

TARTU ÜLIKOOL  
ÕIGUSTEADUSKOND  
Eraõiguse osakond

Katarina Kiiver

**Nõuded 3D-printimisteenuse mittekohasusest kaupade müügi ja digitaalse sisu direktiivi  
ettepanekutes**

Magistritöö

Juhendaja: prof *dr. iur.* Irene Kull

Tartu  
2019

## Sisukord

<b>Sissejuhatus</b>	<b>4</b>
<b>1. Lepinguliste suhete struktuur 3D printimisteenuse pakkumisel</b>	<b>9</b>
1.1. 3D-printimisteenusega seotud lepingu pooled	9
1.1.1. Tarbija mõiste	9
1.1.2. Müüja või teenusepakkuja mõisted	12
1.2. 3D printimisteenusega seotud lepingute objekt	14
1.2.1. 3D printimisteenuse müügileping	14
1.2.2. Tarbijalemüügilepingu ja kauba mõisted	15
1.2.3. Digitaalse sisu üleandmise leping. Lepingutüübi kvalifitseerimine Eesti õiguse järgi	17
1.2.4. Nõude adressaadi tuvastamine	22
<b>2. Kaupade direktiivi kohaldamine 3D-prinditud eseme müügile</b>	<b>25</b>
2.1. 3D-prinditud eseme vastavusnõuete hierarhia	25
2.1.1. Subjektiivsed vastavusnõuded	27
2.1.2. Objektiivsed vastavusnõuded	30
2.2. Õiguskaitsevahendid nõuetele mittevastavuse korral	32
2.2.1. Nõuete hierarhia	32
2.2.2. Kauba asendamise või parandamise nõue	34
2.2.3. Hinna alandamise nõue	38
2.2.4. Lepingu lõpetamise nõue	40
<b>3. Digitaalse sisu direktiivi kohaldamine 3D printimisteenusele</b>	<b>42</b>
3.1. Subjektiivsed vastavusnõuded	42
3.2. Objektiivsed vastavusnõuded	44
3.3. Õiguskaitsevahendid	46

3.3.1. Nõuete hierarhia	46
3.3.2. Nõuded CAD-faili üleandmata jätmise korral	47
3.3.2.1. Teenuse osutamise nõue	47
3.3.2.2. Lepingu lõpetamise nõue	49
3.3.3. Nõuded mittekohase täitmise korral	50
3.3.3.1. CAD-faili sisu nõuetega vastavusse viimise nõue	50
3.3.3.2. Proportsionaalse hinnaalanduse nõue ja lepingu lõpetamise nõue	51
<b>Kokkuvõte</b>	<b>53</b>
<b>Requirements arising from nonconformity of 3D printing service in the directive proposals on sale of goods and digital content</b>	<b>57</b>
<b>Kasutatud lühendid</b>	<b>62</b>
<b>Kasutatud allikate loetelu</b>	<b>64</b>
Kasutatud õigusaktid	64
<b>Kasutatud kohtupraktika</b>	<b>65</b>
Eesti kohtupraktika	65
Euroopa Kohtu praktika	65
Kasutatud õiguskirjandus	66
Kasutatud muud materjalid	68

## Sissejuhatus

Euroopasse jõudis trükikunst 15. sajandi keskel, kui saksa leiutaja Johann Gutenberg leiutas trükipressi. Toona revolutsioonilise seadeldise tööpõhimõte oli lihtne – üksikutest liigutatavatest metalltähtedest tuli spetsiaalse alusraami peale valmis laduda lehekülje jagu teksti, kasta see tindi sisse ning reprodutseerida metallitrükki paberite peale nii palju, kui vaja. Seejärel sai metalltähed taas raami küljest lahti võtta ja uueks leheküljeks kokku paigutada.<sup>1</sup> Ligi viissada aastat hiljem, 1977. aastal sai Wyn Kelly Swainson Ameerika Ühendriikides esimesena ajaloos patendikaitse kolmedimensioonilise printimise tehnoloogia ja aparatuuri eest.<sup>2</sup> 1986. aastal leiutas Charles Hull tööstuses kasutatava 3D-printeri, mis kasutas stereolitograafilist meetodit,<sup>3</sup> ent 3D-printimise tegelikust potentsiaalst hakati aru saama alles mõned dekaadid hiljem.<sup>4</sup> Eeltoodud võrdlus on piisav ilmestamiseks, et printimistehnoloogia on mõnede inimpõlvede jooksul teinud läbi märkimisväärse arengu.

Tänapäevane 3D-printimise tehnoloogia, mis on tuntud ka kui lisav tootmine (ingl *additive manufacturing (AM)* või *desktop fabrication*), koosneb kolmest üksteisest eristuvast etapist. Esimeseks etapiks on disaini väljatöötamine: 3D-prinditava eseme loomine algab vajaliku digitaalse sisu ehk CAD-faili väljatöötamisega asjakohases tarkvaraprogrammis. Valmis CAD-fail on olemuslikult 3D-eseme virtuaalne plaan (ingl *virtual blueprint*), sisaldades kõiki vajalikke andmeid ja juhiseid, millest lähtuvalt 3D-printer eset printima hakkab. Teiseks etapiks on printimiseks kasutatava lähtematerjali valimine: 3D-printimiseks kasutatakse peamiselt plastikuid ja erivärvilisi metalle.<sup>5</sup> Kolmandaks etapiks on väljaprintimine:

---

<sup>1</sup> History of Typography. Gutenberg and printing in Germany– Encyclopaedia Britannica. Kättesaadav internetis: <https://www.britannica.com/technology/typography/History-of-typography> (20.02.2019)

<sup>2</sup> Ameerika Ühendriikide 09.08.1977. a patent nr 4041476 meetodile, vahendile ja aparatuurile kolmedimensioonilise eseme loomiseks. Kättesaadav internetis: <https://patents.justia.com/patent/4041476> (20.02.2019)

<sup>3</sup> Stereolitograafia on 3D-printimise tehnoloogia, kus ese valmistatakse ultraviolettlaseri abil, mis tahkestab algmaterjaliks olevat vedelat polümeeri. Stereolitograafiat kasutatakse 3D-episdetailide loomisel, sh näiteks juveelitööstuses. Vt FormLabs. Introduction to Stereolitography. Avaldatud 03.09.2015. Kättesaadav internetis: <https://www.youtube.com/watch?v=yW4EbCWaJHE> (20.03.2019).

<sup>4</sup> Hsu, J. 3D Printing: What a 3D printer Is and How It Works. –Livescience. 21.05.2013. Kättesaadav internetis: <https://www.livescience.com/34551-3d-printing.html> (20.03.2019)

<sup>5</sup> 3D-printimiseks kasutatavate võimalike materjalide valik on tegelikult oluliselt laiem ega piirdu vaid metallide ja plastikutega. Näiteks on võimalik aksessuaaride tootmiseks kasutada nailonit ja eri tüüpi vaikusid; taaskasutatavat suhkrurooga või maisitärkist - nn roheline plastik; keraamilisi materjale jpm. Vt nt Chen, A. Top

3D-printer on seade, mis muudab CAD-faililt saadud informatsiooni füüsiliseks esemeks, “sulatades” spetsiaalsele alusele tahkuvast lähtematerjalist õhukesti kihte üksteise peale, ning viimistledes eseme väliskülgi kuni selle täieliku kuju saavutamiseni.<sup>6</sup>

Sellisel tehnoloogial on traditsioonilise tootmisviisi ees hulk eeliseid. Esmalt võib välja tuua kokkuhoidliku materjalikasutuse. Kui klassikalises tootmisprotsessis lõigatakse kõik detailid välja suurtest algmaterjali lehtedest või -plokkidest, mis põhjustab materjalikadu isegi kuni 90%, siis eseme loomisel 3D-printimise käigus „sulatakse“ kihtidena kokku täpne algaine kogus, mistõttu on materjalikadu pea olematu.<sup>7</sup> Teiseks on 3D-prinditava eseme disaini tunduvalt lihtsam vastavalt tellija soovile kohandada ja isikupärastada – piisab, kui disainer viib vajalikud muudatused sisse CAD-faili programmi, selle asemel et hakata konsulteerima tootearendusinseneridega, milline vajadus tihti eksisteeriks traditsioonilise tootmisviisi puhul. Arvutipõhine CAD-programm koos kõigi lisavõimalustega võimaldab ettevõtjale seega nii kokkuhoidu töjõukulude pealt kui ka vabadust ja paindlikkust kliendi erisoovide arvestamisel. Autori arvates võib suurimaks eeliseks pidada aga hoopis tõsiasja, et 3D-printimise protsessi on võimalik jaotada globaalselt eri kohtades teostatavateks etappideks, millest igaühete on võimalik läbi viia suvalises kohas. On võimalik, et 3D-prinditud eset sooviv Eesti tarbija sõlmib 3D-eseme ostu-müügilepingu Hiinas asuva müüjaga, kes kasutab koostööpartnerina Lätis tegutsevat 3D-printimise teenuse pakkujat. Viimane, saanud Hiina kaupmehelt kätte CAD-faili koos täpsete juhistega, prindib eseme välja ja edastab selle kiirkulleriga tarbijale. Seesugune paindlikkus ja efektiivsus on kõigile osapooltele mugav ning võimaldab olulist aja ja raha kokkuhoidu seoses CAD-faili või prinditud eseme rahvusvahelise transportimise vajaduse puudumisega.

Digitaalrevolutsioon mõjutab sügavalt ühiskonda, sest meie sõltuvus IT-toodetest ja -teenustest kasvab iga päevaga. Tuleb nõustuda Euroopa Parlamendi kodanikuvabaduste, justiits- ja siseasjade komisjoni hinnanguga, et tarbijate õiguste kaitse tagamine

---

10 Materials Used For Industrial 3D Printing. – C-Mac Industries Cooperative Ltd veebileht. Avaldatud 12.06.2018. Kättesaadav internetis: <https://www.cmac.com.au/blog/top-10-materials-used-industrial-3d-printing> (24.04.2019)

<sup>6</sup> Berkowitz, N. D. Strict Liability for Individuals? The impact of 3-D printing on Products Liability Law (2014). – 92 Washington University Law Review 1019, lk 1023-1027. Kättesaadav internetis: [https://openscholarship.wustl.edu/law\\_lawreview/vol92/iss4/8/](https://openscholarship.wustl.edu/law_lawreview/vol92/iss4/8/) (24.04.2019)

<sup>7</sup> The Economist Group Limited (av.). The Printed world. – The Economist. 10.02.2011, lk 77-79. Kättesaadav internetis: <https://www.economist.com/briefing/2011/02/10/the-printed-world> (21.03.2019)

digitaalmaailmas muutub päev-päevalt üha tähtsamaks.<sup>8</sup> Seda silmas pidades võttis Komisjon 2015. aasta maikuus vastu digitaalse ühtse turu strateegia, mille eesmärk on tagada, et Euroopa majandus, tööstus ja ühiskond kasutaksid uut digitaalajastut maksimaalselt ära.<sup>9</sup> Algatuse tulemusena võttis Nõukogu 15. aprillil 2019. a vastu paketi, mis koosneb digitaalse sisu direktiivi<sup>10</sup> ning kaupade müügi direktiivi<sup>11</sup> ettepanekutest.

Direktiivid on kavandatud paketina, mille eesmärk on kaotada peamised lepinguõiguslikud takistused, mis takistavad piiriülest kaubandust, selleks et kõrvaldada probleemid, mida õigusraamistiku keerukus põhjustab nii ettevõtjatele kui ka tarbijatele.<sup>12</sup> Üheks olulisemaks seesuguseks takistuseks peab Komisjon digitaalse sisu kohta selgete lepinguliste õiguste puudumist,<sup>13</sup> leides, et EL õiguses puuduvad valdkonnaspetsiifilised tarbijakaitse normid, mis reguleeriksid digitaalse sisu – heli- ja videofailide, e-raamatute, pilveteenuste, aga ka CAD-failide – üleandmise tingimusi. Teiseks tõkkeks peab Komisjon õiguslikku killustatust ning ettevõtjate ja tarbijaskonna vahelist ebakindlust.<sup>14</sup> Selle põhjuseks on asjaolu, et hetkel veel kehtiv tarbekaupade müügi direktiiv<sup>15</sup> näeb ette vaid minimaalse ühtlustamise taseme,

---

<sup>8</sup> Lauristin, M. (koost). Kodanikuvabaduste, justiits- ja siseasjade komisjoni aramus.– I raport ettepaneku kohta võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta (COM(2015)0634 – C8-0394/2015 – 2015/0287(COD)). Euroopa Parlamendi 27.11.2017 istungidokument A8-0375/2017, lk 90. Kättesaadav internetis:

[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014\\_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2018/06-20/P8\\_A20170375\\_ET.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2018/06-20/P8_A20170375_ET.pdf) (23.04.2019)

<sup>9</sup> Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa majandus- ja sotsiaalkomiteele ning regioonide komiteele. ELi uue digitaalse ühtse turu strateegia. COM(2015) 192 final. Brüssel, 06.05.2011. Kättesaadav internetis: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0192&from=ET> (20.02.2019)

<sup>10</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (ettepanek) 2015/0287(COD) digitaalse sisu üleandmise ja digiteenuste osutamise lepingute teatavate aspektide kohta. Direktiivi ettepanek on nõukogu poolt vastu võetud, kuid Parlamendis veel lugemisel. Menetluse kulgemist on võimalik jälgida internetis:

[https://eur-lex.europa.eu/procedure/ET/2015\\_287](https://eur-lex.europa.eu/procedure/ET/2015_287) (23.04.2019). Selguse ja lihtsustamise huvides kasutab autor töös läbivalt väljendit “digitaalse sisu direktiiv”. Magistritöö on kirjutatud direktiivi 15.04.2019.a versiooni alusel, mis on kättesaadav internetis: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/PE-26-2019-INIT/et/pdf> (29.04.2019)

<sup>11</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (ettepanek) 2015/0288(COD) kaupade müügilepingute teatavate aspektide kohta, millega muudetakse määrust (EL) 2017/2394 ja direktiivi 2009/22/EÜ ning tunnistatakse kehtetuks direktiiv 1999/44/EÜ. Direktiivi ettepanek on nõukogu poolt vastu võetud, kuid Parlamendis veel lugemisel. Menetluse kulgemist on võimalik jälgida internetis: [https://eur-lex.europa.eu/procedure/EN/2015\\_288](https://eur-lex.europa.eu/procedure/EN/2015_288) (23.04.2019). Selguse ja lihtsustamise huvides kasutab autor töös läbivalt väljendit “kaupade müügi direktiiv”. Vt ka

[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2015/0287\(COD\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2015/0287(COD)) (27.04.2019). Magistritöö on kirjutatud 15.04.2019.a direktiivi versiooni alusel, mis on kättesaadav internetis: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/PE-27-2019-INIT/et/pdf> (29.04.2019)

<sup>12</sup> Kaupade müügi direktiivi ettepaneku seletuskiri, lk 4

<sup>13</sup> Kaupade müügi direktiivi ettepaneku seletuskiri, lk 3

<sup>14</sup> *Ibid*

<sup>15</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 1999/44/EÜ, 25. mai 1999, tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide teatavate aspektide kohta. – EÜT L 171, 7.7.1999, lk 12-16

mistõttu liikmesriikides reguleerivad tarbijamüügi lepingute teatavaid aspekte erinevad õigusnormid, seda seetõttu, et liikmesriigid on kehtestanud kohustuslikud normid, mis lähevad kaugemale tarbekaupade direktiivis sätestatud miinimumnõuetest.<sup>16</sup> Normide ühtlustamisega loodetakse luua võimalikult ühtlustatud sidus õigusraamistik, mis toetab siseturu toimimist ja tõstetakse veelgi tarbijakaitse üldist taset.<sup>17</sup>

Direktiivide ettepanekute sisu on korduvalt muudetud ning Parlamendile esitatud eelnõu pole veel Parlamendilt lõplikku heakskiitu saanud. Sestap ei ole ilmselt üllatav, et eestikeelses õiguskirjanduses ei ole seni väga põhjalikke analüüse nende kohta tehtud. Digitaalsisu lepingu kujunemist on analüüsinud küll K. Leppik oma magistritöös<sup>18</sup> ning digitaalse sisu direktiivi ettepanekut on võrdlevalt käsitletud ka K. E. Esko,<sup>19</sup> ent direktiivide kui tervikpaketi kohaldamist 3D-printitud esemete müügile ja 3D-printimise teenuse osutamisele ei ole autorile teadaolevalt veel uuritud ei Eestis ega mujal. Tõsi, C. Twigg-Flesner on lühidalt sarnast temaatikat analüüsinud nõ direktiivide paketi eelses EL tarbijaõiguses.<sup>20</sup>

Eeltoodust tuleneb ka käesoleva uurimuse väärtus. Autor analüüsib oma töös läbivalt äsja vastu võetud digitaalse sisu direktiivi ja kaupade müügi direktiivi kohaldamist 3D-printitud eseme müügi lepingutele ning 3D-printimise teenuse osutamisele. Põhirõhk seejuures koondub tarbija võimalike õiguskaitsevahendite analüüsile, kuid eelnevalt käsitletakse lühidalt ka vastavusnõudeid, millistele peab müüdud ese või osutatud teenus vastama ning milliste mittetäitmine on õiguskaitsevahendite kasutamise eeltingimus. Püstitatud küsimustele vastamise käigus analüüsitakse läbivalt vajadust muuta Eestis kehtivat tarbijalemüügi õigust. Et uued direktiivid toovad kaasa põhimõttelisi muutuseid ka põhiteemaga külgnevates küsimustes, adresseeritakse läbivalt, kuid lühidalt neidki. Töös ei uurita kahju hüvitamise nõuet, varjatud puudustega seotud erisusi ning lepingu sõlmimise, kehtivuse, tühisuse ja lõpetamise tagajärgedega seonduvat. Nimetatud küsimuste reguleerimine on kaupade müügi

---

<sup>16</sup> Kaupade müügi direktiivi ettepaneku seletuskiri, lk 6

<sup>17</sup> *Ibid*

<sup>18</sup> Leppik, K. Digitaalsisu üleandmise lepingu sisu kujunemine ja tarbija võimalused tugineda digitaalsisu mittevastavusele. – Magistritöö. Tartu Ülikool. Tartu: 2017. Kättesaadav internetis: [http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/56537/leppik\\_kristen.pdf](http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/56537/leppik_kristen.pdf) (24.04.2019)

<sup>19</sup> Esko, K. E. Digitaalse sisu üleandmise tarbijalepingute direktiivi eelnõu võrdlus võlaõigusseaduse tarbijalemüügi- ja üürilepingu regulatsiooniga. – Magistritöö. Tartu Ülikool. Tallinn: 2017. Kättesaadav internetis:

[http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/56448/esko\\_ma\\_2017.pdf](http://dSPACE.ut.ee/bitstream/handle/10062/56448/esko_ma_2017.pdf) (24.04.2019)

<sup>20</sup> Twigg-Flesner, C. Conformity of 3D prints – can current sales law cope?. 2.11.2015 – *Avaldatud*: R. Schulze/D. Staudenmeyer. Digital Revolution – challenges for contract law (Nomos/Hart). 24.11.2015. Kättesaadav internetis: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2692665](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2692665) (24.04.2019)

direktiivi art 3 lg-te 6 ja 7 ja digitaalse sisu direktiivi art 3 lg-e 10 kohaselt jäetud liikmesriikide otsustuspädevusesse. Käesoleva magistritöö hüpoteesiks on, et direktiivide pakett teenib küll 3D-esemete müümise ja 3D-printimise teenuse osutamise reguleerimisel oma eesmärgi, kuid nõuete ülevõtmine toob kaasa vajaduse võlaõigusseadust muuta.

Töö on jaotatud kolme peatükki. Esimeses peatükis analüüsitakse tarbija ja müüja/kaupleja õiguslikku staatust ning nende omavaheliste suhete struktuuri. Samuti tehakse sissejuhatus uutesse direktiividesse, võrreldes ühtlasi omavahel kehtivat ning tulevikus kehtima hakkavat õigust. Samuti piiritletakse 3D-printitud eseme müügileping 3D-printimise teenuse lepingust ning analüüsitakse näidete varal, millise direktiivi alusel saab tarbija oma nõuded kaupleja vastu igal konkreetsel üksikjuhul esitada. Teises peatükis käsitletakse lühidalt kaupade müügi direktiivis sätestatud vastavusnõudeid; ning süsteemsemalt tarbija õiguskaitsevahendeid mittekohase tulemuse korral. Kolmas peatükk keskendub sarnaselt teisele vastavusnõuete ja õiguskaitsevahendite analüüsile, kuid käsitletavaks direktiiviks on digitaalse sisu direktiiv. Töö lõpeb kokkuvõttega, kus taasesitatakse järeelmid, milleni autor uurimuse käigus jõudis ning kontrollitakse esitatud hüpoteesi paikapidavust.

Magistritöö analüütilise poole kirjutamisel on autor allikatena kasutanud eeskätt EU juhtivate õiguspraktikute ja -teadlaste artikleid, Komisjoni ja Parlamendi töögruppide raporteid, hinnanguid, seletuskirju jm dokumente, Tartu Ülikooli õigusteaduskonna magistritöid, seadustekste ja nende kommentaare ning loomulikult kehtivat õiguspraktikat ringkonnakohtute, Riigikohtu ja Euroopa Kohtu lahendites. Seesugune allikate valik võimaldab autoril magistritöö teemat käsitleda võimalikult laiahaardeliselt ja igakülgselt.

