi kohaldamisalast välja ja erand kaotada.

Variant 2: Samuti võib väita, et kuna liikmesriikidel on artikli 5 lõike 1 alusel vabadus loobuda ühikuhinna avaldamise kohustusest toodetel, mille puhul hindade avaldamine ei oleks kasulik, siis ei ole vajadust jätta neid tooteid direktiivi kohaldamisalast välja. Artikli 3 lõige 2 tunnistataks tervikuna kehtetuks ja liikmesriikidel oleks vabadus määrata artikli 5 lõike 1 alusel kindlaks, kas nende toodete ühikuhinda tuleks avaldada.

Variant 3: Kolmas võimalus oleks jätta erand alles selle praegusel kujul.

Küsimus B: Milliste toodete puhul peaks kehtima ühikuhinna avaldamise kohustus?

Variant 1: Liikmesriigid on asunud erinevatele seisukohtadele selle suhtes, millistel toodetel ei ole vaja avaldada ühikuhinda, sest selle avaldamine ei oleks toodete laadi ja otstarbe tõttu kasulik või võiks tekitada segadust. Ehkki see võib olla teatud määral õigustatud, võttes arvesse liikmesriikide eripära, on väidetavasti olemas selge vajadus anda selle kohta mingeid suuniseid. Näiteks oleks võimalik kehtestada Euroopa tasandil soovituslik või ammendav loetelu tootekategooriatest, mille puhul ei ole vaja ühikuhinda avaldada. Kui niisugune ammendav loetelu kehtestatakse, võiks artikli 5 lõike 1 kehtetuks tunnistada.

Variant 2: Teise võimalusena võiks Euroopa tasandil kehtestada selliste toodete või tootekategooriate loetelu, mille puhul on ühikuhinna avaldamine kohustuslik. Niisugune positiivne loetelu piiritleks tegelikult direktiivi täpse kohaldamisala ja kaotaks igasuguse juriidilise ebakindluse nii tarbijate kui ka ettevõtete jaoks. Kui niisugune loetelu kehtestataks, võiks artikli 5 kehtetuks tunnistada.

Variant 3: Kolmas võimalus oleks määrata kindlaks kriteeriumid, mida liikmesriigid peavad artikli 5 lõike 1 rakendamisel arvesse võtma. See piiraks liikmesriikide ulatuslikku otsustusvabadust, kuid artiklit 5 ei oleks vaja välja jätta.

Küsimus C: Kas selles kontekstis tuleks säilitada erieeskirju reklaami kohta?

Variant 1: Võiks väita, et direktiiv 2005/29/EÜ, mis käsitleb ettevõtja ja tarbija vaheliste tehingutega seotud ebaausaid kaubandustavasid, tagab, et tarbijad on piisavalt kaitstud igasuguse reklaami eest, mis võiks neid toote hinna suhtes eksitada. Kui nii, siis võiks artikli 3 lõike 4 kehtetuks tunnistada. Sel juhul peavad liikmesriigi pädevad asutused andma hinnangu,

kas hindade avaldamise direktiiviga hõlmatud toodete reklaam, milles nimetatakse müügihinda, aga mitte ühikuhinda, võib tõenäoliselt mõjutada keskmise tarbija majanduskäitumist ja paneb teda tegema tehinguotsust, mida ta muul juhul ei teeks.

Variant 2: Kui ühikuhinna avaldamist reklaamis peetakse igal juhul hädavajalikuks, et tagada tarbijakaitse kõrge tase, siis võiks artikli 3 lõike 4 kehtetuks tunnistada ja lisada vastava sätte selliste kaubandustavade „musta nimekirja“, mida igal juhul peetakse direktiivi 2005/29/EÜ alusel ebaausaks. Et tagada musta nimekirja ühtlane kohaldamine, tuleks siiski määrata kindlaks toodete tuumiknimekiri, mille puhul reklaamis ühikuhinna avaldamata jätmist peetakse igal juhul ebaausaks.

<u>Küsimus D</u>: Kas erand väikestele jaemüügiettevõtetele peaks saama alaliseks? Kui jah, siis kas tuleks võtta kasutusele üleeuroopaline väikeste jaemüügiettevõtete mõiste? Kuidas tuleks seda sõnastada?

Variant 1: Direktiiv lubab liikmesriikidel vabastada väikesed jaemüügiettevõtted ühikuhinna avaldamise kohustusest üksnes piiratud ajavahemikuks, mis määratakse kindlaks siseriiklike õigusnormidega. Esimene võimalus oleks jätta väikesed jaemüügiettevõtted direktiivi kohaldamisalast üldse välja. Niisugune võimalus põhineb aga eeldusel, et tarbekaupade ühikuhinna avaldamise kohustus on niisugustele ettevõtetele liigselt koormav. Käesoleval ajal ei ole komisjonil tõendeid, et see nii oleks: nii uuringu tulemused kui ka paljude liikmesriikide otsus erandit mitte kasutada viitavad pigem sellele, et kõnealune erand ise kujutab endast lisakoormat, ehkki mitte liigset või ebaproportsionaalset. Kui väikesed jaemüügiettevõtted tahetakse direktiivi kohaldamisalast välja jätta, siis võiks õiguskindluse tagamiseks välja töötada niisuguste ettevõtete täpse üleeuroopalise määratluse.

Variant 2: Võiks väita, et kohustus näidata müügihinda ei ole väikestele jaemüügiettevõtetele liigselt koormav. Kui nii, siis võiks artiklis 6 oleva erandi üldse kaotada.

Variant 3: Lõpuks võiks artiklis 6 sisalduva erandi võimalust pikendada kindlaksmääratud ajavahemiku võrra, et tulevikus uuesti hinnata, kas tehnika areng kergendab väikestele jaemüügiettevõtetele ühikuhinna avaldamisest tulenevat koormat. Samuti võiks sellisel juhul olla vaja määrata kindlaks ajavahemik, mille jooksul erandit on võimalik kasutada, ning ettevõtted, kelle suhtes see võiks kehtida.

<u>Küsimus E</u>: Kas minimaalse ühtlustamise klausel peaks alles jääma?

Variant 1: Võiks väita, et kuna liikmesriigid ei ole peaaegu üldse kasutanud võimalust kehtestada või säilitada direktiiviga ühtlustatud valdkonnas rangemaid tarbijakaitse-eeskirju, siis on ruumi liikuda hindade avaldamise alal täielikult ühtlustatud süsteemi poole, kombineerides nii tarbijakaitse kõrge taseme ja turu täieliku integreerimise.

Variant 2: Artiklis 10 esitatud klausli ärajätmine vähendaks käesoleva direktiivi rakendamisel liikmesriikide otsustusruumi. Lisaks sellele ei ole komisjonil käesoleval ajal vaieldamatuid tõendeid selle kohta, et praegused erinevused tarbekaupade hindade avaldamist käsitlevates liikmesriikide õigusnormides põhjustaksid olulisi siseturutõkkeid ja häiriksid piiriülest kaubandust.