Oma töös kasutab autor läbivalt mitmeid uurimismeetodeid: esiteks kasutab autor võrdlemist kehtivas ja tulevikus kehtima hakkavas tarbijakaitse *acquis*'s, võrreldes uute direktiivide ettepanekuid kehtiva tarbekaupade müügi direktiivi ja VÕSi tekstiga. Teise uurimismeetodina kasutab autor analüütilis-süsteematilist meetodit, sest analüüsib olemasolevat õiguspraktikat süsteematiliselt, jõudes samm-sammult lähemale hüpoteesi lahendamisele.



# 1. Lepinguliste suhete struktuur 3D printimisteenuse pakkumisel

## 1.1. 3D-printimisteenusega seotud lepingu pooled

### 1.1.1. Tarbija mõiste

Kaupade müügi direktiivi art 2 p-i 2 ning digitaalse sisu direktiivi art 2 lg-e 6 kohaselt on tarbija füüsiline isik, kes seoses direktiiviga hõlmatud lepingutega tegutseb eesmärgil, mis ei ole seotud tema kaubandus-, majandus-, ameti- või kutsetegevusega. Et nii kaupade müügi direktiiv kui ka digitaalse sisu direktiiv on osa EL tarbijakaitse *acquis*'st ning kohalduvad üksnes juhul, kui üheks lepingupooleks on tarbija,<sup>21</sup> ei saa mööda minna tarbija mõiste käsitlusest.

Tarbijateringi tuvastamine igal konkreetsel juhul on õiguses oluline, et määrata kindlaks õigustatud isikud, kellel on õigus tarbija staatusest tulenevale tugevamale õiguskaitsele.<sup>22</sup> Sealjuures ei pruugi selline ülesanne alati lihtne olla, sest tarbijat defineeritakse iga valdkonna direktiivis eraldiseisvalt ning üldist Euroopa Liidu ülest tarbija definitsiooni pole.<sup>23</sup> Kokkuvõtlikult võib siiski öelda, et tarbijana mõistetakse igal juhul (i) füüsilist isikut<sup>24</sup>, (ii) kes sõlmib lepingu väljaspool enda kutse- ja majandustegevust.<sup>25</sup> Niisiis on tegu välistava definitsiooniga – tarbijaks ei saa olla juriidiline isik ega üldreeglina ka füüsiline isik, kes sõlmib lepingu enda kutse- või majandustegevuse raames.<sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> Kaupade müügi direktiivi art 1 ja digitaalse sisu direktiivi art 1

<sup>22</sup> Kingisepp, M., Värvi, A. The Notion of Consumer in EU Consumer Acquis and the Consumer Rights Directive—a Significant Change of Paradigm? — *Juridica International* 2011/XVIII, pp 44-53

<sup>23</sup> Euroopa Parlamendi 2015. a analüüs. Consumer Protection in the EU. Policy Overview. September 2015 — PE. 565.904, lk 4. – Kättesaadav internetis:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS\\_IDA\(2015\)565904\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA(2015)565904_EN.pdf) (27.04.2019)

<sup>24</sup> Ka Eestis on tunnustatud, et tarbijakaitset saab kohaldada üksnes ja ainult füüsiliste isikute suhtes. Vt nt: RKTko 3-2-1-126-09, p 12; 3-2-1-111-10, p 11; 3-2-1-118-05, p 34.

<sup>25</sup> Vt nt tarbija mõistet ebaõiglaste tingimuste direktiivi art 2 p b, tarbekaupade müügi direktiivi art 1 lg 2 p b, e-kaubanduse direktiivi art 2 p e.

<sup>26</sup> Vt siiski majandus- või kutsetegevuses sõlmitud lepingute piiritlemise kohta magistritöö jrgm lk

Ka Eestis kehtiva VÕS § 1 lg 5 järgi loetakse tarbijaks füüsiline isik, kelle jaoks müügilepingu sõlmimine ei seonu iseseisva majandus- või kutsetegevusega. Tarbija määratlus sisaldub ka TKS § 3 p-s 1, mis määratleb tarbijat kui füüsilist isikut, kes tarbib kaupu ja teenuseid isiklikeks vajadusteks väljaspool oma majandus- ja kutsetegevust. Et uute direktiivide ja Eestis kehtiva õiguse tarbija mõisted on sisult samaväärsed, on autor veendumusel, et seoses direktiivide ülevõtmisega tarbija mõistet VÕS-is ega TKS-is muuta ei tule.

Kuigi esmapilgul võib tunduda, et tarbija staatuse tuvastamise küsimus probleeme ei tohiks tekitada, siis praktikas on nii siseriiklikel kohtutel kui ka Euroopa Kohtul tulnud korduvalt tarbija mõistet tõlgendada. Seda põhjusel, et tarbija mõiste ei ole universaalne ning igal konkreetsel juhul tuleb kindlaks teha, kas isik konkreetses võlasuhtes vastab tarbija tunnustele või mitte.<sup>27</sup> Nii näiteks tekitab probleeme küsimus, millistel tingimustel võib lõplikult välistada, et isik ei ole sõlminud lepingut oma majandus- või kutsetegevuse raames. Üldreegel on, et juhul, kui leping on sõlmitud eesmärkidel, mis on osaliselt seotud isiku kaubandustegevusega ja osaliselt mitte (kahesuguse eesmärgiga lepingud) ning kaubanduslik eesmärk on piiratud ega ole tarne kontekstis domineeriv, tuleks see isik arvata tarbijaks.<sup>28</sup> Kahtluse korral tuleb hindamise aluseks võtta tehingu või lepingu eesmärk.<sup>29</sup>

Sellega seonduvalt on EK näiteks sedastanud, et füüsilist isikut, kes tegutseb advokaadi kutsealal ja sõlmib pangaga laenulepingu ilma laenu otstarvet laenulepingus täpsustamata, tuleb käsitada selle sätte mõttes „tarbijana”, kui see leping ei ole seotud kõnealuse advokaadi majandus- või kutsetegevusega. Sellega seoses ei oma tähtsust ka asjaolu, et laenulepingu alusel antud laen on tagatud hüpoteegiga, mille nimetatud isik seadis lepinguga oma advokaadibüroo esindajana ja seati niisugusele selle isiku majandus- või kutsetegevuses kasutamiseks määratud varale, nagu on selle büroo omandis olev kinnisasi.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Varul, P. jt (koost). Võlaõigusseadus II komm. vlj. Tallinn: Juura 2007, § 208 komm 3.5.2.

<sup>28</sup> Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseseaduse muutmise seaduse seletuskiri. Kättesaadav internetis: <https://www.riigikogu.ee/tegevus/eelnoud/eelnou/92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db> (17.04.2019)

<sup>29</sup> Vt ka RKTko 3-2-1-1-07, p 22

<sup>30</sup> C-110/14 Horațiu Ovidiu Costea *versus* SC Volksbank România SA, p 30

Tallinna Ringkonnakohus on sarnaselt leidnud, et hinnangu andmisel, kas käenduse andnud füüsilise isiku näol on tegemist tarbijaga või mitte, on määravaks asjaolu, kas füüsilisest isikust käendaja peab kandma ise sõlmitud lepingust tulenevaid riske. Kui sõlmitud lepingu kohaselt lasub käendusega võetud kohustuste täitmise koorem isiklikult füüsilisel isikul, mitte ühingul, mille juhatusse ta kuulub, siis tuleb tema poolt antud käendust pidada tarbijakäenduseks.<sup>31</sup>

Arusaam, et kahtluse korral tuleb hinnata lepingu ja tehingu eesmärki, sisaldub ka kaupade müügi direktiivi art 2 lg-s 2: kahtluse korral tuleb aluseks võtta tehingu eesmärk, mitte aga nt asjaolu, et faktiliselt sooritas tarbija ostu eraisikuna või hoopis ettevõtte esindajana. Seega uus kaupade müügi direktiiv tarbija mõiste määratlemises uudseid kriteeriumeid ei paku.

3D-prinditud eseme müügi näitel tuleks selline olukord kõne alla näiteks juhul, kui tarbija ostaks 3D-prinditud varuosad isiklikule autole, mida kasutaks aeg-ajalt ka ärihuvides. Sellisel juhul tuleks 3D-prinditud eseme lepingutingimustele kohaldada kaupade direktiivi sätteid ning pidada ostjat direktiivi art 2 lg 2 alusel tarbijaks. Vaidluse korral peab müügilepingule tarbijalemüügi sätete kohaldatavuse eelduste olemasolu tõendama ostja.<sup>32</sup>

Digitaalse sisu direktiivi põhjenduste p 17 ja kaupade direktiivi põhjenduste p 22 kohaselt jääb liikmesriikidele endiselt õigus otsustada kahesuguse eesmärgiga lepingute puhul, mis on osaliselt seotud isiku kaubandustegevusega ning mille kaubanduslik eesmärk on nii piiratud, et see ei ole lepingu üldises kontekstis ülekaalus, kas ja millistel tingimustel tuleks kõnealust isikut lugeda ka tarbijaks. Ülalanalüüsitud tarbija staatuse tuvastamise problemaatikasse uued direktiivid seega paraku mingit täiendavat selgust ei too. Autori hinnangul jäävad liikmesriigid ka pärast direktiivide ülevõtmist jätkuvalt silmitsi seisma EL probleemiga, mis tuleneb asjaolust, et tarbija definitsioon on liiga laialivalguv ja lubab väga palju erinevaid tõlgendamisi. Samas ei pruugi see aga iseenesest halb olla, sest direktiivi abstraherituse tase ei võimaldagi reguleerida igat üksikjuhtumit, millal isikut tarbijaks pidama peaks ning millisel mitte. Tõenäoliselt on mõistlik, et piirijuhtumite käsitlemisel jääb lõplik seisukoht kohtupraktika sisustada.

---

<sup>31</sup> TlnRnKo 2-06-8829, p 11

<sup>32</sup> Varul, P. jt –Viide nr 30

### 1.1.2. Müüja või teenusepakkuja mõisted

Kaupade müügi direktiiv ja digitaalse sisu direktiiv kohalduvad tarbija ja kaupleja või müüja vahelistes võlaõiguslikes suhetes.<sup>33</sup> Kaupade müügi direktiivi art 2 lg-s 3 kohaselt on müüja füüsiline või juriidiline isik, olenemata sellest, kas ta on era- või avalik-õiguslikus omandis, kes seoses kaupade müügi direktiiviga hõlmatud lepingutega tegutseb eesmärgil, mis on seotud tema kaubandus-, majandus-, ameti- või kutsetegevusega, sealhulgas kõnealuse füüsilise või juriidilise isiku nimel või ülesandel tegutseva isiku kaudu.

Et digitaalse sisu üleandmise või digiteenuse osutamise leping ei ole eelduslikult käsitletav müügilepinguna,<sup>34</sup> siis digitaalse sisu direktiivis kasutatakse müüja mõiste asemel kaupleja mõistet. Siiski on kaupleja mõiste digitaalse sisu direktiivi art 2 lg-s 5 identne kaupade müügi direktiivis sätestatud müüja mõistega, mistõttu on võimalik analüüsida kaupleja ja müüja definitsiooni ühtselt. Lihtsuse huvides kasutab autor seega käesolevas peatükis ka kaupleja mõistet laiendatult, st see hõlmab ka müüjat kaupade müügi direktiivi tähenduses. Kokkuvõtlikult võib öelda, et kõik EL tarbijaõiguse aktid käsitlevad kauplejat sarnaselt, st kõigil juhtudel võib kauplejaks kvalifitseeruda nii füüsiline kui ka juriidiline isik, kes tegutseb turul plaanipäraselt, et saavutada mingeid ärilisi eesmärke<sup>35</sup>.

Et otsustada, kas tarbijal on võimalik esitada teise isiku vastu nõue, on esmatähtis tuvastada, kas see lepingupool kvalifitseerub kauplejaks ka direktiivide endi sätete tähenduses. Sarnaselt füüsilise isiku tarbijaks olemise kriteeriumi tuvastamisele pole praktikas harvad juhused, kus teiseks lepingupooleks oleva isiku kauplejastaatuse tuvastamine raskusi valmistab. Esimene raskus tuleneb juba asjaolust, et erinevalt tarbijast, kelleks saab nii kaupade müügi direktiivi art 2 lg-e 5 kui ka digitaalse sisu direktiivi art 2 lg-e 6 kohaselt pidada üksnes füüsilist isikut, võib kauplejaks või müüjaks kvalifitseeruda nii juriidiline kui ka füüsiline isik. Seega on teoreetiliselt võimalik, et kauplejana võib ühel või teisel hetkel määratleda ükskõik millist käibes osalevat isikut. Majandus- või kutsetegevuse kriteeriumi tuvastamine on aga oluline, sest juhul, kui tarbijaga lepingu sõlminud isik ei tegutse majandus- ja kutsetegevuses, siis ta

---

<sup>33</sup> Kaupade müügi art 1: tarbija ja müüja vahelistes suhetes; digitaalse sisu direktiivi art 1: tarbija ja kaupleja vahelistes suhetes

<sup>34</sup> Vt selle kohta käesoleva magistritöö ptk 1.2.2.

<sup>35</sup> Vt nt tarbekaupade müügi direktiivi art 1 lg 2 p-s c, tarbija õiguste direktiivi art 2 lg-s 2 ning ebaõiglaste tingimuste direktiivi art 2 p-s c sätestatud müüja või kaupleja definitsioonid.

tarbijaõiguse normide kohaselt kauplejaks kvalifitseeruda ei pruugi ning sellisel juhul on tegemist C2C lepinguga, millele tarbijalemüügi õiguse kaitse ei laiene.

Sarnaselt tarbija staatuse tuvastamisele tuleb ka majandus- ja kutsetegevuses tegutsemise tuvastamisele läheneda juhtumipõhiselt ning vajadusel tugineda kohtupraktikale. Näiteks on Riigikohus seoses laenulepingu vaidlusega juhendanud:

Selleks, et teha kindlaks, kas füüsiline isik tegutseb laenu andes oma majandus- või kutsetegevuses, tuleb kogumis hinnata selliseid kriteeriume nagu laenu andmise püsivus ja maht ning laenu tasulisus. Samuti tuleb hinnata laenulepingute põhitingimusi, laenuandja ja laenusaaaja vahelisi suhteid ning lepingute sõlmimise asjaolusid.<sup>36</sup> Majandus- ja kutsetegevusele võib viidata näiteks see, kui laenu on antud pikema perioodi jooksul mitmetele isikutele, samuti see, kui füüsiline isik, kes laenu annab, on teatud piirkonnas teadaolev isik, kellelt on vajadusel võimalik (tasu eest) laenu saada. Tegevuse püsivus on seejuures nii ajaline kui ka mahuline kriteerium. Majandustegevuse tunnusteks on tegutsemise kestvus ja laenuandja kavatsus kasumit teenida. /.../ Küll aga ei saa majandus- või kutsetegevuses laenu andmiseks lugeda näiteks laenu andmist üksnes isiklike suhete tõttu ja minimaalse intressi eest, mis sisuliselt välistab tulu saamise. Asjaolu, et füüsilisest isikust laenuandja samal ajal tegeleb veel ka mingi muu majandustegevusega või töötab töölepingu alusel, ei välista seda, et laenuandmine toimub majandustegevusena, kui täidetud on eelnimetatud tunnused.<sup>37</sup>

Omaette küsimus on, kas müüjaks on võimalik kvalifitseerida ka näiteks platvormi teenuse pakkujat, kes vahendab C2C-tehinguid. Näiteks on võimalik, et tarbija ostab teiselt eraisikult eBay kaudu 3D-prinditud eseme, kuid kohustuse mittekohase täitmise korral soovib tarbija esitada nõude vahendaja vastu. Nimetatud küsimuse analüüsimisel on Euroopa Kohus leidnud, et müüja mõiste hõlmab ka kauplejat, kes tegutseb eraisiku arvel vahendajana ning kes ei ole teavitanud ostjast tarbijat nõuetekohaselt asjaolust, et müüdava kauba omanik on eraisik. /.../ Eeltoodud tõlgendus ei olene sellest, kas vahendaja sai enda tegevuse eest tasu või mitte.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> RKTko 3-2-1-66-14, p 16

<sup>37</sup> *Ibid*

<sup>38</sup> C-149/15, Sabrina Wathelet versus Garage Bietheres & Fils SPRL

Kaupade müügi ja digitaalse sisu direktiivid kaupleja majandus- ja kutsetegevuse kriteeriumi määratlemise probleematikat ei adresseeri, vaid piirduvad üksnes kaupleja üldsõnalise definitsiooniga. Seega jääb kaupleja mõiste tõlgendamine mõlemal juhul sarnaselt tarbija mõiste tõlgendamisele õiguspraktika ülesandeks.

Autor julgeb ennustada, et pärast digitaalse sisu direktiivi vastuvõtmist puutuvad liikmesriikide kohtud järjest enam kokku küsimusega, kuidas määratleda, kust jookseb piir harrastaja ja ärilistel eesmärkidel tegutseva digitaalse sisu looja vahel. Näiteks on võimalik, et tootedisaini õppiv esmakursuslane loob CAD-faili ning teeb selle müügiplatvormi kaudu tarbijale vähese tasu eest kättesaadavaks. Seejuures ei tee ta seda vähemalt enda arvates ärilisel eesmärgil, vaid oma lõbuks, millist asjaolu kinnitab ka see, et CAD-faili tegelik rahasse ümber arvatud väärtus on kordades suurem kui marginaalne tasu, mille esmakursuslane tarbija käest faili soetamise korral saada võib. Tarbija tasub faili eest, laeb selle alla ning prindib failis sisalduva disaini välja, ent välja prinditud 3D ese on oluliste puudustega. Eeldusel, et tarbija nõue platvormiteenuse pakkuja vastu on välistatud, tõusetub küsimus, kas nimetatud olukorras on tarbijal õigus esitada mittekohasest tulemusest tulenev nõue õppurist esmakursuslase vastu. Käesolev direktiiv nimetatud küsimusele vastamiseks juhtnõore ei anna, kuid ometi on selge, et füüsiliste isikute poolt loodava digitaalse sisu maht kasvab iga päev. Seega tuleb kohtutel hakata tulevikus analüüsida, kus jookseb piir asjaarmastaja ning majanduse- või kutsetegevuses tegutseva isiku vahel.

## **1.2. 3D printimisteenusega seotud lepingute objekt**

### **1.2.1. 3D printimisteenuse müügileping**

Vastavalt kaupade müügi direktiivi art 3 lg-le 1 kehtestatakse direktiiviga ühtsed normid teatavate nõuete kohta, mida kohaldatakse müüjate ja tarbijate vahel sõlmitud müügilepingutele. Nähtub, et direktiiv ei reguleeri mitte kõiki müügilepinguid, vaid üksnes müügilepingu spetsiifilist alaliiki – tarbijalemüüki. Õigustatud on küsida, mille poolest erineb uus kaupade müügi direktiiv kehtivast tarbekaupade müügi direktiivist. Siinkohal on oluline tuua välja järgmised peamised erinevused: kui kehtiv tarbekaupade müügi direktiiv hõlmab

kaubana üksnes nõ tavalised vallasasjad, siis vastavalt kaupade müügi direktiivi art 2 lg-le 5 laieneb direktiivi kaitse ka digielementidega kaubale. Teiseks põhimõtteliseks muudatuseks on asjaolu, et kaupade müügi direktiiv reguleerib nii tava- kui ka kaugmüügi lepinguid.

Kolmandaks, kui tarbekaupade müügi direktiiv on minimaalse harmoniseerimise tasemega,<sup>39</sup> nähes ette miinimumnormid, millest saavad liikmesriigid olulisel määral tarbija kasuks kõrvale kalduda, siis kaupade müügi direktiiv on võimalikult ühtlustatud normidega, mis aga arvestab seda, et osades liikmesriikides on siiski kõrgemad tarbijakaitsenõuded juba ammu kehtestatud. Neljas oluline muutus tarbekaupade direktiiviga võrreldes seisneb asjaolus, et kaupade direktiiv eristab subjektiivseid ja objektiivseid vastavusnõudeid, mille alusel kontrollida, kas müüja kohustuse täitmine vastab lepingutingimustele.

Viies, ent autori hinnangul sugugi mitte vähem oluline muudatus seisneb selles, et tõendamiskohustuse ümberpööramise tähtaeg on pikenenud kuue kuu pealt aastale. Nimelt kui kehtiva tarbekaupade müügi direktiivi art 5 lg 2 ning VÕS § 220 kohaselt tarbijalemüügi korral eeldatakse, et lepingutingimusele mittevastavus oli olemas asja üleandmise hetkel, kui see ilmneb kuue kuu jooksul alates asja üleandmisest, siis kaupade müügi direktiivi art 11 kohaselt eeldatakse nõuetele mittevastavuse olemasolu üleandmise hetkel, kui mittevastavus ilmneb ühe aasta jooksul. Muudatusi esineb ka müügigarantiide, kauba ebaõige paigaldamise puudusest teavitamise tähtaja jpm seotud aspektidega, kuid nende analüüsimine pole käesoleva magistritöö eesmärgiks.

### **1.2.2. Tarbijalemüügilepingu ja kauba mõisted**

Kehtiva arusaama kohaselt on tarbijalemüügilepingul kolm tunnust: müügilepingu objektiks on vallasasi, ostjaks on tarbija ning müüjaks oma majandus- või kutsetegevuse raames tegutsev isik.<sup>40</sup> Seega on tarbijalemüügi eripäraks spetsiifiline objekt ja spetsiifilised pooled.<sup>41</sup>

Analüüsi vajab küsimus, kas kehtivas Eesti õiguses tuleks direktiivi ülevõtmise korral muuta kauba definitsiooni. Kaupade müügi direktiivi art 2 lg 5 p-dest a ja b tulenevalt on kaup

---

<sup>39</sup> Tarbekaupade müügi direktiivi art 8 lg 2

<sup>40</sup> Kalamees, P. jt (koost). *Lepinguõigus*. Tallinn: Juura 2017. Lk 26

<sup>41</sup> *Ibid*

eelkõige igasugune ilma digisisuta kehaline valla[s]asi või kehaline vallasasi, mis sisaldab digitaalset sisu või digiteenust või millega on ühendatud digitaalne sisu või digiteenus sellisel viisil, et digitaalse sisu või digiteenuse puudumise korral ei täidaks kaup oma otstarvet (“digielementidega kaup”). Kehtiva KaubTS § 2 p 6 kohaselt saab kaubaks olla üksnes vallasasi. Seevastu TKS § 2 lg 1 p 3 alusel saab kaubaks pidada kas asja või õigust. TsÜSi § 49 lg 1 kohaselt on asi kehaline ese, sealjuures eristatakse asja tunnustena kolme kriteeriumi: meeltega tajutavus, ruumiline piiritletus ning võimalus teostada faktilist võimu, s.o vallata.<sup>42</sup> Õiguse mõiste sisustamise kohta analoogset defineerivat sätet TsÜSis ei ole, kuid TsÜS § 48 kohaselt võib õigust subjektiivses tähenduses mõista kui hüve, mida saab omada ja omandada, st õigust, mis saab olla käibe objektiks ehk käsutatav.<sup>43</sup> Kuivõrd digielemendiga kaup koosneb samal ajal nii asjast<sup>44</sup> – nt nutitelefon kui kehaline ese – kui ka õigustest – eelinstalleeritud rakendused, siis selline liitese ei pruugi TKS § 2 lg 1 p 3 tähenduses kaubaks kvalifitseeruda. Räägib ju TKS § 2 lg 1 p 3 kaubast kui asjast *või* õigusest, kuid digielemendiga kaup müügidirektiivi tähenduses koosneb samal ajal asjast *ja* õigustest. Seega tuleks autori hinnangul tulevikus mõelda TKS § 2 lg 1 p 3 ning KaubTS § 2 p 5 sõnastuste muutmise peale, et need võimaldaks tulevikus käsitleda kaubana kõiki kaupu kaupade müügi direktiivi tähenduses.

Vastavalt kaupade müügi direktiivi art 3 lg-le 4 ei kohaldata kaupade müügi direktiivi füüsilise andmekandja suhtes, mida kasutatakse üksnes digitaalse sisu kandjana. Näiteks olukorras, kus tarbija huviks on teiselt lepingupoolelt makstud raha eest vastutasuks saada CAD-fail kui digisisu mä lupulgal, ei saa tarbija müüja poolse vastavusnõuete rikkumise korral tugineda müügidirektiivi kaitsele, sest tarbija huviks oli soetada CAD-fail, mitte aga mä lupulk. Nimetatud olukorras reguleerib tarbija õiguseid digitaalse sisu direktiiv. Kaupade müügi direktiivi art lg 2 kohaselt ei kohaldata kaupade müügi direktiivi ka kauba suhtes, mida müüakse sundkorras või muul õigusaktist tuleneval viisil. Seega olukorras, kus riik tegutseb ettevõtjana ning müüb pankrotimenetluse käigus pankrotivara, ei saa tarbija selliselt ostetud 3D-prinditud asja mittevastavuse korral direktiivi kaitsele tugineda. Ka on jäetud

---

<sup>42</sup> Varul, P. jt Tsiviilseadustiku üldosa seadus. Komm. vlj. Tallinn: Juura 2010. Lk 191

<sup>43</sup> *Ibid*

<sup>44</sup> Kaupade müügi direktiivi põhjenduste p 5: /.../ kaupade jaoks, mis sisaldavad digitaalset sisu või digiteenuseid või on nendega ühendatud. Vt ka põhjenduste p 14: /.../”kaubad” tuleks mõista selliselt, et see hõlmab ka digielementidega kaupu ning seetõttu viitab ka kaupadele, mis sisaldavad digitaalset sisu või digiteenust või millega on ühendatud digisisu või digiteenus sellisel viisil, et selle digisisu või digiteenuse puudumise korral ei täidaks kaup oma otstarvet.



liikmesriikidele art 5 alusel võimalus jätta direktiivi kohaldamisalast välja müügilepingud, mille esemeks on avalikul enampakkumisel müüdavad kasutatud kaubad ja elusloomad. Asjakohane on ka välja tuua, et art 1 lg 3 kohaselt võivad liikmesriigid jätta direktiivi kohaldamisalast välja müügilepingud, mille ese on kasutatud kaup, mida müüakse avalikul enampakkumisel, kus tarbijad saavad isiklikult osaleda.

### **1.2.3. Digitaalse sisu üleandmise leping. Lepingutüübi kvalifitseerimine Eesti õiguse järgi**

Erinevalt kaupade müügi direktiivi ja tarbekaupade müügi direktiivi reguleerimisesemest ja -alast, mis suuresti kattuvad, on digitaalse sisu direktiivi näol tegemist täiesti uue reguleerimisvaldkonnaga, mis G. Spindleri hinnangul võib liikmesriikide senist lepingutetüpoloogia käsitlust korralikult raputada.<sup>45</sup> Kahest direktiivide paketi ettepanekust olulisemaks võibki pidada just digitaalse sisu direktiivi — tunnistades igati kaupade müügi direktiivi vastuvõtmisele järgnevaid positiivseid muutuseid Euroopa ühtses tarbijalemüügi õiguses, on digitaalse sisu direktiiv märksa olulisem oma kaugeleulatuva rakendatavuse ja uuendusliku regulatiivse lähenemisviisi tõttu.<sup>46</sup> Sellise hinnanguga on lihtne nõustuda. digitaalne sisu on palju enam kui pelgalt kaup või teenus — see on sageli ka kultuurilise väljenduse vorm ja oluline osa isiklikust arengust, eneseväljendusest, sotsiaalsest ja poliitilise osalusest, kultuurilisest integratsioonist ja põhiõiguste - nt sõnavabaduse - teostamisest<sup>47</sup>.

Digitaalse sisu direktiivi art 3 lg-e 1 kohaselt kohaldatakse seda direktiivi lepingute suhtes, mille alusel kaupleja annab digitaalse sisu tarbijale üle või osutab tarbijale digiteenust või kohustub seda tegema, ning tarbija tasub selle eest hinna või kohustub seda tegema. Sarnaselt kaupade müügi direktiivile reguleeritakse digitaalse sisu direktiiviga seega tasulisi võlaõiguslikke suhteid tarbija ja majandus- või kutsetegevuses tegutseva isiku vahel, ent

---

<sup>45</sup> Spindler, G. (2016). Contracts For the Supply of Digital Content – Scope of application and basic approach – Proposal of the Commission for a Directive on contracts for the supply of digital content. *European Review of Contract Law*, 12(3), pp. 183-217. Kättesaadav võrgus:

<https://www.degruyter.com/view/j/ercl.2016.12.issue-3/ercl-2016-0012/ercl-2016-0012.xml> (28.04.2019)

<sup>46</sup> *Ibid*

<sup>47</sup> Loos, Marco & Mak, Chantal & Guibault, Lucie & Pessers, Lodewijk & Helberger, Natali. (2013). Digital Content Contracts for Consumers. *Journal of Consumer Policy*, lk 40. Kättesaadav internetis:

[https://www.researchgate.net/publication/256021310\\_Digital\\_Content\\_Contracts\\_for\\_Consumers#pf14](https://www.researchgate.net/publication/256021310_Digital_Content_Contracts_for_Consumers#pf14) (28.04.2019)

reguleeritavate lepingute objektideks ei ole mitte materiaalsed esemed, vaid hüve, mis eksisteerib üksnes digitaalsel kujul. Näiteks on võimalik osta 3D-prinditud ese valmiskujul otse müüjalt, millisel juhul reguleerib müüja ja ostja vahelisi suhteid eelduslikult kaupade müügi direktiiv; ent tarbijal on võimalik otsustada ka pelgalt CAD-faili soetamise<sup>48</sup> kasuks ning printida toode kodus ise välja. Et sellisel juhul pole enam tegemist kauplejalt materiaalse valmiseseme, vaid digitaalse sisu soetamisega, kohaldub tarbija ja kaupleja vahel sõlmitud lepingule digitaalse sisu direktiiv.

Digitaalse sisu direktiivi põhjenduste p 12 alusel jäetakse liikmesriikidele alles õigus reguleerida, kas digitaalse sisu üleandmise või digiteenuse osutamise lepingud kujutavad endast näiteks müügi-, teenuse-, rendi- või *sui generis* lepingut. Direktiivist tulenevad nõuded on aga ikka kohustuslikud (*ius cogens*), st lepingud ei või olla kahjulikumad tarbijale kui direktiivis sätestatud nõuded, kuid tarbijatele kõrgema kaitse tagamine on lubatud. Siinkohal on paslik analüüsida, millise lepingutüübi regulatsioon tarbija ja digisisu üleandja vahelistes suhetes Eesti õiguse järgi kohaldub.

Kuivõrd direktiiv käsitleb digitaalse sisu üleandmise lepinguid, võib esmapilgul ennatlikult järeldada, et digitaalse sisu üleandmisele laieneb müügilepingute regulatsioon. Seesugune järeldus on siiski väär — lähtuvalt VÕS § 208 lg-st 1 on müügilepingu tunnusteks, et võõrandatavaks esemeks on asi ning ühtlasi leiab müügi käigus aset omandi üleminek müüjalt ostjale. Digitaalse sisu üleandmise puhul see siiski nii ei ole - nimelt ei ole digitaalne sisu käsitletav asjana<sup>49</sup> ning ka omandi üleminekut digitaalse sisu üleandmise puhul ei toimu. Veelgi enam, VÕS § 208 lg 4 piiritleb tarbijalemüügi esemed üksnes vallasasjadega ja seega ei saa tarbijalemüügist rääkida, kui müügilepingu esemeks on mõni muu hüve. Ka M. Loos ja V. Mak on selgitanud, et kui müügilepingu puhul on üleandmise kohustuse sisu muuhulgas ka omandiõiguse ülemineku võimaldamine, siis digitaalse sisu puhul see reeglina võimalik ega ka poolte eeldatav tahe ei ole.<sup>50</sup> Samas VÕS § 208 lg 3 kohaselt kohaldatakse VÕSis asja müügi kohta sätestatud ka õiguse ja muu eseme müügile, kui seadusest ei tulene teisiti ja see ei

---

<sup>48</sup> Et CAD-faili tarbijale kättesaadavaks või ligipääsetavaks tegemine võib olenevalt liikmesriigist kvalifitseeruda kas müügiks, litsentsiks, teenuseks vms, kasutatakse lihtsuse huvides magistratöös mõistet “soetamine” järgmises tähenduses: enesele kättesaadavaks või ligipääsetavaks tegemise võimaldamine

<sup>49</sup> Kuigi P. Varul jt (koost). Tsiviilseadustiku üldosa seadus. Komm vlj. Tallinn: Juura 2010. § 49 komm: asjaks loetakse ka füüsilisele andmekandjale salvestatud filme, muusikat (digitaalne sisu)

<sup>50</sup> M. Loos, C. Mak. Remedies for buyers in case of contracts for the supply of digital content. Brüssel, Euroopa Parlament 2012. Lk 21. Kättesaadav internetis: [https://pure.uva.nl/ws/files/1854883/135093\\_371051.pdf](https://pure.uva.nl/ws/files/1854883/135093_371051.pdf) (28.04.2019)

ole vastuolus eseme olemusega. Nähtub, et analoogia korras võiks siiski olla võimalik digitaalse sisu üleandmise lepinguid kvalifitseerida müügilepinguna. Samas põrkub seaduse rakendaja sellisel juhul VÕS § 208 lg 4 sättega, mille kohaselt on tarbijalemüügiga tegu üksnes juhul, kui müüakse vallasasja. Kuivõrd digitaalse sisu direktiiv reguleerib tarbijalepinguid, on müügilepingu sätete kohaldamine kehtiva õiguse järgi problemaatiline, kui mitte välistatud.<sup>51</sup>

Ühe võimalusena on välja toodud VÕS § 208 lg-st 4 tuleneva tarbijalemüügi definitsiooni täiendamine, hõlmates muudatusega tarbijalemüügi alla ka digitaalse sisu.<sup>52</sup> Autori hinnangul ei pruugi see aga isegi vajalik olla, sest CAD-faili soetamisele vastab kõige enam töövõtulepingu instituut VÕS § 635 lg 1 tähenduses. Selle sätte kohaselt kohustub töövõtulepinguga üks isik (töövõtja) valmistama või muutma asja või saavutama teenuse osutamisega muu kokkulepitud tulemuse (töö), teine isik (tellija) aga maksma selle eest tasu. Teisalt piiritleb sama sätte lg 4 tarbijatöövõtulepingu eseme teenuse osutamisega tarbija vallasasja suhtes, tarbijale vallasasja valmistamise või tootmisega. Siiski ei välista see sätte autori hinnangul tarbija ja teenuse osutaja suhte kvalifitseerimist tarbijatöövõtulepinguks, sest CAD-fail on suunatud vallasasja (st 3D-prinditud asja) valmistamisele. Eeltoodust lähtuvalt on autor seisukohal, et CAD-faili tarbijale üleandmise leping on Eesti õiguses kvalifitseeritav teenuse osutamise lepinguna tarbijatöövõtu sätete järgi.

Sellist tüüpi lepinguid sõlmitakse iga päev miljonites — liitutakse Spotify'ga, soetatakse e-raamatuid, vaadatakse YouTube'ist videosid või kasutatakse Google'i pilveteenust failide hoidmiseks ja haldamiseks. Pea kõikidel sellistel puhkudel sõlmib tarbija teenusepakkujaga digitaalse sisu üleandmise või digiteenuse osutamise lepingu, mis enamasti on osa teenusepakkuja väljatöötatud tingimustepaketist (*Terms & Conditions* ning *Privacy Policy*), millele tarbija oma nõusoleku annab. Seega on digitaalse sisu üleandmise ja digiteenuse osutamise lepingud saanud osaks tarbijaskonna igapäevaelust. Ilmselt tuleb aga nõustuda, et digitaalne sisu oma olemuselt ei sobitu hästi traditsioonilise tarbijakaitse *acquis*’ raamistikku, mille normid on loodud täitma materiaalse majanduskeskkonna vajadusi.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Esko, K. E. – Viide 19, lk 12

<sup>52</sup> Esko, K. E. – Viide 19, lk 13-14

<sup>53</sup> Loos, Marco. (2008). Review of the European consumer acquis. Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht. Kättesaadav internetis:

[https://www.researchgate.net/publication/314593981\\_Review\\_of\\_the\\_European\\_consumer\\_acquis](https://www.researchgate.net/publication/314593981_Review_of_the_European_consumer_acquis) (28.04.2019)

Käesoleval hetkel liigitatakse digitaalse sisu üleandmise lepinguid liikmesriigiti erinevalt ning kuivõrd digitaalse sisu direktiiv pole veel jõustunud, kohaldatakse digitaalse sisu lepingutele muid üldisi EL tarbijaõiguste sätteid, mis sisalduvad eelkõige e-kaubanduse direktiivis ja ebaõiglase tingimuste direktiivis. Mõningatel puhkudel laienevad digitaalsisu üleandmise lepingutele analoogia korras kaupade müüki reguleerivad normid, teisel puhul kohaldatakse teenuse- või litsentsilepingu sätteid, ent näiteks Ühendkuningriik ja Madalmaad on vastu võtnud erisätteid, mis reguleerivad üksnes digitaalse sisu üleandmise tingimusi.<sup>54</sup> Lisaks liigitatakse digitaalse sisu üleandmise lepinguid mõnikord erinevalt ka liikmesriigi sees, olenevalt pakutava digitaalse sisu liigist.<sup>55</sup> Komisjoni hinnangul põhjustavad riikide õigusaktide erinevused ettevõtetele õiguskindlusetust ning tarbetuid kulutusi väljaspool omamaist turgu müümisel seoses vajadusega selgitada iga kord välja sihtriigis kohalduva õiguse sisu.<sup>56</sup> Igal juhul on kindel, et digitaalse sisu üleandmine ja digiteenuste osutamine kui riigipiire mitte tundvad teenused<sup>57</sup> ei ole Liidu tasandil ühtselt reguleeritud ning puuduvad ühtsed, asjakohased ja konkreetsed ELi normid tarbijate kaitsmiseks lepingule mittevastava digitaalse sisu eest. Autor nõustub Komisjoni hinnanguga, mille kohaselt olemasolev tarbijakaitse raamistik ei võta arvesse kõiki digimaailma eripärasid ja ka seadusandlikul tasemel aset leidnud muutusi, millele digitaalse sisu üleandmise tingimused tarbijate kaitseks vastama peaksid.<sup>58</sup>

Digitaalse sisu direktiivi art 3 lg 1 kohaselt kohaldatakse direktiivi üksnes digitaalse sisu lepingute suhtes, mille eest tarbija tasub hinna või kohustub seda tasuma. Seega on digitaalse sisu direktiivi kohaldamine piiratud üksnes tasuliste lepingutega. Siiski on oluline tähele panna, et hind art 2 p 7 kohaselt ei ole piiritletud üksnes rahasummaga. Nimelt on hinnana käsitletav ka digitaalsel kujul esitatud väärtus, mis tuleb tasuda digitaalse sisu üleandmise või digiteenuse osutamise eest. Selliste väärtuste näiteks on direktiivi põhjenduste p-s 23 toodud elektroonilised vaušerid, e-kupongid ja virtuaalväeringud - niivõrd, kui viimased on

---

<sup>54</sup> digitaalne sisu direktiivi seletuskiri, lk 3

<sup>55</sup> Pilvandmetöötluse võrdlusuuring (2014), DLA Piper, lk 33 jj: kohaldatavate õigusraamistike analüüs ning soovitud tarbijakaitse näidissüsteemide kujundamiseks seoses digitaalset sisu puudutavate lepingutega, Amsterdami ülikool: Euroopa lepinguõiguse uurimise keskus (Centre for the Study of European Contract Law, CSECL), teabeõiguse instituut (Institute for Information Law, IViR); Amsterdami õigus- ja majanduskeskus (Amsterdam Centre for Law and Economics, ACLE), lk 32 jj.

<sup>56</sup> digitaalne sisu direktiivi seletuskiri, lk 2-3

<sup>57</sup> Mõistet “teenus” kasutatakse käesolevas kontekstis laiendatult, st see ei ühti VÕSis sätestatud teenuse mõistega.

<sup>58</sup> [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635601/EPRS\\_BRI\(2019\)635601\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635601/EPRS_BRI(2019)635601_EN.pdf)

liikmesriigi õiguse kohaselt tunnustatud. Põhjenduse kohaselt muutub selline digitaalsel kujul esitatud väärtus digitaalse sisu üleandmisel ja digiteenuste osutamisel üha olulisemaks, mistõttu tuleb seda direktiivi tähenduses käsitleda maksevahendina.

Digitaalne sisu antakse üle ja digiteenuseid osutatakse sageli ka nii, et tarbija ei tasu nõutud hinda, vaid esitab kauplejale isikuandmeid.<sup>59</sup> Direktiivi põhjenduste p 12 kohaselt on digitaalmajanduses on turuosalisel hakanud teavet üksikisikute kohta üha sagedamini ja üha rohkem pidama rahaga võrdväärseks. See on tõsi – isikuandmeid sisaldavate failide väärtus on üsna täpselt rahasse ümberarvutatav.<sup>60</sup> Sel põhjusel pidas Komisjon vajalikuks võtta kasutusele muu kui rahalise vastutasu mõiste ja näha kauplejatele ette kohustus korvata digitaalse sisu üleandmata või digitaalteenuse osutamata jätmise või nende lepingutingimustele mittevastavus ka juhul, kui vastutavaks on andmete esitamine.<sup>61</sup> Võrdsete tingimuste tagamiseks ei tohiks direktiivi normide kohaldatavus oleneda sellest, kas kõnealuse konkreetse digitaalse sisu või digitaalteenuse eest on makstud või mitte<sup>62</sup>.

Digitaalse sisu direktiivi art 3 lg 1 teise lõigu kohaselt ei kohaldata direktiivi siiski juhul, kui kaupleja töötleb tarbija esitatud isikuandmeid üksnes digitaalse sisu üleandmiseks või digiteenuse osutamiseks kooskõlas digitaalse sisu direktiiviga, või selleks, et kaupleja saaks täita tarbija suhtes kohaldatavaid õigusaktidest tulenevaid nõudeid ega töötle kõnealuseid andmeid ühelgi muul eesmärgil. Selle sätte illustreerimiseks sobib näide, kus CAD-faili üleandja saab tarbijalt üksnes tarbija e-posti aadressi, millele ta CAD-faili saadab. Ühtlasi tuleneb sellest sättest, et direktiivi ei kohaldata tasuta lepingutele ning tasuta lepingute all peetakse silmas lepinguid, kus kaupleja ei saa tarbijalt vastutavaks ei rahasummat, muud digitaalset vääringut ega tarbija isikuandmeid, mida kasutatakse üksnes art 3 lg 1 teises lõigus sätestatud eesmärkidel.

---

<sup>59</sup> Digitaalse sisu direktiivi põhjenduste p 24

<sup>60</sup> Vt nt Seth, S. (11.04.2018). How much can Facebook potentially make selling your data?. – Investopedia. Kättesaadav internetis:

<https://www.investopedia.com/tech/how-much-can-facebook-potentially-make-selling-your-data/> (28.04.2019)

<sup>61</sup> EL Siseturu- ja tarbijakaitsekomisjoni 27.11.2017. a raport ettepaneku kohta võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta (COM(2015)0634 – C8-0394/2015 – 2015/0287(COD)). Kättesaadav internetis:

[http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0375\\_ET.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0375_ET.html) (28.04.2019)

<sup>62</sup> *Ibid*

Autori hinnangul on seesugune lähenemine kiiduväärt. Ühelt poolt aitab see oluliselt kaasa isikuandmete kaitse üldmääruse<sup>63</sup> põhjendustes sõnastatud eesmärkide täitmisele, teisalt aga ei võimalda muuta kauplejat direktiivi alusel vastutavaks isikuks, kui kaupleja tarbijale edastatud digitaalse sisu või osutatud digiteenuse eest mingit vastutasu ei saagi, st juhul, kui tarbija ja kaupleja vahel on tegemist tasuta lepinguga.

### 1.2.3. Nõude adressaadi tuvastamine

Sissejuhatuses eristas autor 3D-prinditud eseme valmistamist etappide kaupa.<sup>64</sup> Etappide eristamine õiguspraktilises kontekstis on oluline mittevastavuse allika väljaselgitamise ja nõude adressaadi tuvastamise küsimuste lahendamisel. Nimelt selleks, et otsustada, kelle vastu tuleks tarbijal mittekohase täitmise korral nõue esitada, tuleb tuvastada, millises etapis mittevastavus tekkis. Käesolevas peatükis analüüsib autor näidete abil, millistel puhkudel kelle vastu tarbija nõudeõigust kasutada saab.

Eesti õiguse kohaselt vastutab juhul, kui tarbija ostab valmis 3D-prinditud eseme, mittekohase täitmise eest müüja. Tegemist on müügilepingust tuleneva asja lepingutingimustele mittevastavusega, kuna asi antakse üle müügilepingu alusel. Sama on tulemus ka siis, kui kohaldamisele tuleksid kaupade müügi direktiivi sätted, kuivõrd vastavalt kaupade müügi direktiivi art 10 lg-le 1 vastutab müüja tarbija ees mittevastavuse eest, mis oli olemas ajal, mil kaup üle anti ja mis ilmneb kahe aasta jooksul pärast kauba üleandmist. Seega vastutab müüja asja lepingutingimustele mittevastavuse eest kõikidel järgnevatel puhkudel:<sup>65</sup>

- müüja on soetanud valmis 3D-eseme tootjalt edasimüümiseks ning müüb selle tarbijale;
- müüja prindib eseme välja ning müüb selle tarbijale;
- müüja prindib välja toote, mis on valmistatud või kohandatud tellija juhiste järgi ning müüb selle tarbijale;

---

<sup>63</sup> Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) 2016/679, 27. aprill 2016, füüsiliste isikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise ning direktiivi 95/46/EÜ kehtetuks tunnistamise kohta (isikuandmete kaitse üldmäärus). ELT L 119, 4.5.2016, lk 1—88

<sup>64</sup> Vt käesoleva magistr töö sissejuhatus, lk 4

<sup>65</sup> Twigg-Flesner, C. – Viide 20

- müüja edastab CAD-faili koostööpartnerile, kes toote välja printib ning seejärel tarbijale edastab.

Sellistes olukordades on tarbija huviks ja eesmärgiks osta müüjalt 3D-printitud ese – lepingu eesmärgiks on vallasasja müük, kusjuures CAD-faili loomise etapp on võrreldav tootearendusinseneeriaga enne eseme füüsilise kuju omandamist. Sellised tehingud on klassikalised müügilepingud tarbija ja müüja vahel,<sup>66</sup> kuigi mõningate liikmesriikide õiguse järgi võib teatud tingimustel punktis 3 märgitud juhtum olla käsitletav töövõtulepinguna<sup>67</sup>. Kõikides eelnimetatud punktides käsitletud juhtumitel on tarbijal lepingutingimustele mittevastavuse korral esitada nõue üksnes müüja vastu kaupade direktiivi sätete alusel.

3D-printimise tehnoloogiat kasutades toodetud eseme ostmine müüja käest on samuti klassikaline ostu-müügitehing: tarbija sõlmib müüjaga lepingu eseme ostmiseks. Tõenäosus, et tarbija müügilepingu jooksul CAD-faili kui digitaalse sisu loomisega kokku puutub, on väike, ning see pole ka lepingu eesmärgiks. Seega on tegemist lepingutega, millele kohaldatakse tulevikus kaupade direktiivi. Ka digitaalse sisu direktiivi põhjenduste p 26 kohaselt ei reguleerita digitaalse sisu direktiiviga ühtegi õigust ega kohustust, mis on seotud 3D-printimise tehnoloogia abil valmistatud kaupadega.

Teise tehingutüübina vaatleb autor võimalusi, mis tekivad, kui tarbija ei sõlmi kauplejaga lepingut 3D-printitud eseme ostmiseks, vaid soetab esmalt CAD-faili kui digitaalse sisu direktiivi art 2 p 1 tähenduses ning alles seejärel korraldab printimise. Kui tegemist on üksnes disainilahendust sisaldava CAD-faili soetamisega, on võimalik, et tarbija on saanud CAD-faili ühel moel alljärgnevaist:

---

<sup>66</sup> *Ibid*

<sup>67</sup> Nt Ühendkuningriikides. Vt Consumer Rights Act (c 15) art 3 lg 2. Kättesaadav internetis: <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents/enacted> (24.04.2019). Autor märgib, et Eestis see antud asjaoludel pigem nii ei ole. RKTko 3-2-1-98-09 p 11: (...) kohaldatakse müügilepingu sätteid ka lepingutele, mis on sõlmitud valmistatava asja tellimiseks, ja juhul, kui tellija andis teisele lepingupoolele olulise osa asjade valmistamiseks vajalikust materjalist. (...) Müügilepingu sätteid ei kohaldata lepingutele, mille puhul suurem osa lepingupoole kohustustest, kes asja muretseb, seisneb töö tegemises või muu teenuse osutamises. Kolleegium leiab, et kui *lepingu eesmärgiks* on valmistatava asja müük, tuleb eeldada, et pooled sõlmisid müügilepingu.

- tarbija on soetanud CAD-faili ning andnud kauplejale vastutasuks raha, kuid digitaalsel kujul esitatud väärtusi või isikuandmeid;
- tarbija on soetanud CAD-faili tasuta, st ei ole andnud kauplejale vastutasuks raha, muud digitaalsel kujul esitatud väärtusi ega isikuandmeid.<sup>68</sup>

Esimesel juhul reguleerib tarbija ja kaupleja vahelisi suhteid vastavalt digitaalse sisu direktiivi art 3 lg 1 teisele lõigule digitaalse sisu direktiiv. Kuivõrd nimetatud olukord ei lange kaupade müügi direktiivi kohaldamisalasse, on asjakohane küsida, milline on digitaalse sisu kui lepingu eseme õiguslik liigitus kehtiva siseriikliku õiguse järgi. Autor nõustub K. E. Esko seisukohaga, et digitaalse sisu direktiivi regulatsioon näib üldsõnaline, sätestades üleandjale üksnes kohustuse teha digitaalne sisu tarbijale faktiliselt juurdepääsetavaks, täpsustamata õigusinstituute, mille kaudu üleandmise kohustuse täitmist hinnata.<sup>69</sup>

Seega on võimalik esimeses punktis toodud näide kvalifitseerida töövõtulepinguks ning sellisel juhul on tegemist teenuse osutamisega. Selleks, et esitada nõue teenuseosutaja vastu tulenevalt asja mittevastavusest lepingutingimustele, tuleb tuvastada, et teenuse osutaja rikkus mingeid kohustusi teenuse osutamise lepingust. Teenuse osutaja vastutab asja mittevastavuse eest, mille põhjustas viga CAD-failis, ebasobiva lähtematerjali kasutamine või printeri väärseadistus, kui ei esine vastutust välistavaid asjaolusid. Sellest sõltub, kes vastutab tarbija ees mittevastavuse eest, st kelle vastu tarbija nõude esitada saab.

Selleks, et CAD-faili andmed füüsiliseks esemeks muuta, on tarbijal võimalik kasutada isiklikku 3D-printerit või edastada CAD-fail 3D-printimise teenuse osutajale.<sup>70</sup> Kui selliselt välja prinditud 3D-esemel esinevad puudused, tuleb tuvastada puuduse allikas. Juhul, kui toote puudus tulenes CAD-failist, on tarbijal õigus esitada nõue isiku vastu, kellelt ta CAD-faili soetas. Kui aga CAD-failis puudusi ei esine, on võimalik, et viga tulenes kas valest lähtematerjali kasutamisest või 3D-printerist. Viimasel juhul on võimalik, et nõue tuleb esitada 3D printeri tootja vastu lähtuvalt tootjavastutuse regulatsioonist.

---

<sup>68</sup> Twigg-Flesner, C. – Viide 20, lk 6

<sup>69</sup> Esko, K. E. – Viide 19, lk 10

<sup>70</sup> *Ibid*



## **2. Kaupade direktiivi kohaldamine 3D-prinditud eseme müügile**

### **2.1. 3D-prinditud eseme vastavusnõuete hierarhia**

Tarbijad peaksid digitaalse sisu ja digitaalteenustega seotud täielikult ühtlustatud õigustest kasu saama kõrge tarbijakaitse taseme näol. Neil peaksid olema selged kohustuslikud õigused sõltumata sellest, millises liidu osas nad digitaalse sisu ja digitaalteenused vastu võtavad või neile juurde pääsevad. See peaks suurendama nende kindlustunnet digitaalse sisu ja digitaalteenuste ostmisel. Samuti peaks see vähendama tarbijate praegu kantavat kahju, sest neil on olemas kogum selgeid õigusi, mis võimaldab neil lahendada digitaalse sisu ja digitaalteenustega seoses tekkinud probleemid.<sup>71</sup>

Direktiivi artiklid 5-9 reguleerivad kaupade vastavusnõudeid, mille alusel saab tuvastada, kas müüja on kohustused täitnud nõuetekohaselt. Esimene oluline muutus tarbekaupade müügi direktiiviga võrreldes seisneb asjaolus, et vastavusnõuded uues kaupade direktiivis jagunevad kaheks: subjektiivseteks ja objektiivseteks. Subjektiivsed vastavusnõuded reguleerivad eelkõige küsimust, millisel juhul saab kaupa pidada pooltevahelisele müügilepingule vastavaks, seevastu objektiivsete kriteeriumite eesmärk on kehtestada nõ mõistlik standard, millele tugineda juhul, kui konkreetset juhust müügileping ei reguleeri. Võrreldes piltlikustamiseks kahte direktiivi sätet, millest esimene kuulub subjektiivsete ning teine objektiivsete vastavusnõuete kataloogi:

Art 6 p c: kaup antakse üle koos kõigi tarvikute ja juhenditega, sealhulgas paigaldamise kohta, vastavalt müügilepingu tingimustele.

Art 7 p c: kaup on üle antud, kui see on asjakohane, koos selliste tarvikutega, sealhulgas pakendid, paigaldusjuhendid või muud juhendid, mille saamist tarbija võib mõistlikult eeldada.

---

<sup>71</sup> Raport – Viide 62, vt muudatusettepanek nr 10

Et kaup peab samaaegselt vastama nii subjektiivsetele kui ka objektiivsetele vastavusnõuetele, <sup>72</sup> on võimalik välja joonistada vastavusnõuete omavaheline hierarhia: subjektiivsed kriteeriumid – st müügilepingus kokkulepitud tingimused – peavad olema kooskõlas objektiivsete kriteeriumitega. Objektiivsed vastavusnõuded on seega oma olemuselt imperatiivsed ning nendest olulisel määral kõrvalekaldumine võib kutsuda esile lepingust tulenevate õiguste ja kohustuste olulise tasakaalustamatuse, mis kahjustab tarbijat. Tulenevalt ebaõiglase tingimuste direktiivi art 6 lg-st 1 ei pruugi seesugune tarbija kahjuks kõrvalekalduv kokkulepe tarbija jaoks siduv olla. Eestis võib objektiivsetest vastavusnõuetest tarbija kahjuks oluline kõrvalekaldumine tuua tulevikus kaasa tingimuste tühisuse VÕS § 42 (tüüptingimuste tühisus) või § 237 lg 1 (sätete kohustuslikkus tarbijalemüügi puhul) alusel.

M. Loos on väitnud, et vastavusnõuete sisu peegeldab hästi maksimaalse ühtlustamise tahet – reeglid on piisavalt üksikasjalikud, et mitte jätta ruumi erisisulisteks tõlgendamisteks.<sup>73</sup> Autor sellise seisukohaga lõpuni nõustuda ei saa. Direktiivi lugejal võib tekkida küsimusi sätete sisu grammatilisel tõlgendamisel. Näiteks on art 7 lg 1 p c sõnastatud järgmiselt: *kaup on üle antud, kui see on asjakohane, koos selliste tarvikutega, sealhulgas pakendid, paigaldusjuhendid või muud juhendid, mille saamist tarbija võib eeldada*. Seevastu analoogne nõue subjektiivsete kriteeriumide kataloogis (art 6 p c) kõlab järgmiselt: *kaup antakse üle koos kõigi tarvikute ja juhenditega, sealhulgas paigaldamise kohta, vastavalt müügilepingu tingimustele*. Ilmselt on põhjendatud küsida, kas juhendid kuuluvad direktiivi tähenduses tarvikute hulka või mitte. Siiski on tegu vaid üksiku näitega ning autori hinnangul võib M. Loosiga suuremas osas nõustuda.

---

<sup>72</sup> Euroopa Parlamendi juhendmaterjal PE 635.594 kaupade müügi direktiivi kohta, lk 8. Kättesaadav internetis: briefing [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS\\_BRI\(2019\)635594\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS_BRI(2019)635594_EN.pdf) (29.04.2019)

<sup>73</sup> Loos, M. –Viide 50

### 2.1.1. Subjektiivsed vastavusnõuded

Müüdnud asja lepingutingimustele mittevastavuse kontrollimise esmaseks aluseks on pooltevaheline müügileping.<sup>74</sup> Seega, et anda hinnang, kas tarbija soetatud 3D-prinditud ese vastab müügilepingu tingimustele, tuleb kontrollida, millistes tingimustes tarbija ja müüja omavahel kokku leppisid. Müügilepingust tulenevad nõuded peaksid hõlmama ka nõudeid, mis tulenevad lepingueelsest teabest, mis on vastavalt direktiivile 2011/83/EL müügilepingu lahutamatu osa.<sup>75</sup>

Et kaup vastaks lepingutingimustele kaupade müügi direktiivi tähenduses, peavad direktiivi art 6 alapunkti c kohaselt samal ajal olema täidetud eelkõige kõik alljärgnevad subjektiivsed vastavuskriteeriumid:

1. Kauba vastavus lepingutingimustele
2. Kauba sobivus kasutamiseks eriomasel otstarbel, milleks tarbija seda vajab
3. Kauba üleandmine koos vajalike tarvikutega
4. Uuenduste tegemise kohustus vastavalt müügilepingu tingimustele

Esimese tingimuse ligikaudne vaste sisaldub ka tarbekaupade müügi direktiivi artikli 2 lg-2 p-s a, mis täna kehtivas Eesti õiguses sisaldub VÕS-i § 217 lg-s 1. Uues kaupade direktiivis täpsustatakse, et omaduste all peetakse silmas kauba kirjeldust, liiki, kogust, kvaliteeti, funktsionaalsust, ühilduvust, koostalitlusvõimet ja muid omadusi. Nii näiteks ei pruugi kauba omadused (ühilduvus) vastata lepingutingimustele, kui tarbija tellis müüjalt 3D prinditud auto varuosa kindlale automudelile ning kätte saades selgub, et varuosa siiski autoga ei ühildu, sest müüja saatis tarbijale teise auto mudeli varuosa.

Kaupade müügi direktiivi art 6 alapunkti c kohaselt peab kaup olema sobiv kasutamiseks eriomasel otstarbel, milleks tarbija seda vajab ja mille tarbija tegi müüjale teatavaks hiljemalt lepingu sõlmimise ajal ning millega müüja on nõustunud. See nõue käsitleb asja sobivust tarbija poolt silmas peetud kasutuseesmärgiks. Ulatuses, milles lepingupooled ei ole müügilepingus asja omadustes eraldi kokku leppinud, tuleb müüdnud asja lepingutingimustele

---

<sup>74</sup> Kalamees, P., jt (koost) –Viide 41, lk 23

<sup>75</sup> Kaupade müügi direktiivi põhjenduste p 26

vastavuse üle otsustada, hinnates selle sobivust otstarbeks, milleks tarbija asja vajas, kui tarbija on müüjale spetsiifilise kasutussoovi teatavaks teinud ning müüja on sellega nõustunud. Analoogne säte sisaldub ka tarbekaupade müügi direktiivi art 2 lg 2 p-s b ning on üle võetud Eesti õigusse VÕS-i §-s 217 lg-s 2 p-i 2. Asja sobivuse kontrollimine spetsiifilise kasutusviisi jaoks on ostja ülesanne.<sup>76</sup> Paraku ei anna direktiiv vastust küsimust, kas müüja nõusolek võib olla ka passiivne, st jääb endiselt täpselt piiritlemata, kas ja millistel juhtudel võib tarbija müüjapoolsest vaikimisest järeldada nõusoleku olemasolu.

*Näide:* tarbija tellib enda leiutisele 3D-prinditud detaili. Selleks edastab ta müüjale e-posti teel täpse informatsiooni tellitava detaili mõõtmete, materjali, värvuse jm omaduste kohta ning selgitab müüjale, milliseks otstarbeks tarbija soetatavat detaili vajab. Müüja ei vasta e-kirjale, kuid koostab CAD-faili, prindib detaili välja ning edastab koos müügiarvega tarbijale. Detaili leiutisele proovides selgub, et see siiski leiutisega ei ühildu. Tarbija soovib kasutada õiguskaitsevahendeid, ent müüja väidab vastulausena, et ei ole tarbija spetsiifilistele tingimustele nõusolekut andnud ning nõuab müügiarve tasumist. Kas tarbija saab väita, et müüja nõusolek seisnes vaikimises ning tellimuse täitmises? Kehtiva VÕS-i kommentaaride kohaselt saab ostja müüjapoolsest vaikimisest järeldada temapoolset kinnitust müüdü asja sobivuse kohta üksnes juhul, kui ostja võib mõistlikult eeldada müüjal sellise kinnituse andmiseks piisavate erialaste teadmiste olemasolu.<sup>77</sup> 3D prinditud eseme soetamise puhul juhul, kui müüja ise koostab ka lähteandmeid sisaldava CAD-faili, võib ostja tõenäoliselt enamikel juhtudel eeldada müüjal piisavate erialaste teadmiste olemasolu.

Direktiivi art 3 lg 2 kohaselt on müügilepingud ka sellised tarbija ja müüja vahelised lepingud, milles käsitletakse sellise kauba üleandmist, mis tuleb alles toota või valmistada. Sama arusaam on ka Eesti õiguses - nimelt on Riigikohtu tsiviilkolleegium asunud seisukohale, et üldjuhul kohaldub müügilepingu regulatsioon ka valmistatava asja tellimisel ja võõrandamisel, v.a juhul, kui tellija andis teisele lepingupoolele olulise osa asjade valmistamiseks vajalikust materjalist või seisneb suurem osa lepingupoole kohustusest hoopis töö tegemises või teenuse osutamises.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Varul, P. jt (koost). Võlaõiguseadus II komm. vlj. Tallinn: Juura 2007. § 217 komm 3.3.2.

<sup>77</sup> *Ibid*

<sup>78</sup> RKTKo 3-2-1-24-16, p 11

On paslik küsida, kas juhul, kui tarbija tellib müüjalt isikupärastatud ning eridisaini ja -materjali nõudva 3D-prinditud eseme, tuleks poolte vahel sõlmitud lepingut käsitleda direktiivi valguses endiselt müügilepinguna. Vastus on autori hinnangul jaatav - nimelt ei näe asjakohased direktiivinormid<sup>79</sup> sellistel erijuhtumitel kohaldamiskeeldu või muid eripärasid ette. Veelgi enam, sellisele järeltulele ei luba jõuda ka direktiivi norm, mis näeb ette liikmesriikide otsustuspädevuse erisused. Võttes arvesse ka maksimumilähedase harmoniseerimise taseme olemust, tuleb asuda seisukohale, et isegi kui tarbija soovitud eseme valmistamiseks tuleb müüjal luua täiesti uus CAD-fail ning kasutada erimaterjale, ei muuda need asjaolud müügilepingut töövõtulepinguks.

Autori hinnangul on mõistlik, et kahtluse korral võetakse lepingutüübi määramise lähtekohaks küsimus lepingu eesmärgist. Nii on Riigikohtu tsiviilkolleegium leidnud,<sup>80</sup> et kui lepingu eesmärgiks on valmistatava asja müük, tuleb VÕS § 208 lg 2 esimese lause alusel eeldada, et pooled sõlmisid müügilepingu. Asjaolu, et lepinguga kohustus üks pool ehitama hoone, milles asuv korteriomand oli lepingu esemeks, ei tähenda, et osaliselt kohalduvad lepingule VÕS § 208 lg 2 teise lause alusel töövõtulepingu sätteid.

Kolmanda vastavuskriteeriumina näeb kaupade direktiiv ette nõude anda kaup tarbijale üle koos kõigi tarvikute ja juhenditega vastavalt müügilepingu tingimustele. Juhendite all peetakse tõenäoliselt silmas kõiki jooniseid, plaane, kasutusjuhendeid jms materjale, mis on mõistlikult vajalikud asja sihipäraseks kasutamiseks. Tarviku mõistet direktiiv ei ava, kuid tõenäoliselt on selle all silmas peetud eseme vahetatavaid osi, mis on ette nähtud eseme põhifunktsiooni suhtes abistava operatsiooni sooritamiseks.<sup>81</sup> Analoogne säte tarbekaupade müügi direktiivis puudub, ent paigaldamisjuhendite nõue tuleneb kaudselt tarbekaupade müügi direktiivi art 2 lg-st 5.

Uuenduste tegemise kohustuslikkust sisaldavat sätet tuleks kohaldada kaupadele, mis sisaldavad nõ digielementi. Müüja võib leppida tarbijaga kokku kaupade digiosa uuenduste pakkumises, mis võivad parandada ja tõhustada kaupade digitaalset sisu või digiteenuste elementi, laiendada nende funktsioone, kohandada neid tehnika arenguga, kaitsta turvaohutude

---

<sup>79</sup> Art 3 lg 2 ja art 6 p b)

<sup>80</sup> RKTKo 3-2-1-98-09, p 11

<sup>81</sup> Autor on sellisele seisukohale asunud, kasutades analoogiat "tarviku" mõiste sisustamisel Euroopa Liidu kohtupraktikas. Vt EKo C-152/10 Unomedical A/S versus Skatteministeriet p 13

eest või täita muud eesmärki. Müügilepingus kokkulepitud uuenduste üleandmata jätmist või uuenduste puudulikkust või mittetäielikust tuleks käsitada kaupade nõuetele mittevastavusena.<sup>82</sup>

### **2.1.2. Objektiivsed vastavusnõuded**

Lisaks eelmises alapeatükis analüüsitud subjektiivsetele vastavusnõuetele peab soetatud 3D-prinditud ese vastama ka kaupade direktiivi art 7 lg-s 1 sätestatud objektiivsetele nõuetele, mis on subjektiivsete nõuete suhtes hierarhiliselt ülimuslikud. Seega – subjektiivsed nõuded peavad vastama vähemalt objektiivsetes nõuete tasemele. Tarbijaga objektiivsest standardist madalamas kaitsetasemes kokku leppimine on keelatud, v.a juhul, kui tarbija oli lepingu sõlmimise hetkel objektiivsetest nõuetest kõrvalekaldumisest teadlik ja andis selleks sõnaselge ja konkreetse nõusoleku (art 7 lg 5). Subjektiivsed tingimused peavad tarbijale tagama vähemalt järgmise:

1. kauba sobivus otstarbeks, milleks sama liiki kaupa tavaliselt kasutatakse;
2. kauba kvaliteedi ja kirjelduse vastavus näidise või mudeli kvaliteedile ja kirjeldusele;
3. kauba üleandmise kohustus koos selliste tarvikutega (sh pakendid ja juhendid), mille saamist tarbija võib mõistlikult eeldada;
4. kauba vastavus tavapärasele kvaliteedile.

Esimene ja neljas tingimus lähemat analüüsi ei vaja, kuivõrd on samastatavad tarbekaupade müügi direktiivi artikli 2 lg-e 2 p-dega c ja d ning õiguskirjanduses korduvalt analüüsitud.

Märkimisväärse uuendusena on aga seadusandja pidanud direktiivi art 4 lg 1 p-s a vajalikuks rõhutada, et juhul, kui müüja on enne lepingu sõlmimist teinud tarbijale kättesaadavaks kauba näidise või mudeli, peab ka müüdav kaup vastama selle näidise või mudeli kvaliteedile ja kirjeldusele. Analoogset sätet tarbekaupade müügi direktiivis ei leidu, kuigi seesugune nõue võib tuleneda tõlgendamise kaudu ebaausate kaubandustavade direktiivi art-st 6. Jutt on tarbija eksitamise keelust, mis on Eestis leidnud väljenduse tarbijakaitseaduse §-s 16.

---

<sup>82</sup> Kaupade müügi direktiivi põhjenduste p 28

Näiteks müüja on e-poes avaldanud pildid kaubavalikus oleva 3D printimise tehnoloogiat kasutades toodetud prilliraamide kohta. Pildilt nähtub, et prilliraamid on valmistatud sädelevate osakestega painduvast plastikust. Tarbija esitab müüjale tellimuse, ent müüja saadab tarbijale prilliraamid, mis on valmistatud mittesädelevast paindumatust plastikust. Sellisel puhul peaks tarbijal olema võimalus tugineda lepingutingimustele mittevastavusele põhjusel, et kauba kvaliteet ei vasta näidise kvaliteedile, mille müüja enne lepingu sõlmimist tarbijale kättesaadavaks tegi. Seda olenemata asjaolust, kas eraldi ostu-müügilepingus prilliraamide valmistamiseks kasutatava plastiku omadustes kokku lepiti või mitte ning olenemata sellest, et tavapäraselt prillide tootmiseks ei pruugita kasutada sädelevat painduvat plastikut.

Kolmas tingimus sisaldab müüja kohustust anda tarbijale üle kaup koos vajalike tarvikute ja juhenditega. See nõue on analoogne subjektiivsete kriteeriumite vastava nõudega (vt ptk 1.3.1 Subjektiivsed vastavuskriteeriumid p 5). Kuid kui subjektiivse kriteeriumi sisustamisel lähtutakse poolte vahel sõlmitud müügilepingust, siis objektiivse kriteeriumina lähtutakse mõistliku inimese seisukohast.

Omaette analüüsimist vajab neljas tingimus - milline on mõistlikkuse standard, millest lähtuvalt saab hinnata, kas kaup on üle antud nõuetekohaselt, st koos selliste tarvikutega, mille saamist tarbija võib mõistlikult eeldada. Tõenäoliselt vajab see küsimus igakordset analüüsi, sest direktiiviga pole võimalik ette näha kõiki elulisi asjaolusid, mis kõnealuse sätte kohaldamisalasse jääksid. Eesti kohtupraktikas on näiteks leitud, et kasutusjuhendi puudus võib teatud juhtudel olla käsitletav müügilepingu olulise rikkumisena VÕS § 116 lg 2 p 2 järgi, mis annab ostjale õiguse müügilepingust taganeda müüjale täiendavat tähtaega andmata. See võib kõne alla tulla näiteks juhul, kui müüja teadmisel ostetakse kaamera selle kindlate funktsioonide kasutamiseks teatud kindlal ajal (nt teatud sündmuse ajal), kuid kaamera eestikeelne kasutusjuhend ei ole piisav nende funktsioonide kasutamiseks.<sup>83</sup>

Subjektiivsetele ja objektiivsetele vastavusnõuetele lisanduvad müüja kohustused kaup paigaldada, kui paigaldus on müügilepingu osa vastavalt art-le 8 ning vastavalt art-le 9 tagada, et kauba kasutamist ei piira kolmanda isiku õigused, eelkõige intellektuaalomandiõigused.

---

<sup>83</sup> RKTKo 3-2-1-110-08, p 13

## 2.2. Õiguskaitsevahendid nõuetele mittevastavuse korral

### 2.2.1. Nõuete hierarhia

Kaupade müügi direktiivi art-d 13-16 reguleerivad õiguskaitsevahendeid, mida tarbijal on müüja vastu õigus kasutada nõuetele mittevastavuse korral. Nendeks on kohustuse täitmise nõue kauba parandamise või asendamise kaudu, hinnaalandamise nõue ja lepingu lõpetamise nõue. Tarbijal ei ole aga võimalik neid nõudeid esitada suvalises järjekorras, sest tulenevalt direktiivi art 4 p-dest a-d on nõuded seatud kaheastmelisse hierarhiasse. Nõuete omavaheline hierarhiline suhestatus seisneb selles, et tarbijal on õigus kasutada sekundaarseid ehk proportsionaalset hinnaalandamise või lepingu lõpetamise nõudeid üldreeglina üksnes juhul, kui primaarse õiguskaitsevahendi ehk kohustuse täitmise nõude kohaldamine ei ole olnud tulemuslik (kaupade müügi direktiivi art 13 lg 4).

Võimaluse panna nõuded üksteise suhtes hierarhilisse süsteemi näeb ette ka tarbekaupade müügi direktiiv,<sup>84</sup> kuid et see on oma olemuselt minimaalse ühtlustamise tasemega, esinevad liikmesriikide õiguskordades selle võimaluse kasutamisega seoses märkimisväärsed erinevused.<sup>85</sup> Eestis kehtiv müügiõigus tunnistab küll täitmisnõude primaarsust,<sup>86</sup> kuid sellele vaatamata on ostjal õigus VÕS § 101 lg-e 2 alusel kasutada kõiki seadusest või lepingust tulenevaid õiguskaitsevahendeid eraldi või koos, kui seadusest või lepingust ei tulene teisiti. Seega võib järeldada, et ostja, kes on saanud müüjalt puudustega kauba, on vaba otsustama, millist õiguskaitsevahendit ta kasutada soovib. Enne otsustamist tuleb ostjal siiski kindlaks teha, kas puudusega kauba müügi korral sisaldab seadus erisätteid, mis näevad ette õiguskaitsevahendite hierarhia. Lisaks tuleb märkida, et pooled võivad kokku leppida lepingus sisalduvate õiguskaitsevahendite kasutamise järjekorras ja muudes piirangutes.<sup>87</sup> Käesolevas magistritöös nimetatud temaatikat siiski süvitsi ei analüüsita.

---

<sup>84</sup> Milà Rafel, Rosa The Directive Proposals on Online Sales and Supply of Digital Content (Part II): conformity and remedies for lack of conformity IDP. *Derecho y Política*, n 24, mai 2017, pp. 50-63 Universitat Oberta de Catalunya. – kättesaadav internetis: <https://www.redalyc.org/pdf/788/78850913005.pdf> (28.04.2019)

<sup>85</sup> Nt Hispaania õiguse kohaselt on õiguskaitsevahendid seatud üksteise suhtes hierarhilisse sõltuvusse. Vt *ibid*

<sup>86</sup> Varul, P. jt Võlaõigusseadus I (üldosa) komm vlj. § 108 komm 4.1

<sup>87</sup> Kalamees, P. Hierarchy of Buyer's Remedies in Case of Lack of Conformity of the Goods. – *Juridica International* 2011/XVIII, lk 63-72. Kättesaadav internetis: <https://www.juridicainternational.eu/index.php?id=14839> (29.04.2019)



Eeltoodud arutluskäigust ilmneb tõsiasi, et tarbekaupade müügi direktiivis ette nähtud võimalust seada õiguskaitsevahendid omavahel hierarhiasse ei ole Eesti õigusesse üle võetud. Kuivõrd aga kaupade müügi direktiiv sellise kohustuse art 4 ja art 3 lg-e 7 kohaselt kehtestab, tooks direktiivi jõustumine kaasa vajaduse kehtivat võlaõigusseadust muuta.

Et kaupade müügi direktiiv reguleerib õigussuhteid üksnes tarbijalemüügi korral, oleks üheks võimaluseks viia võlaõigusseadusesse VÕS § 101 lg-e 2 alusel sisse erisäte, mis käsitleks õiguskaitsevahendite kohaldamise tingimusi tarbijalemüügi puhul. Selline lahendus viiks aga kummalise olukorrani, kus tarbijalemüügi korral kasutatavate õiguskaitsevahendite kohaldamise eeldused oleksid võrreldes mittetarbijalemüügiga oluliselt rangemad. On ju kogu Eesti müügilepinguõigus suuematl jaolt üle võetud CISGist<sup>88</sup>, mis õiguskaitsevahendeid hierarhilisse sõltuvusse ei sea.<sup>89</sup> Teiseks võimaluseks on rakendada hierarhilist õiguskaitsevahendite süsteemi kõikidele müügilepingutele, mis aga tähendaks, et kaupade müügi direktiivi mõju laieneks ka mitte-tarbijalemüügilepingutele. See tooks endaga aga kaasa mittetarbijast ostja valikuvõimaluste põhjendamatu piiramise. Teiseks kaasuvaks probleemiks oleks tõsiasi, et seni CISGi kaudu müügilepingute sätted omavahel ühtlustanud riikide õiguskorrad hakkaksid üksteisest sammhaaval uuesti kaugenema.

P. Kalamehe hinnangul<sup>90</sup> ei ole õiguskaitsevahendite hierarhiasse seadmine põhjendatud, sest ostja valikuvabadus õiguskaitsevahendite valimisel müüja õiguseid ei kahjusta. Nimelt sätestab VÕS § 107 müüja jaoks võimaluse lepingulist kohustust heastada, kuni ostja ei ole lepingust taganenud. VÕS § 107 lg 3 kohaselt võib ostja muid õiguskaitsevahendeid heastamise ajal kasutada üksnes juhul, kui need ei ole heastamisega vastuolus. Sellega on Eesti seadusandja andnud müüjale reeglina võimaluse piirata ostja valikuvõimalusi, kui müüja seda soovib. Eeltoodust võib järeldada, et VÕS müügilepingu regulatsiooni koostamisel on arvestatud proportsionaalselt nii ostja kui ka müüja huve.<sup>91</sup> Autor nõustub P. Kalamehe käsitleusega ning jagab arvamust, et Eestis kehtiv müügiõiguse regulatsioon arvestab juba praegu piisavalt nii müüjate kui tarbijaskonna huve. Kaupade müügi direktiiviga kehtestatud

---

<sup>88</sup> *Ibid*

<sup>89</sup> Vt CISG III jagu

<sup>90</sup> Kalamees, P.– Viide 92, lk 32

<sup>91</sup> *Ibid*

kohustus viia õiguskaitsevahendid omavahelisse hierarhiasse toob aga endaga kaasa tarbijaõiguste kaitse taseme vähenemise mitmetes liikmesriikides,<sup>92</sup> sh Eestis.

### **2.2.2. Kauba asendamise või parandamise nõue**

Juhul, kui müüja on tarbijale üle andnud nõuetele mittevastava kauba, on tarbijal esmalt õigus nõuda müüjalt kaupade müügi direktiivi art 13 alusel kauba nõuetega vastavusse viimist parandamise või asendamise kaudu. Tegemist on kohustuse täitmise nõudega kui tarbija primaarse õiguskaitsevahendiga, millise kasutamise esmasteks eelduseks on müüdud asja nõuetele mittevastavus ning müüja vastutus selle eest (art 10). Analoogne säte sisaldub VÕSi §-s 222, mille kohaselt võib ostja juhul, kui asi ei vasta lepingutingimustele, nõuda müüjalt asja parandamist või asendamist, kui see on võimalik ja sellega ei põhjustata müüjale võrreldes teiste õiguskaitsevahendite kasutamisega ebamõistlikke kulusid või põhjendamatuid ebamugavusi.

Müüdud 3D-ese ei vasta nõuetele, kui see ei vasta samaaegselt nii subjektiivsetele kui objektiivsetele vastavusnõuetele. Müüja loetakse sellisel juhul kaupade müügi direktiivi art 10 alusel vastutavaks, kui mittevastavus oli olemas ajal, mil kaup üle anti ja mis ilmneb kahe aasta jooksul pärast kauba üleandmist. Müüja vastutuse üldsäte sisaldub ka VÕS § 218 lg-s 1, kuid Riigikohtu hinnangul tuleb müüja vastutust hinnata erisätete alusel.<sup>93</sup>

Üldine kaheaastane vastavusperioodi pikkuse nõue eksisteerib ka tarbekaupade müügi direktiivi art 5 lg-s 1, mis on üle võetud võlaõigusseaduse § 218 lg-sse 2. Selliselt kehtiv regulatsioon on saanud kriitika osaliseks. Nii peaks M. Loosi hinnangul minimaalne vastavusperioodi pikkus olema teatud juhtudel kahest aastast oluliselt pikem - seda eelkõige juhtudel, mil tarbija on ostnud asja õigustatud ootuses, et saab seda kasutada oluliselt enam

---

<sup>92</sup> Lilleholt, K. Notes on the Proposal for a New Directive on Consumer Rights. – European Review of Private Law 2009/3, p. 338.

<sup>93</sup> RKTko 3-2-1-156-11 p 19: müüja vastutab eelkõige siis, kui on täidetud järgmised tingimused: puudus oli olemas riisiko ülemineku ajal ostjale (VÕS § 218 lg 1); puudus ei tulenenud ostjast (VÕS § 101 lg 3); ostja ei teadnud lepingu sõlmimise ajal puudusest ega pidanudki teadma (VÕS § 218 lg 4); sõlmitud ei ole müüja vastutust piiravat kokkulepet või ei saa müüja sellele tugineda (VÕS § 221 lg 2); ostja on teatanud puudusest müüjale mõistliku aja jooksul pärast seda, kui ta puudusest teada sai või pidi teada saama, v.a kui teatamata jätmine on mõistlikult vabandav (VÕS § 220 lg 3), puudus tekkis müüja tahtluse või raske hooletuse tõttu (VÕS § 221 lg 1 p 1) või kui müüja puudusest teadis või pidi teadma, kuid ei avaldanud seda ostjale (VÕS § 221 lg 1 p 2).

kui kaks aastat (kodumasinad, uued autod, elektroonikaseadmed jne).<sup>94</sup> Sellise argumentatsiooniga on raske mitte nõustuda. On ju meediassegi jõudnud informatsiooni elektrooniliste seadmete tootjate praktika kohta, mille kohaselt toode arendatakse kestma täpselt kaks aastat, pärast mida läheb katki.<sup>95</sup> Sellise praktika eesmärgiks on tõenäoliselt survestada tarbijat iga kahe aasta tagant ostma uusi seadmeid, kuid minimaalse vastavusperioodi nõude pikendamine võiks survestada kauplejaid sellist tarbija- ja keskkonnavaenulikku praktikat muutma.

Kaupade müügi direktiivi art 10 lg-ga 3 on liikmesriikidele siiski jäetud võimalus säilitada või kehtestada kahest aastast pikem tähtaeg. Sellel vaatamata oleks autori hinnangul aidanud EL tarbijakaitse taset tõsta M. Loosi poolt analüüsitud lähenemine, mille kohaselt oleks ühtne EL minimaalne vastavusperioodi pikkus viidud sõltuvusse kauba spetsiifikast.

Tarbija õigus valida nõuetele mittevastavuse korral parandamise ja asendamise vahel ei ole absoluutne. Esmalt on müüjal vastavalt kaupade müügi direktiivi art 13 lg-le 3 õigus keelduda kauba parandamisest või asendamisest, kui seda ei ole võimalik teha või kui see põhjustaks müüjale ebamõistlikult suuri kulusid, võttes arvesse kõiki asjaolusid. Sarnane säte sisaldub VÕS § 222 lg 1 viimases lauses, mille alusel võib müüja parandamise asemel asendada asja lepingutingimustele mittevastava asjaga. Müüja õigus keelduda asendamisest kehtivas õiguses tuleneb aga VÕS § 222 lg 2 ja lg 1 koostõlgendamisest: tarbija ei saa lg-st 2 järeldada, nagu võiks ta tarbijalemüügilepingu puhul asendamist nõuda sõltumata lg-s 1 sätestatud eelduste täitmisest, sest lg 1 käsib omavahel võrrelda ostja poolt valitud parandamise või asendamise nõudega seotud kulutusi alternatiivsete õiguskaitsevahendite kasutamisega seotud kulutustega.<sup>96</sup> Seega võib öelda, et müüja võimalus keelduda parandamisest või asendamisest kaupade müügi direktiivi art 13 lg-s 3 tingimustel, on kehtivas Eesti tarbijalemüügiõiguses olemas, sisaldudes VÕSi § 222 lg-tes 1 ja 2 ning ka kaupade müügi direktiivi art 13 lg 3 üllatusi ei paku.

---

<sup>94</sup> Loos, M. European harmonisation of online and distance selling of goods and the supply of digital content. Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series No. 2016-08, lk 8. Kättesaadav internetis: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2789398](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2789398) (29.04.2019)

<sup>95</sup> Näiteks on sellele viidanud Sydney Ülikooli media- ja kommunikatsiooniprofessor G.Goggin järgmises artiklis: Sutton, M. Mobile phones engineered 'not to last', expert says. 21.10.2014. ABC News. Kättesaadav internetis: <https://www.abc.net.au/news/2014-10-17/mobile-phones-engineered-with-built-in-obsolescence/5818410> (29.04.2019)

<sup>96</sup> Varul, P. jt (koost) Võlaõigusseadus II. komm. vlj. Tallinn: Juura 2016. § 222 komm 3.2.3.

Teiseks on tarbija valikuõigus art 13 lg-e 2 kohaselt välistatud juhul, kui valitud õiguskaitsevahendi kasutamine on võimatu või see on teise õiguskaitsevahendiga võrreldes ebamõistlikult kulukas. Analoogne regulatsioon sisaldub VÕS § 222 lg-tes 1 ja 2. Asja parandamise või asendamise nõude esmaseks eelduseks on seega see, et parandamine ja asendamine on üleüldse objektiivselt võimalik. Samuti saab asja parandamist või asendamist nõuda üksnes juhul, kui sellega ei põhjustata müüjale muude õiguskaitsevahenditega võrreldes ebamõistlikke kulusi või põhjendamatu ebamugavusi.<sup>97</sup> Tõenäoliselt on asja asendamise nõue müüjale ebamõistlikke kulusi või põhjendamatu ebamugavusi põhjustav juhul, kui müüja kasutuses ei ole enam sama liiki asju ning nende hankimine nõuaks asja väärtusega võrreldes ebamõistlike kulutuste tegemist.<sup>98</sup>

Ebamõistliku kulukuse ja õiguskaitsevahendi kasutamise võimatuse hindamisel tuleb kaupade müügi direktiivi art 13 lg 2 kohaselt arvesse võtta kõiki asjaolusid, sh väärtust, mis kaubal oleks olnud juhul, kui nõuetele mittevastavust ei esineks; nõuetele mittevastavuse olulisust ning võimalust kasutada alternatiivset õiguskaitsevahendit ilma märkimisväärsete ebamugavusteta tarbijale.

Kaupade müügi direktiivi art 14 lg 1 sätestab üldised nõuded kaupade parandamisel või asendamisel. Parandamine või asendamine peab toimuma tasuta; mõistliku ajavahemiku jooksul alates hetkest, mil tarbija teavitab müüjat nõuetele mittevastavusest; ning ilma oluliste ebamugavusteta tarbijale. Selline kolmest tingimusest koosnev nõue sisaldub ka tarbekaupade müügi artikli 3 lg 3 viimases lauses ning on üle võetud kehtivasse võlaõigusseadusse. Seega ei ole kaupade müügi direktiivi art 14 lg 1 nõuded uudsed ning märkimisväärseid muudatusi võlaõigusseadusesse kaasa ei too. Endiselt lähtutakse parandamise või asendamisele kuluva aja hindamisel “mõistliku aja” standardist, milline formuleering on määratlemata õigusmõiste, mida praktikas tuleb sisustada igal üksikjuhul lähtuvalt konkreetsetest kaasuse asjaoludest.

Samas on seadusandja direktiivi art 14 lg-tes 2-4 pidanud vajalikuks olulisel määral täpsustada, mida kujutab endast tasuta parandamine või asendamine. Ilmselt ei esine kahtlust, et parandamise või asendamise kulude hulka kuuluvad eelkõige töö- ja materjalikulud ning

---

<sup>97</sup> *Ibid*

<sup>98</sup> *Ibid*

posti-, veo- vms kulud, mis on vajalikud parandatava või asendatava asja müüjani ja ostjani toimetamiseks.<sup>99</sup> Siiski on EK pidanud analüüsima asenduskaubaga seonduvate kulude kandmise küsimust. *Weber/Putzi* lahendi analüüsi käigus märkis kohus, et kui tarbija ei saaks puudusega kauba asendamise korral nõuda müüjalt nii kauba eemaldamise kui ka asenduskauba paigaldamise kulude katmist, siis tekitaks see asendamine talle täiendavaid rahalisi kulusi, mida ta ei oleks pidanud kandma, kui müüja oleks müügilepingu nõuetekohaselt täitnud. Kohus rõhutas, et tarbija ei peaks kandma täiendavaid kulusi seoses eseme eemaldamise ja uue paigaldamisega, mis tulenevad sellest, et müüja andis üle lepingutingimustele mittevastava asja ning neid kulusid tarbijal ju ei oleks tekkinud, kui müüja oleks kohe andnud üle lepingutingimustele vastava asja.<sup>100</sup> Seega kinnitas EK seisukohta, et müüja peab katma kõik asendamise seonduvad kulud.<sup>101</sup>

EK seisukoht *Weber/Putzi* lahendis on otseselt kandunud üle kaupade müügi direktiivi. Nimelt peab direktiivi art 14 lg 2 viimase lause kohaselt müüja asendatud kauba tagasi võtma enda kulul. Lisaks hõlmab art 14 lg 2 kohaselt kauba parandamise või asendamise kohustus nõuetele mittevastava kauba eemaldamist ja asenduskauba või parandatud kauba paigaldamist või vastavate kulude kandmist, kui kauba parandamiseks on vajalik selle kauba eemaldamine, mis oli paigaldatud kooskõlas oma laadi ja otstarbega enne mittevastavuse ilmnemist, või kui selline kaup tuleb asendada.

Lisaks on seadusandja pidanud tarvilikuks kaupade direktiivi art 14 lg 4 rõhutada, et tarbija ei pea maksma kauba tavapärase kasutamise eest selle asendamisele eelneva aja jooksul. Nimetatud säte siiski endast midagi uut ei kujuta, sest selline õigus on tunnustatud kõikides liikmesriigi tarbijakaitseõiguse normistiketes.<sup>102</sup>

---

<sup>99</sup> Varul, P. jt (koost.) Võlaõigusseadus II. Komm. vlj. Tallinn: Juura 2016. § 222 lg 4 komm 3.4.

<sup>100</sup> EKo ühendatud kohtuasjades C65/09 ja C87/09 Gebr. Weber GmbH (C65/09) versus Jürgen Wittmer, ja Ingrid Putz (C87/09) versus Medianess Electronics GmbH

<sup>101</sup> Varul, P. jt. Võlaõigusseaduse üldosa II. Komm vlj. Tallinn: Juura 2016. § 222 komm 3.4.

<sup>102</sup> Smits, J. (2016). The new proposal for harmonised rules for the online sales of tangible goods: conformity, lack of conformity and remedies.– Workshop for the Juri Committee on Legal Affairs of the European Parliament. New rules for contracts in the digital environment, pp 1-16.

### 2.2.3. Hinna alandamise nõue

Juhul, kui tarbija poolne asendamise või parandamise nõue tulemust ei too, on tarbijal õigus kaupade müügi direktiivi art 13 lg 4 kohaselt õigus valida hinnaalanduse ja lepingu lõpetamise nõude vahel. Selle eelduseks on siiski müüja vastutus mittekohase täitmise eest kaupade direktiivi art 10 lg 1 alusel ning tarbija poolse mittekohase täitmise vastuvõtmine.<sup>103</sup> Eelkõige on tarbijal õigus nõuda hinna alandamist või lepingu lõpetamist art 13 lg 4 alusel kõikidel järgmistel juhtudel:

- müüja ei ole kaupa parandanud või asendanud või, kui see on asjakohane, kauba parandamist või asendamist lõpule viinud vastavalt artikli 14 lõigetele 2 ja 3, või müüja on keeldunud kauba nõuetega vastavusse viimisest kooskõlas art 13 lõikega 3;
- nõuetele mittevastavus ilmneb hoolimata müüja püüdlusest kaup nõuetega vastavusse viia;
- nõuetele mittevastavus on nii tõsine, et õigustab kohest hinna alandamist või müügilepingu lõpetamist või
- müüja on teatanud või asjaoludest nähtub selgelt, et ta ei vii kaupa nõuetega vastavusse mõistliku aja jooksul või tarbijale olulist ebamugavust põhjustamata.

Ka selles sättes ei ole midagi põhjanevalt uut, sest samalaadne õiguskaitsevahend eksisteerib ka tarbekaupade müügi direktiivi art-s 3 lg-s 5, mille kohaselt võib tarbija võib nõuda hinna asjakohast alandamist või lepingu tühistamist juhul, kui tarbijal ei ole õigust lasta kaupa parandada ega asendada või kui müüja ei ole kohaldanud parandusmeedet mõistliku aja jooksul või kui müüja ei ole kohaldanud parandusmeedet tarbijale märkimisväärseid ebamugavusi põhjustamata. Eestis reguleerib hinna alandamist VÕS § 112, kuid eeldused, mille korral on tarbijal igal juhul õigus hinnaalandusele, sisalduvad VÕS § 116 lg-s 3 (VÕS § 112 lg 4 kaudu):

---

<sup>103</sup> Varul, P. jt (koost.) Võlaõigusseadus I. Komm.vlj. Tallinn: Juura 2016. § 112 komm. 4.4.

- kohustuse rikkumise tõttu jääb kahjustatud lepingupool olulisel määral ilma sellest, mida ta õigustatult lepingust lootis, välja arvatud juhul, kui teine lepingupool ei näinud kohustuse rikkumise niisugust tagajärge ette ja temaga sarnane mõistlik isik ei oleks seda tagajärge samadel asjaoludel samuti ette näinud;
- rikuti kohustust, mille täpne järgimine oli lepingust tulenevalt teise lepingupoole huvi püsimise eelduseks lepingu täitmise vastu;
- kohustust rikuti tahtlikult või raske hooletuse tõttu;
- kohustuse rikkumine annab kahjustatud lepingupoolele mõistliku põhjuse eeldada, et teine lepingupool ei täida kohustusi ka edaspidi;
- teine lepingupool ei täida oma ükskõik millist VÕS §-s 114 nimetatud täitmiseks antud täiendava tähtaja jooksul või teatab, et ta selle tähtaja jooksul kohustust ei täida.

Riigikohus on pidanud vajalikuks veel lisada, et hinna alandamise eelduseks olevad puudused võivad tuleneda mh lepingueelsete kohustuste (mh teavitamiskohustuste) rikkumisest.<sup>104</sup> Omaette küsimus on muidugi, kuidas kõiki sätteid igal üksikjuhul sisustada. Selline ülesanne aga jääb kohtupraktika jaoks ning selle detailne analüüsimine antud kontekstis väljuks magistritöö raamidest.

Sarnaselt lepingu täitmise nõudega ei ole hinna alandamise nõue absoluutne. Nimelt näeb kaupade müügi direktiivi art 13 lg 7 liikmesriikidele ette võimaluse reguleerida seda, kas ja millises ulatuses mõjutab asjaolu, et tarbija tegevus on nõuetele mittevastavuse tekkimisele kaasa aidanud, tema õigust kasutada õiguskaitsevahendeid. VÕS § 101 lg 3 kohaselt võibki hinna alandamise välistada asjaolu, et rikkumine tulenes võlausaldajast. Ka võib võlgniku vastutus olla piiratud süüga.<sup>105</sup> See asjaolu direktiivi ülevõtmise korral ei muutu.

Hinna alandamise korda ja selle õiguslikke tagajärgi kaupade müügi direktiiv ei reguleeri, niivõrd kui seda pole tehtud art-s 15, mille kohaselt alandatakse hinda proportsionaalselt tarbija saadud väärtuse vähenemisega võrreldes nõuetele vastava kauba väärtusega. Seega tuleb vastavalt direktiivi art 3 lg-le 6 lähtuda asjakohastest siseriiklikest normidest. Eestis

<sup>104</sup> RKTko 3-2-1-111-07, p 14

<sup>105</sup> Varul, P. jt (koost) Võlaõigusseadus I. komm. vlj .§ 112 komm. 4.5.

kehtiva arusaama kohaselt on hinna alandamine kujundusõigus,<sup>106</sup> ning selle tahe tuleb teisele poolele teatavaks teha ühepoolse tahteavalduse kaudu.<sup>107</sup>

Nii direktiivis kui VÕSis loetletud hinnaalanduse normide omavaheline võrdlemine võimaldab autoril järeldada, et kaupade direktiivi hinna alandamise instituudi reeglid on kehtiva võlaõigusseaduses sätestatuga piisaval määral ühtsed ning vastavate sätete ülevõtmise käigus probleeme ei tohiks tekkida.

#### **2.2.4. Lepingu lõpetamise nõue**

Kui tarbija on nõudnud müüjalt kaupade müügi direktiivi art 13 lg-s 1 sätestatud primaarse nõude täitmist või on tarbija selles art 13 lg-s 2 sätestatud tingimustel loobunud või on müüja keeldunud kauba nõuetega vastavusse viimisest, on tarbijal üldreeglina õigus kasutada sekundaarseid õiguskaitsevahendeid. Eelmises alapeatükis käsitles autor hinna alandamisega seonduvat, kuid alternatiivselt on tarbijal õigus leping lõpetada samadel, art 13 lg-s 4 ette nähtud juhtudel. Lepingust taganemist kui õiguskaitsevahendit reguleerib Eestis VÕS § 116, seega ei ole nimetatud õiguskaitsevahendi näol tegu mitte millegi uudsega.

Tuleb aga silmas pidada, et vastavalt art 13 lg-le 5 ei ole tarbijal õigust lepingut lõpetada, kui nõuetele mittevastavus on üksnes ebaoluline. See on sarnane veel kehtiva tarbekaupade müügi direktiivi art-s 3 lg-s 6 sätestatuga, mille kohaselt ei ole tarbijal õigust lepingut tühistada, kui lepingule mittevastavus on väike. Samale tulemusele võimaldab jõuda ka VÕS § 116 lg-e 1 tõlgendamine. Nimelt seab VÕS taganemise kui õiguskaitsevahendi kasutamise eelduseks olulise lepingurikkumise olemasolu. Kui olulist lepingurikkumist ei esine, ei ole seega tarbijal õigust lepingust VÕS § 116 lg 1 alusel taganeda. Olulist lepingurikkumist kui taganemise eeldust on kinnitanud ka EK.<sup>108</sup>

Müügilepingu nõuetekohaseks lõpetamiseks tuleb tarbijal vastavalt kaupade direktiivi art 16 lg-le 1 tarbijal teha müüjale avaldus, milles väljendub tarbija tahe lepingu lõpetamiseks. Seesugune ühepoolne tahteavaldus on tarbija kujundusõigus, mille kehtivus ei sõltu müüjapoolse nõusoleku olemasolust või selle puudumisest. Ka Riigikohus on öelnud, et teine

---

<sup>106</sup> RKTko 3-2-1-17-12, p 12

<sup>107</sup> RKTko 3-2-1-156-11, p 21

<sup>108</sup> Vt nt EKo C-32/12 Soledad Duarte Hueros versus Autociba SA, Automóviles Citroën España SA



pool ei saa sellist suhte muutmist takistada, kui kujundusõiguse materiaalsed eeldused on täidetud ja järgitud on formaalset taganemise korda.<sup>109</sup> Seega on kaupade direktiivi art 16 lg-s 1 sätestatud avaduse tegemise kohustuslikkus olemas ka Eesti müügiõiguses. Täpsemalt sisaldub analoogne säte VÕSi § 188 lg-s 1.

Müügilepingu lõpetamise põhimõtteliseks tagajärgedeks on, et tarbija peab müüja kulul müüjale kauba tagastama ning müüja peab maksma tarbijale kauba eest tasutud hinna tagasi, milline põhimõte on kehtivas võlaõigusseaduses väljendatud VÕSi § 189 lg-s 1: lepingust taganemise korral võib kumbki lepingupool nõuda tema poolt lepingu alusel üleantu tagastamist ning saadud viljade ja muu kasu väljaandmist, kui ta tagastab kõik üleantu. Tagastamise ja tagasimaksmise täpsemad tingimused on direktiiviga jäetud liikmesriikide otsustuspädevusse.

Eelanalüüsitust lähtuvalt ei tohiks direktiivi lepingu lõpetamise nõuet käsitlevate sätete ülevõtmine Eesti võlaõigusseadusesse probleeme valmistada.

---

<sup>109</sup> RKTko 3-2-1-34-13, p 14

### **3. Digitaalse sisu direktiivi kohaldamine 3D printimisteenusele**

#### **3.1. Subjektiivsed vastavusnõuded**

Sarnaselt kaupade müügi direktiivile sisaldab ka digitaalse sisu direktiiv nii subjektiivseid kui ka objektiivseid lepingutingimustele vastavuse kriteeriumeid. Algse ettepaneku kohaselt eelistati subjektiivseid kriteeriumeid objektiivsetele,<sup>110</sup> kuid pärast ulatusliku kriitilise tagasiside saamist<sup>111</sup> otsustati reguleerida subjektiivsete ja objektiivsete kriteeriumide omavaheline hierarhia sarnaselt kaupade müügi direktiiviga. Lepinguga tuleks ette näha piisavalt selged ja ammendavad võrdlusalused, et hinnata digitaalse sisu või digitaalteenuste vastavust lepingutingimustele, kuid lisaks tuleb kehtestada objektiivsed vastavuskriteeriumid, et tarbijaid ei jäetaks nende õigustest ilma.<sup>112</sup> Et digitaalse sisu või digiteenuse saaks lugeda digitaalse sisu direktiivi art 7 kohaselt lepingule vastavaks, peab see vastama asjakohasel juhul eelkõige järgmistele subjektiivsetele nõuetele:

1. kirjelduse, koguse, kvaliteedi, funktsionaalsuse, ühilduvuse, koostalitlusvõime ja muude omaduste vastavus lepingutingimustele;
2. sobivus kasutamiseks eriomasel otstarbel, milleks tarbija seda vajab ning kaupleja on sellega nõustunud;
3. üleandmine või osutamine koos kõigi tarvikute ja juhistega vastavalt lepingutingimustele;
4. uuendamine vastavalt lepingutingimustele.

Esimene kriteerium ei kujuta endast midagi uut ning analoogne säte on olemas ka kehtivas töövõtuõiguses. Nimelt sätestab VÕS § 641 lg 1, et töö peab vastama lepingutingimustele. Sama sätte teises lõikes sisaldub mitteammendav loetelu juhtudest, mil tööd ei saa lepingutingimustele vastavaks pidada. Eelkõige ei vasta töö lepingutingimustele, kui sellel ei ole omadusi, milles tööandja ja töövõtja (st teenuse osutaja) kokku leppisid. Seega saab asuda

---

<sup>110</sup> Parlamendi 27.11.2017 a raport, muudatusettepanek 34

<sup>111</sup> G. Spindler, lk 199

<sup>112</sup> Viide 112

seisukohale, et digitaalse sisu direktiivi art 7 p 1 nõue on Eesti töövõtuõigust reguleeriva analoogse sättega kooskõlas.

Digitaalne sisu või digiteenus peab sobima kasutamiseks eriomasel otstarbel, milleks tarbija seda vajab ja mille ta on teinud kauplejale teatavaks hiljemalt lepingu sõlmimise ajal ning millega kaupleja on nõustunud. Ka selle tingimuse ülevõtmisel Eesti õigusse ei tohiks probleeme tekkida, sest ka VÕS § 641 lg 2 p 2 kohaselt peab töö sobima eriliseks kasutusotstarbeks, milleks tarbija seda vajab. Siiski ei sätesta see norm *expressis verbis* teenuseosutaja nõusoleku eksisteerimise vajadust kui normi kehtivuse eeldust. Seega on tõenäoline, et direktiivi art 7 p-i 2 ülevõtmisel tekib vajadus VÕS § 641 lg 2 p-i 2 täiendada, seades töövõtja nõusoleku normi kohaldamise eelduseks.

K. Leppik on välja toonud, et digitaalse sisu või digitaalse teenuse puhul võib olla keeruline tuvastada, milline on iga üksiku tarbija jaoks konkreetne kasutusotstarve, milleks ta nimetatud asja kasutada soovib — see on nii näiteks digiteenuste puhul, mis teenivad mitmeid eesmärke.<sup>113</sup> Ka CAD-faili puhul võib olla problemaatiline kindlaks teha, millisel konkreetset otstarbel tarbija soetatavat faili kasutada soovib. Näiteks on võimalik, et tarbija edastab CAD-faili loojale üldise informatsiooni tellitava toote spetsiifika kohta, kuid jätab täpsustamata, et tellitav toode peab ühilduma mingi teise konkreetse esemega. Sellisel juhul ei ole tarbija teatanud kauplejale eriomast otstarvet, milleks ta tellitavat toodet kasutada soovib ning mitterahuldava tulemuse korral ei saa tarbija art 7 p b kaitsele tugineda. Analoogne on olukord juhul, kui tarbija on küll kauplejale eriomase otstarbe kohta informatsiooni edastanud, ent kaupleja pole sellele oma nõusolekut andnud. Sellisel juhul ei ole tarbija eritingimus muutunud osaks poolte vahel sõlmitud digisisu üleandmise lepingust.

Kolmandaks peab teenuseosutaja CAD-faili üle andma koos kõikide tarvikute ja juhistega vastavalt lepingutingimustele. Ka selle sätte ülevõtmisega ei tohiks probleeme tulla, sest nimetatud kohustus tuleneb VÕS § 641-st.

Müüja poolne kohustus digitaalset sisu või digitaalset teenust uuendada on eelkõige oluline nutikaupade, näiteks nutitelefonide tarkvara turvaliseks toimimiseks.

---

<sup>113</sup> Leppik, K. –viide 18. Lk 50

### 3.2. Objektiivsed vastavusnõuded

Subjektiiivsete ja objektiivsete kriteeriumide kogumi kohaldamine peaks kaitsma mõlema lepingupoole õigustatud huve. Objektiivsete kriteeriumite lisamine on vajalik, et tarbijaid ei jäetaks puudulike või ebaselgete lepingutingimuste korral nende õigustest ilma.<sup>114</sup> Seega kohaldatakse objektiivseid vastavusnõudeid eeskätt juhul, kui poolte vahel sõlmitud lepingus sätestatud tingimused on puudulikud või ebaselged ning puudulikkus või ebaselgus võib kaasa tuua riive tarbija õigustele. Oma loomult on objektiivsed sätted imperatiivsed, st tarbija kahjuks nimetatud sätetest kõrvalekaldumine toob tulevikus kaasa lepingu tühisuse VÕS § 657 lg 1 alusel. Siiski tuleb arvestada art-s 5 sätestatud erandiga, mille kohaselt ei ole nõuetele mittevastavusega tegemist juhul, kui (i) lepingu sõlmimise ajal teavitati tarbijat konkreetselt sellest, et digisisu või digiteenuse teatav omadus kaldub kõrvale objektiivsetest vastavusnõuetest ning (ii) tarbija on sellise kõrvalekaldumisega sõnaselgelt ja eraldi nõustunud. Kui nimetatud tingimused täidetud ei ole, pole objektiivsetest vastavusnõuetest kõrvalekaldumine õigustatud. Vastavalt digitaalse sisu art-le 8 peab digitaalne sisu või digiteenus lisaks subjektiiivsetele vastavusnõuetele vastama järgmistele nõuetele:

1. sobivus otstarbeks, milleks sama liiki digitaalset sisu või digiteenust tavaliselt kasutatakse;
2. koguse, kvaliteedi, toimivusomaduste vastavus sama liiki digitaalse sisu või digiteenuse tavapärasele kogusele, kvaliteedile ja toimivusomadustele;
3. digitaalse sisu üleandmine või digiteenuse osutamine koos tarvikute ja juhenditega;
4. vastavus prooviversioonile või eelvaatele.

Digitaalse sisu art 8 lg 1 p a kohaselt peab digitaalne sisu või digiteenus sobima otstarbeks, milleks sama liiki digitaalne sisu või digiteenust tavaliselt kasutatakse, võttes asjakohasel juhul arvesse kehtivat liidu ja liikmesriigi õigust, tehnilisi standardeid või tehniliste standardite puudumise korral kohaldatavaid konkreetsel tegevusalal kehtivaid valdkondlikke tegevusjuhendeid. Analoogne säte sisaldub ka VÕSi § 217 lg 2 p-s 2, mille kohaselt kokkuleppe puudumisel asja omaduste kohta peab asi sobima otstarbeks, milleks seda liiki asju tavaliselt kasutatakse.

---

<sup>114</sup> Põhjenduste p 27

Teise objektiivse vastavusnõude kohaselt peab digitaalne sisu või digiteenus vastama tavapärasele kvaliteedile. Analoogne säte kohustuse täitmise kvaliteedi kohta sisaldub VÕSi § 77 lg-s 1, mille kohaselt peab lepingupool kohustuse täitma asjaolusid arvestades vähemalt keskmise kvaliteediga, kui täitmise kvaliteet ei tulene lepingust või seadusest. Vähemalt keskmise kvaliteedi tagamise nõue on aga digisisu üleandmise või digiteenuse osutamise kontekstis saanud kriitika osaliseks,<sup>115</sup> sest tulenevalt digitaalse turu kui kiiresti areneva majandussektori kiirest muutmisest ning suurtest erinevustest paljude eri liiki digisisukategooriate ja -teenuste vahel, on nõ mõistliku standardi tuvastamine keeruline. Ilmselt tuleb kriitikaga nõustuda – ka CAD-faili puhul ei pruugi olla lihtne tuvastada, kas see vastab sama liiki digisisu tavapärasele omadustele. Eelkõige seisneb probleem küsimuses, millised on CAD-faili tavapärased omadused, arvestades, et CAD-fail sisaldab mingi konkreetse eseme disaini ning iga CAD-faili sisu on teisest tõenäoliselt suuresti erinev. Tavapärase kvaliteedi kriteeriumi sisustamisel võib olla mõistlik kasutada hoopis analoogiat ja tuvastada, kas CAD-faili andmete alusel välja printitud 3D-asja kvaliteet vastab teiste sama liiki asjade kvaliteedile.

Kolmanda objektiivse vastavusnõude kohaselt tuleb CAD-fail asjakohasel juhul üle anda koos tarvikute ja juhenditega, mille saamist võib tarbija mõistlikult eeldada. Taaskord põrkub normi rakendaja probleemiga, milliseid tarvikuid ja juhendeid tuleks pidada tarbija poolt mõistlikult eeldatavateks CAD-faili üleandmise korral. Ka direktiivi preambula ega normid anna täiendavaid juhtnõore selle vastavusnõude tõlgendamise kohta. Ilmselt jääb see vastavusnõue suuresti kohtupraktika sisustada.

Neljanda vastavusnõude kohaselt peab CAD-fail vastama eelvaatele, mille kaupleja on tarbijale enne lepingu sõlmimist kättesaadavaks teinud. Analoogset sätet on autor käsitlenud kaupade müügi direktiivi vastavusnõuete analüüsis.

---

<sup>115</sup> N. Helberger et al, lk 51

### 3.3. Õiguskaitsevahendid

#### 3.3.1. Nõuete hierarhia

Digitaalse sisu direktiivi artiklid 13 ja 14 reguleerivad tarbija õiguskaitsevahendeid. Esmalt on oluline välja tuua, et direktiivi alusel eristatakse õiguskaitsevahendeid lähtuvalt nende kohaldamise võimalikkusest. Art 14 reguleerib õiguskaitsevahendeid, mida tarbijal on võimalik kasutada juhul, kui kaupleja ei ole tarbijale digitaalset sisu üle andnud<sup>116</sup> või digiteenust osutanud. Seevastu art 14 reguleerib õiguskaitsevahendeid, mida saab kasutada juhtudel, kus digitaalne sisu on küll üle antud või digiteenus osutatud, kuid tulemus ei vasta nõuetele. Seega on viidatud art 14 kohaldamise eeldusteks, et (i) digitaalne sisu on tarbijale üle antud või digiteenus osutatud, kuid (ii) selline üleandmine või osutamine ei ole toimunud nõuetekohaselt. Ilmneb, et õiguskaitsevahendid digitaalne sisu direktiivis on jaotatud kahte rühma (nõ horisontaalsesse hierarhiasse) ning nende kasutamine sõltub sellest, kas kaupleja on üldse digitaalse sisu või digiteenuse tarbijale ligipääsetavaks teinud või mitte.

Sarnaselt kaupade müügi direktiivis sätestatule ei ole tarbijal õigus esitada art-te 13 ja 14 alusel nõudeid suvalises järjekorras — mõlemad sätted näevad ette õiguskaitsevahendite omavahelise vertikaalse hierarhia, kus teisese nõude kasutamise võimalikkus sõltub üldjuhul primaarnõude esitamisest. Nii sätestab digitaalne sisu direktiivi art 13 lg 1 järgnevalt:

Kui kaupleja ei ole digisisu üle andnud või digiteenust osutanud vastavalt artiklile 5, nõuab tarbija kauplejalt digisisu üleandmist või digiteenuse osutamist. Kui seejärel kaupleja ei anna digisisu üle või ei osuta digiteenust põhjendamatu viivitusega või poolte vahel sõnaselgelt kokku lepitud lisatähtaja jooksul, on tarbijal õigus leping lõpetada.

Ilmneb, et tarbija saab esitada lepingu lõpetamise nõude üksnes siis, kui ta on esmalt nõudnud kauplejalt digitaalse sisu üleandmist või digiteenuse osutamist (st esitanud primaarse lepingu täitmise nõude). Algse ettepaneku kohaselt oli tarbijal digisisu üleandmata jätmise korral

---

<sup>116</sup> Autor märgib, et üleandmine direktiivi tähenduses ei ole sama, mis üleandmine nt VÕS § 208 tähenduses - tegemist on inglise keelse sõna “supply” kohmaka tõlkega. Märksa enam sobituks sellesse konteksti väljendid “ligipääsetavaks tegemine” või “kättesaadavaks tegemine”, kuid lihtsuse huvides kasutab autor ka töös läbivalt väljendit “üleandmine”.

õigus esitada kohe nõue lepingu lõpetamiseks, kuid selline lähenemine sai kriitika osaliseks.<sup>117</sup> Tõepoolest, sellise õiguse jõustumise korral oleks tarbijal õigus leping lõpetada kohe, kui digitaalse sisu allalaadimine tehnilistel põhjustel ebaõnnestuma peaks, mis aga seaks teenusepakkuja liigse surve alla. Hetkel kehtiv direktiivi ettepaneku versioon sellist võimalust ette ei näe. Ka art 14 võimaldab tarbijal lõpetada ühepoolset leping või esitada hinnaalanduse nõue kauplajale üksnes juhul, kui digitaalse sisu või digiteenuse nõuetega vastavusse viimise nõue ei ole andnud tulemusi või oleks selle nõude esitamine põhjendamatult lahtuvalt digitaalse sisu direktiivi art 14 lg-test 2 ja 4.

Autor on eelnevalt leidnud, et CAD-faili kui digitaalne sisu üleandmine digitaalne sisu direktiivi kohaselt vastab enim võlaõigusliku teenuselepingu tingimustele, millele kohalduvad töövõtulepingu sätted.<sup>118</sup> Seega tuleks digitaalse sisu direktiiviga ette nähtud õiguskaitsevahendeid võrrelda küll VÕSi üldiste õiguskaitsevahendite regulatsiooniga (§§ 108-118), kuid seda üksnes ulatuses, kus töövõtulepingu regulatsiooniga VÕS 36. peatükis pole kehtestatud erisätteid. Probleemistikku seoses hierarhiliste nõuete ülevõtmise ja tarbijakaitse kõrge taseme jätkuva tagamisega on autor käesoleva magistr töö lehekülgedel juba analüüsinud.<sup>119</sup>

### **3.3.2. Nõuded CAD-faili üleandmata jätmise korral**

#### *3.3.2.1. Teenuse osutamise nõue*

Digitaalse sisu direktiivi art 13 reguleerib tarbija õiguskaitsevahendeid digisisu üle andmata või digiteenuse osutamata jätmise korral. See tähendab, et seda sätet kohaldatakse vaid juhul, kui tarbija ja kauplaja on sõlminud lepingu digisisu üleandmiseks või digiteenuse osutamiseks, ent kauplaja ei ole digisisu üle andnud või digiteenust osutanud vastavalt digitaalse sisu direktiivi art-s 5 sätestatule. Sealjuures tuleb silmas pidada, et kauplaja vastutab art 11 lg-e 1 alusel alati, kui ta pole digisisu tarbijale üle andnud või digiteenust

---

<sup>117</sup> Spindler, G. (2016). Contracts For the Supply of Digital Content – Scope of application and basic approach – Proposal of the Commission for a Directive on contracts for the supply of digital content. *European Review of Contract Law*, 12(3), pp. 183-217. Kättesaadav internetis: <https://www.degruyter.com/view/j/ercl.2016.12.issue-3/ercl-2016-0012/ercl-2016-0012.xml> (30.04.2019)

<sup>118</sup> Vt lepingutüübi kvalifitseerimise magistr töö ptk 1.2.3.

<sup>119</sup> Vt ptk 2.1.

osutanud. Autori hinnangul ei pruugi kaupleja igakordne vastutus olla aga õiglane - nimelt võib tulla ette olukordi, kus teenuse osutaja on nt CAD-faili loonud igati nõuetekohaselt ning selle tarbijale ka pilvehaldusplatvormi kaudu ka edastanud, kuid tarbija ei pääse CAD-failile ligi pilvehaldusplatvormi teenuse pakkuja tehniliste viperuste tõttu. Sellisel juhul on CAD-faili üleandja teinud endast kõik mõistlikult võimaliku, et digisisu tarbijale üle anda, kuid tema tahtest sõltumata ei saa ometi digisisu tarbijale üle antuks lugeda (tulenevalt digitaalse sisu art 5 lg 2 p-st a ei ole teenuse osutaja üleandmise kohustust täitnud, kui digisisu ei ole tarbijale kättesaadavaks tehtud). Seega tuleks asjakohasel juhul tagada teenuse osutajale õigus esitada platvormivahendaja vastu regressinõude, kui tulenevalt platvormivahendaja tehnilisest viperusest kandis teenuseosutaja majanduslikku kahju.

Kui kaupleja ei ole tarbijale CAD-faili vastavalt digitaalse sisu direktiivi art-s 5 sätestatud nõudele ilma põhjendamatu viivitusega kättesaadavaks teinud, võib tarbija esmalt nõuda kauplejalt art 13 lg 1 alusel CAD-faili üleandmist. Sellistel juhtudel peaks kaupleja vastavalt tegutsema põhjendamatu viivitusega või täiendava ajavahemiku jooksul, milles pooled on sõnaselgelt kokku leppinud. Komisjon on põhjendanud “mõistliku aja” standardist loobumist asjaoluga, et digitaalne sisu antakse üle või digiteenus osutatakse digitaalsel kujul ning seega ei tohiks üleandmine või osutamine enamikul juhtudel nõuda lisa-aega, et digisisu või digiteenus tarbijale kättesaadavaks teha.<sup>120</sup> Autori hinnangul ei pruugi see CAD-faili üleandmise kohustuse täitmise kontekstis alati proportsionaalne olla — juhul, kui tarbija on tellinud CAD-faili loojalt eritellimusena loodud disaini, võib juhtuda, et teenuseosutaja ei ole suutnud faili õigeaks ajaks valmis saada. Sellisel juhul võiks olla õigustatud küsimus täiendava tähtaja andmise võimalikkusest. Sellist võimalust aga direktiiv ette ei näe. Tarbijal ja teenuseosutajal on lähtuvalt art 13 lg 1 sõnastusest üksnes õigus, kuid mitte kohustus täiendavas tähtajas kokku leppida.

Nagu eelnevalt käsitletud, ei ole tarbija õiguskaitsevahendid kehtivas VÕSis omavahel hierarhiliselt suhestatud. Siiski sisaldub VÕSis teenuse osutamise nõue § 646 lg-s 1, mille kohaselt võib tarbija reeglina nõuda töö lepingutingimustele vastavusse viimist, kui sellega ei põhjustata teenuseosutajale ebamõistlikke kulusid või põhjendamatu ebamugavusi, arvestades muu hulgas asja väärtust ja lepingutingimustele mittevastavuse olulisust. Tasub märkida, et direktiivi sätete kohaselt ei ole teenuse osutajal õigust seoses ebamõistlike

---

<sup>120</sup> Digitaalse sisu direktiivi põhjenduste p 61



kulutuste või põhjendamatute ebamugavuste ilmnemisega CAD-faili üleandmisest loobuda. Ilmselt ei oleks sellise võimaluse sisse viimine ka õigustatud, sest digitaalse sisu loomine ei põhjusta reeglina teenuseosutajale samaväärseid ebamõistlikke kulusi või põhjendamatuid ebamugavusi, mida võib aga põhjustada nt asja valmistamine.

### *3.3.2.3. Lepingu lõpetamise nõue*

Juhul, kui teenuseosutaja ei anna CAD-faili pärast tarbija poolse nõude esitamist kas viivitamata või pärast poolte vahel sõnaselgelt kokku lepitud täiendavat tähtaega üle, on tarbijal õigus leping digitaalse sisu direktiivi art 1 teise lause alusel lõpetada. Sellisel juhul kohaldatakse lepingu lõpetamisele olenevalt olukorrast artikleid 15-18.

Digitaalse sisu direktiiv näeb ette ka erandjuhud, milliste realiseerumisel on tarbijal õigus lõpetada leping viivitamata, st ilma primaarset CAD-faili üleandmise nõuet esitamata. Nimetatud olukordi reguleerib digitaalne sisu direktiivi art 13 lg 2. CAD-faili soetajal on õigus teenuse osutamise leping erandkorras lõpetada, kui:

1. kaupleja on teatanud, et ta ei anna CAD-faili üle või see on asjaolude põhjal võrdselt selge;
2. tarbija ja kaupleja on kokku leppinud või on see lepingu sõlmimisega seotud asjaolude põhjal selge, et tarbija jaoks on oluline teatav üleandmise osutamise aeg, kuid kaupleja ei anna CAD-faili üle selleks ajaks.

Ilmselt ei ole põhjust lähemalt analüüsida esimese tingimuse tagamaid. On ilmne, et kui tarbija on mõistnud, et kauplejal puudub igasugune tahe lepingu täitmise vastu, ei ole otstarbekas ega tulemuslik seada tarbijale formaalset kohustust esitada kauplejale CAD-faili üleandmise nõue. Teine asjaolu käsitleb juhtumit, kus tarbijal on ootus üksnes kohase täitmise vastu ning müüja on sellest ka teadlik.

Teenuse osutamise lepingu ühepoolset lõpetamist reguleerib VÕS § 655, mille lg 1 kohaselt on tellijal õigus töövõtuleping igal ajal üles öelda. Sama sätte teise lause kohaselt on teenuseosutajal sellisel juhul õigus nõuda kokkulepitud tasu, millest on maha arvatud see, mille ta lepingu ülesütlemise tõttu kokku hoidis või mille ta oma tööjõu teistsuguse kasutamise omandas või oleks võinud mõistlikult omandada, kuid vastavalt lg-le 2 ei kuulu

teine lause kohaldamisele, kui tellija on lepingu üles öelnud põhjusel, et teenuseosutaja rikkus lepingut. Seega juhul, kui tarbija on lepingu üles öelnud teenuseosutaja lepingurikkumise tõttu, ei ole tarbijal kohustust teenuse eest tasuda. Selline põhimõte on kooskõlas digitaalse sisu direktiivi art 16 lg-s 1 sätestatuga, mille kohaselt kohustub teenuseosutaja tarbijale tagastama kõik lepingu alusel tasutud summad. Seega autori hinnangul ei tohiks lepingu lõpetamise nõude kui direktiivis ette nähtud tarbija õiguskaitsevahendi ülevõtmisel Eesti võlaõigusseadusesse probleeme tekkida.

### **3.3.3. Nõuded mittekohase täitmise korral**

#### *3.3.3.1. CAD-faili sisu nõuetega vastavusse viimise nõue*

Digitaalse sisu direktiivi art 14 reguleerib olukordi, kus teenuseosutaja on tarbijale küll CAD-faili üle andnud, kuid täitmine ei ole olnud nõuetekohane. Tarbijal on sellisel juhul esmalt õigus kasutada primaarset õiguskaitsevahendit, milleks on lepingu täitmise nõue ehk digitaalse sisu nõuetega vastavusse viimise nõue.

Lepingu täitmise nõude esitamisega art 14 lg 2 alusel nõuab tarbija kauplejalt CAD-faili muutmist määrani, mil see vastab poolte vahel kokkulepitud tingimustele. Sealjuures, nagu eelnevalt käsitletud, peab CAD-fail vastama nii lepingutingimustele kui ka sobima eriomaseks kasutusotstarbeks, mille tarbija on kauplejale teatavaks teinud ning millega kaupleja on nõustunud ning milline tingimus on saanud seega osaks lepingutingimustest. Direktiivi art 14 lg 2 on kooskõlas VÕS § 646 lg-ga 1, sest ka selle sätte kohaselt on tarbijal õigus nõuda teenuseosutajalt digisisu nõuetele vastavusse viimist.

Tarbija primaarse nõude esitamise õigus võib olla välistatud art 14 lg-s 2 sätestatud eelduste täidetuse korral. Nimelt juhul, kui CAD-faili ei ole võimalik nõuetega vastavusse viia või põhjustaks see teenuse osutajale ebaproportsionaalseid kulusid, on müüjal õigus keelduda tarbija primaarnõude täitmisest. Sealjuures tuleb ebaproportsionaalsete kulude hindamisel võtta arvesse väärtust, mis CAD-failil oleks olnud juhul, kui nõuetele mittevastavust ei esineks; ning nõuetele mittevastavuse olulisust (art 14 lg 2). Analoogne välistus sisaldub VÕS

§ 646 lg-s 1, millest järeldub, et tarbija ei või nõuda töö parandamist, kui sellega põhjustatakse töövõtjale ebamõistlikke kulusid või põhjendamatuid ebamugavusi.

Mittevastavuse korral peab kaupleja viima CAD-faili nõuetega vastavusse mõistliku aja jooksul. Erinevalt eelmises peatükis käsitletud olukorrast ei ole kauplejal seega kohustust tegutseda CAD-faili kohaseks üleandmiseks viivitamata, vaid mõistliku aja jooksul. Selline lähenemine on autori hinnangul õigustatud, sest CAD-faili lepingutingimustega vastavusse viimine peab vastavalt direktiivi art 14 lg-le 3 toimuma tarbija jaoks tasuta ning ilma, et see põhjustaks tarbijale olulist ebamugavust, võttes arvesse CAD-faili laadi ja otstarvet, milleks tarbija seda vajab. Teenuse osutaja kohustus viia CAD-fail nõuetega vastavusse mõistliku aja jooksul tuleneb ka VÕS § 646 lg-st 5.

Eelneva analüüsi järeldusena leiab autor, et direktiivi art 14 lg-e 1 ülevõtmine Eesti võlaõigusesse ei tohiks probleeme valmistada.

### *3.3.3.2. Proportsionaalse hinnaalanduse nõue ja lepingu lõpetamise nõue*

Vastavalt digitaalse sisu direktiivi art 14 lg-le 4 on tarbijal õigus proportsionaalsele hinnaalandamisele kooskõlas direktiivi lõikega 5, kui digitaalne sisu antakse üle või digiteenust osutatakse hinna tasumise eest; või õigus leping lõpetada kooskõlas direktiivi artikliga 6 kõikidel järgmistel juhtudel:

1. digitaalne sisu või digiteenuse nõuetega vastavusse viimine vastavalt lõikele 2 on õiguskaitsevahendina võimatu või eproportsionaalne;
2. kaupleja ei ole digitaalne sisu või digiteenust lõike 3 kohaselt nõuetega vastavusse viinud;
3. nõuetele mittevastavus ilmneb hoolimata kaupleja püüdlusest digitaalne sisu või digiteenus nõuetega vastavusse viia;
4. nõuetele mittevastavus on nii tõsine, et õigustab kohest hinnaalandamist või lepingu lõpetamist, või
5. kaupleja on teatanud või asjaoludest nähtub selgelt, et ta ei vii digitaalne sisu või digiteenust nõuetega vastavusse mõistliku aja jooksul või tarbijale olulist ebamugavust põhjustamata.

Loetletud tingimused on alternatiivsed, st hinnaalanduse nõude esitamiseks piisab, kui esineb üks neist. Hinna alandamise nõuet saab kasutada üksnes juhul, kui CAD-fail soetatakse raha või digitaalse vääringu eest, mitte aga juhul, kui CAD-faili loojale antakse üle isikuandmed vastutasuna. See on ka loogiline, sest sellisel juhul pole hinda, mida tasuda. Sellisel juhul saaks kõne alla tulla üksnes lepingu lõpetamise nõue.

Eesti õiguses reguleerib hinnaalanduse instituuti VÕS § 112, kuid CAD-faili üleandmise lepingu hinna alandamisel tuleb arvesse võtta VÕS § 648-s toodud piiranguid: tarbija ei või vähendada teenuseosutajale maksmisele kuuluvat tasu, kui teenuse osutaja viis töö vastavusse lepingutingimustega või tegi uue töö või kui tarbija keeldus õigustamatult vastu võtmast töövõtja ettepanekut töö lepingutingimustega vastavusse viimiseks või uue töö tegemiseks.

Lepingu lõpetamine peab toimuma kooskõlas direktiivi artiklitega 15-18. Selleks peab tarbija esitama kauplejale avalduse, milles ta väljendab otsust leping lõpetada. Lepingu lõpetamise korral on kaupleja vastavalt direktiivi art 16 lg-le 1 kohustatud tarbijale tagasi maksma kõik lepingu alusel tasutud summad ning tarbija peab vastavalt art 17 lg-le 1 hoiduma digisisu kolmandatele isikutele kättesaadavaks tegemisest.

## Kokkuvõte

Käesoleva töö eesmärgiks oli uurida, kuidas kohalduvad kaupade müügi ja digitaalse sisu direktiivide ettepanekud 3D printimisteenusele ja 3D eseme müügile. Käesoleval hetkel reguleerib tarbijalemüüki eeskätt tarbekaupade müügi direktiiv, kuid kaupade müügi direktiivi jõustumisega tunnistatakse tarbekaupade müügi direktiiv kehtetuks. Digitaalse sisu üleandmisele ja digitaalsete teenuste osutamisele ei ole praegu veel erisätteid kehtestatud ja seega tuleb neile kohaldada üldist tarbijakaitseõiguse raamistikku, mis aga Euroopa Komisjoni hinnangul digitaalse sisu olemusega kokku ei sobitu.

Esimeses peatükis uuris autor tarbija mõiste käsitlust ning püstitas küsimuse, kas direktiivide ülevõtmise käigus tuleb Eesti tarbijakaitseõigustikus tarbija mõistet muuta. Töö käigus jõuti järeldusele, et kaupade müügi direktiivi art 2 p-s 2 ja digitaalse sisu direktiivis 2 p-s 6 sisalduvad tarbija mõisted on TKS § 2 lg 2 p-s 1 VÕSi § 1 lg-s 5 sätestatud tarbija mõistega sisuliselt samaväärsed, mistõttu tarbija definitsiooni muutmiseks direktiivide ülevõtmisel Eesti õigusesse vajadust ei esine. Kaupade müügi direktiiv ega digitaalse sisu direktiiv ei reguleeri ka üksikasjalikult, millistel tingimuste täidetuse korral saab eeldada, et füüsiline isik ei tegutse lepingut sõlmides ja täites ärielistel eesmärkidel, mis välistaks tema tarbija staatuse ja võimaluse tugineda tarbijakaitse normidele. Seetõttu tuleb sellise probleemi tõusetumisel vastus leida kehtivast õiguspraktikast. Töös toodi näiteid nii Euroopa Kohtu kui Riigikohtu otsustest, kus nimetatud küsimust adresseeriti. Kinnitust leidis põhimõte, et kahesuguste eesmärkidega lepingute korral, kus isik ostab eseme või tarbib teenust nii isiklikes kui ärielistes huvides, tuleb igakordselt tuvastada kasutuseesmärkide vahekord. Teisisõnu, kui ostetud asja kasutatakse eelkõige isiklikul otstarbel, kuid aeg-ajalt ka ärieliste eesmärkide saavutamiseks, tuleks ostja lugeda tarbijaks.

Analoogselt lähenes autor töös ka müüja ja teenuseosutaja mõistete sisustamisele ning leidis, et sarnaselt tarbija staatuse tuvastamisele tuleb ka majandus- ja kutsetegevuses tegutsemise tuvastamisele läheneda juhtumipõhiselt ning vajadusel tugineda kohtupraktikale. Direktiivide ülevõtmise korral müüja ja teenuseosutaja definitsioone siiski muuta ei tule, sest need on samaväärsed kehtivas tarbija- ja võlaõiguses ette nähtud vastavate asjakohaste mõistetega.

Seevastu kauba mõiste analüüsimise tulemusena jõudis autor järeldusele, et tõenäoliselt tuleb Eesti õiguses täiendada kauba mõistet. Nimelt nähtub kehtiva VÕSi § 208 lg-st 4, et tarbijalemüügi esemeks saab olla üksnes vallasasi, ent kaupade müügi direktiiv kui tarbijalemüügi reeglite kogum kohaldub ka juhul, kui tarbijale müüakse digitaalse elemendiga kaup, mis koosneb samal ajal nii vallasasjast kui ka õigustest.

Autor tuvastas, et kaupade müügi direktiivi ülevõtmise käigus saavad direktiivi normid Eesti tarbijalemüügi õiguse osaks. Märksa rohkem analüüsimist vajab aga küsimus, kuidas kvalifitseerida õigussuhet tarbija ja kaupleja vahel, kus kaupleja kohustuseks on teha tarbijale ligipääsetavaks CAD-fail kui digitaalne sisu ning tarbija kohustuseks on selle eest tasuda. Esmalt välistas autor sellisele õigussuhtele kaupade müügi direktiivi kohaldatavuse ning seejärel jõudis analüüsi käigus tulemusele, et Eesti õiguses reguleerib tarbija ja kaupleja vahelist suhet digitaalse sisu üleandmisel töövõtulepingu instituut.

3D printimisteenuse kontekstis on olulised müüja ja teenuseosutaja eristamine ning teadmine, et nende ja tarbija vahelist suhet reguleerivad eri direktiivis esmatähtis, sest sellest sõltub tarbija nõude esitamise võimalikkus. Järelikult – juhul, kui tarbija soovib omandada 3D-prinditud eseme, on tegemist müügilepinguga ning müüja ja tarbija vahelisi suhteid reguleerib kaupade müügi direktiiv. Tarbija võimalikud nõuded müüja vastu saavad tuleneda 3D-prinditud asja kui füüsilise objekti lepingutingimustele mittevastavusest. Kui aga tarbija ei osta 3D-prinditud asja, vaid soetab kauplejalt CAD-faili, on tegemist teenuse osutamise lepinguga. Sellisel juhul kohustub teenuseosutaja tegema tarbijale ligipääsetavaks CAD-faili ning tarbija kohustub selle eest tasuma. Õiguslikke suhteid tarbija ja teenuseosutaja vahel reguleerib seega digitaalse sisu direktiiv.

Teises peatükis võttis autor vaatluse alla kaupade müügi direktiivi sätteid võrdluses kehtiva võlaõigusseadusega. Esimesena käsitles autor vastavusnõudeid, st kriteeriume, mille alusel hinnata, kas kauba müümine on toimunud nõuetekohaselt. Vastavusnõuded jagunevad kaheks – subjektiivsed kriteeriumid sedastavad eelkõige, et kaup peab vastama lepingutingimustele, objektiivsed kriteeriumid näevad ette aga miinimumstandardi, millele müüdud kaup peab vastama juhul, kui poolte vahel sõlmitud leping asjakohases küsimuses on ebaselge või vastuoluline.

Objektiivsed vastavusnõuded reguleerivad tarbija ja müüja või teenuseosutaja vahelisi suhteid olukordades, kus poolte vahel sõlmitud müügi- või teenuseosutamise leping selgust ei anna või on vastuoluline. Objektiivsete kriteeriumitega kehtestatakse seega nõ mõistlik minimaalne standard, millele peab müüdüd kaup või osutatud teenus vastama. Sellisest standardist tarbija kahjuks lepingus kõrvale kaldumine toob kaasa lepingu tühisuse, v.a juhul, kui müüja on tarbijat eelnevalt sellisest asjaolust teavitanud ning tarbija on andnud kõrvalekaldumiseks sõnaselge ja konkreetse nõusoleku. Iseenesest ei ole sellises lähenemises midagi uut – ka hetkel kehtiv tarbekaupade müügi direktiiv näeb ette minimaalsed nõuded, millele peab tarbijale müüdüd kaup vastama. Et direktiivis sätestatud objektiivsed kriteeriumid eksisteerivad juba ka võlaõigusseaduses, ei tohiks nende ülevõtmine Eesti õigusesse probleeme valmistada.

Objektiivseid vastavuskriteeriume analüüsis autor ka magistritöö kolmandas peatükis, mille eesmärgiks oli tuvastada, kas ja millisel määral sobituvad digitaalse sisu direktiivi nõuded kehtiva võlaõigusseaduse tarbijatöövõtu sätetega. Objektiivsed nõuded, millele digitaalne sisu peab vastama, on üsna sarnased kaupade müügi direktiivis ette nähtud objektiivsete vastavusnõuetega, kuid võtavad arvesse digisisu olemuslikku eripära. Näiteks adresseerib direktiiv omadusi, mis on iseloomulikud üksnes digitaalsetele hüvedele (juurdepääsetavus, järjepidevus, uuendamise küsimused jne). Siiski ei tohiks autori hinnangul digitaalse sisu direktiivi objektiivsete vastavuskriteeriumite ülevõtmisel Eesti õigusesse raskusi tekkida, sest võlaõigusseaduse asjakohased normid on piisava üldistatuse astmega, et neid saab kasutada ka digitaalse sisu või -teenuse vastavusnõuetena.

Lisaks objektiivsetele vastavusnõuetele vaatles autor ka subjektiivseid kriteeriume. Nii kaupade müügi direktiivi kui digitaalse sisu direktiivi subjektiivsed vastavusnõuded kujutavad endast *pacta sunt servanda* printsiibi detailsemat väljendust. Seega reguleeritakse neis, millistel konkreetsematel juhtudel saab kaupa või teenust lugeda lepingutingimustele vastavaks. Ka subjektiivsete kriteeriumite kataloogis printsiipiaalselt uusi lähenemisi ei eksisteeri ning nende ülevõtmine VÕSi ei tohiks probleeme valmistada.

Pärast subjektiivsete ja objektiivsete kriteeriumite käsitlemist vaatles autor tarbija võimalikke õiguskaitsevahendeid, mida tarbija saab uute direktiivide alusel müüja või teenuseosutaja suhtes kasutada. Sellega seoses toovad direktiivid kaasa vajaduse kehtivat võlaõigusseadust

muuta. Nimelt on Eesti õiguses tarbijal võimalik valida, millist õiguskaitsevahendit ta mittekohase täitmise korral müüja või teenuseosutaja vastu kasutada saab. Direktiivide ülevõtmisega kaasneb aga liikmesriikidele kohustus seada õiguskaitsevahendid hierarhilisse suhestatusse. Direktiivide kohaselt on tarbijal õigus reeglina esitada üksnes primaarnõue ning alles juhul, kui see tulemuseni ei vii, sekundaarnõue. Teisisõnu on tarbijal mittekohase tulemuse korral õigus esitada esmalt reeglina üksnes lepingu täitmise nõue ning alles juhul, kui müüja ei ole suutnud lepingut täita, on tarbijal õigus kasutada teisi õiguskaitsevahendeid, nt hinna alandamise või lepingu lõpetamise nõuet. Seesuguste sätete ülevõtmine võlaõigusseadusse on aga problemaatiline, sest toob kaasa vajaduse hakata korrastama kehtivat õiguskaitsevahendite süsteemi. Autori hinnangul toob see endaga kaasa Eesti tarbija kaitse taseme vähenemise.

Lõppkokkuvõttes leidis kinnitust sissejuhatavas osas püstitatud hüpotees, et direktiivide pakett teenib küll 3D-esemete müümise ja 3D-printimise teenuse osutamise reguleerimisel oma eesmärgi, kuid nõuete ülevõtmine toob kaasa vajaduse võlaõigusseadust muuta.



## **Requirements arising from nonconformity of 3D printing service in the directive proposals on sale of goods and digital content**

### **Summary**

On 15 April 2019, the Council of Europe adopted a package of proposals for a digital content directive and a directive on the sale of goods. The aim of these directives is to remove the main obstacles to contract law that hinder cross-border trade in order to overcome the problems caused by the complexity of the legal framework for both businesses and consumers. One of the most important obstacles is considered to be the lack of clear contractual rights for digital content. The second obstacle is the fragmented legislation of the Member States and the resulting uncertainty among businesses and consumers. This is due to the fact that the current Consumer Sales Directive only provides for a minimum level of harmonization. As Member States have enacted mandatory rules that go beyond the minimum requirements of the Consumer Goods Directive, certain aspects of consumer contracts are regulated in the Member States by legal provisions with different levels of protection. Thus, the approximation of standards is expected to create a harmonized legal framework, supporting the functioning of the internal market and further enhancing the overall level of consumer protection in EU.

In this work, the author analyzes the application of the newly adopted directives to sales contracts for 3D-printed items and to supply of 3D printing services. The main focus is to examine the potential remedies available to the consumer, but the compliance requirements for which the item or service sold must comply and which non-compliance is a prerequisite for the exercise of remedies, will be briefly discussed, too. While addressing the problem, the need to change the consumer law in force in Estonia is analyzed throughout. The hypothesis of this Master's thesis is that the package of directives as a whole will serve its purpose in regulating the sale of 3D objects and the provision of 3D printing services, but the transposition of requirements will necessitate a change of Estonian Law of Obligations Act.

Firstly, author analyzes the legal status of the consumer and the seller / trader and the structure of their relationships. The new directives are also introduced in comparison with Estonian law. In addition to that, author delineates the contract for the sale of a 3D-printed item from a 3D printing service contract. Arising from that, it will be analyzed which particular directive shall be applied in each particular case. The second chapter briefly deals with the compliance requirements of the Sales of Goods Directive; and more systematically addresses the choice and hierarchy of legal remedies that a consumer can use in case the seller has failed to perform duties in the manner required. The third chapter focuses on the digital content directive and addresses the same problems. The work ends with a conclusion summarizing all the results that the author reached and verifies the validity of the hypothesis presented.

The author has mainly relied on articles of leading EU law practitioners and researchers, reports of the Commission and Parliament working groups, evaluations, explanatory notes and other documents, master's theses of the Faculty of Law of the University of Tartu, as well as on legal texts and their comments. Clearly, much of the analysis is based on the current jurisprudence in the decisions of circuit courts, Estonian Supreme Court and EU Court of Justice. This choice of sources allows the author to deal with the subject matter of the Master's thesis as broadly and comprehensively as possible.

In the first chapter, the author has examined the concept of consumer and questioned whether the consumer law should change the consumer concept in the transposition of the directives. In the course of the analysis it was concluded that the consumer definitions contained in Article 2 (2) of the Sales of Goods Directive and in art 6 (2) of the Digital Content Directive are essentially equivalent to the consumer definitions stipulated in Estonian LOA and Consumer Protection Act. Neither the Sales of Goods Directive nor the Digital Content Directive regulates in detail the fulfillment of the conditions under which a natural person can be presumed to be acting for a commercial purpose that would preclude his consumer status and the possibility of relying on consumer protection rules. Thus, if such a problem arises, the answer must be found from the current legal practice. The work brought examples of judgments of the European Court of Justice and the Estonian Supreme Court, where this question has been dealt with in many cases.

Similarly, the author also clarified the interpretation of the concepts of seller and service provider. It was found that similarly to identifying the status of a consumer, the approach to identifying economic and professional activities must be approached on a case-by-case basis and, if necessary, based on case-law. However, in the case of transposition of directives to Estonian law, the definitions of seller and service provider will not change, as they are equivalent to the corresponding relevant terms in the current consumer law and law of obligations. On the other hand, the author came to the conclusion that it is likely that Estonian law should supplement the concept of goods. Particularly, the Sales Directive stipulates that Directive should be applied with respect to goods sold with a digital element (consisting of both movable and rights). LOA § 208 (4), on the other hand states that consumer sale is the sale of a thing where a consumer is sold a movable. Thus, the review of existing approach to what should be considered as a movable, is mandatory.

The author found that during the transposition of the sales directive, the directive would become part of Estonian consumer sales law. However, much effort was put on resolving the question on how to qualify the legal relationship between the consumer and the trader, where the trader is obliged to make the CAD file available as a digital content to the consumer and the consumer is obliged to pay for it. The author firstly excluded the applicability of the sales directive and sales law to such a legal relationship and then came to the conclusion that in Estonian law the relationship between the consumer and the trader is governed by the contract of services.

In the context of the 3D printing service, it is important to note the distinction between the seller and the service provider as the relationship between one of them and consumer is regulated by a different directives. For instance, if the consumer wishes to acquire a 3D-printed item, it is a sales contract and the relationship between the seller and the consumer is governed by the Sales Directive. The consumer's potential claims against the seller may result from the non-compliance of the 3D-printed item as movable. However, if a consumer does not buy a 3D-printed item but purchases a CAD file from a trader, it is a service contract. In this case, the service provider undertakes to make the CAD file accessible to the consumer and the consumer undertakes to pay for it. The legal relationship between the consumer and the service provider is thus governed by the Digital Content Directive.

In the second chapter, the author examined the provisions of the sales directive in comparison with the Estonian Law of Obligations Act in force. The author first addressed the compliance requirements, i.e the criteria for assessing whether the sale of the goods was carried out properly. Compliance requirements are divided into two groups: subjective criteria indicate, in particular, that the goods must comply with the terms of the contract, but the objective criteria provide for a minimum standard to which the goods sold must comply if the agreement between the parties on the relevant issue is unclear or inconsistent.

Objective compliance requirements regulate the relationship between the consumer and the seller or service provider in situations where the contract of sale or service between the parties does not provide clarity or is contradictory on the subject matter. Objective criteria therefore establish a 'reasonable minimum standard' to which the goods or services supplied must comply. Deviating from such a standard will lead to the contract being null and void unless the seller has informed the consumer in advance of such a circumstance and the consumer has given explicit and specific consent to the deviation. As such, there is nothing new in this approach - the current Consumer Sales Directive also sets out the minimum requirements that must be met by the goods sold to the consumer. Since the objective criteria set out in the Directive already exist in the Law of Obligations Act, their transposition into Estonian law should not become a problem.

Objective compliance criteria are also analyzed in the third chapter of the Master's Thesis. The objective requirements that digital content has to meet are quite similar to the objective criteria of the Sales Directive, but take into account the intrinsic specificity of digital content. For example, the Directive addresses features that are specific to digital content (accessibility, continuity, updates etc.). However, in the opinion of the author, the transposition of the objective criteria of compliance of the digital content directive into Estonian law should not be difficult, because the relevant norms of the Law of Obligations Act have a sufficient degree of generalization that they can also be used as requirements for conformity of digital content or service.

In addition to objective compliance requirements, the author also examined subjective criteria. The subjective compliance requirements of both the Sales Directive and the Digital Content Directive represent a more detailed expression of the *pacta sunt servanda* principle. They therefore regulate the more specific cases in which a good or service can be considered to comply with the contract. Similarly to objective criteria, the approach to subjective requirements in Estonian law is already recognized, and their transposition into national law should not be a problem.

After considering the subjective and objective criteria, the author examined the possible remedies available to the consumer under the new directives against the seller or supplier. In this regard, the Directives require the amendment of the existing Law of Obligations Act. Namely, Estonian law allows the consumer to choose which remedy he / she can use against the seller or service provider in case of unsatisfactory performance of contract. However, the transposition of the Directives obliges the Member States to bring legal remedies to a hierarchical relationship. Under the Directives, in the event of an inappropriate result, the consumer has the right to submit, as a rule, only the requirement to perform the contract, and only if the seller has failed to perform the contract, the consumer has the right to use other remedies, such as a price reduction or termination of contract. However, the transposition of such provisions into the Law of Obligations Act is problematic, as it brings the need to organize the existing system of legal remedies into hierarchical order. According to the author, this leads to a decrease in the level of protection of the consumer.

Ultimately, the hypothesis set out in the introductory part stipulating that the package of directives serves its purpose for regulating the sale of 3D objects and the provision of 3D printing services, however, the transposition of requirements will necessitate a change in the law of obligations, was confirmed.

## Kasutatud lühendid

3D	kolmedimensiooniline
CAD	<i>computer-aided design</i> (arvutipõhine disain)
B2C	<i>business-to-consumer</i> (tarbija ja ettevõtja vaheline)
B2B	<i>business-to-business</i> (ettevõtjate vaheline)
VKE	väike või keskmise suurusega ettevõtja
ÜRO	Ühinenud Rahvaste Organisatsioon
CISG	ÜRO 1980. a konventsioon kaupade rahvusvaheliste müügilepingute kohta
PESL	Euroopa Lepinguõiguse Komisjoni poolt väljatöötatud Euroopa müügiõiguse põhimõtted
PICC	UNIDROITi poolt väljatöötatud rahvusvaheliste müügilepingute põhimõtted
BGB	Saksa tsiviilseadustik (1881)
VÕS	võlaõigusseadus
TKS	tarbijakaitseadus
EÜ	Euroopa Ühendus
EL	Euroopa Liit
EMÜ	Euroopa Majandusühendus
IMCO	Euroopa Parlamendi siseturu- ja tarbijakaitsekomisjon
Komisjon	Euroopa Komisjon
Parlament	Euroopa Parlament

Kaupade müügi direktiiv	Muudetud ettepanek: Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv kaupade internetimüügi ja muu kaugmüügi müügilepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta, millega muudetakse Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust (EÜ) nr 2006/2004 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2009/22/EÜ ning tunnistatakse kehtetuks Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 1999/44/EÜ. COM/2017/0637 final - 2015/0288 (COD)
Digitaalse sisu direktiiv	Ettepanek: EUROOPA PARLAMENDI JA NÕUKOGU DIREKTIIV digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta. COM/2015/0634 final - 2015/0287 (COD)
Ebaõiglaste tingimuste direktiiv	Nõukogu direktiiv 93/13/EMÜ, 5. aprill 1993, ebaõiglaste tingimuste kohta tarbijalepingutes. EÜT L 95, 21.4.1993, lk 29—34
Tarbekaupade müügi direktiiv	Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 1999/44/EÜ, 25. mai 1999, tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide teatavate aspektide kohta. EÜT L 171, 7.7.1999, lk 12—16
E-kaubanduse direktiiv	Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 2000/31/EÜ, 8. juuni 2000, infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse kohta). EÜT L 178, 17.7.2000, lk 1—16
C2C	<i>consumer-to-consumer</i> (tarbijatevaheline)
Nõukogu	Euroopa Nõukogu
EK	Euroopa Kohus
RK	Riigikohus
EKo	Euroopa Kohtu otsus
TlnRK	Tallinna Ringkonnakohus

## Kasutatud allikate loetelu

### Kasutatud õigusaktid

1. Kaubandustegevuse seadus – RT I, 13.03.2019, 78
2. Tarbijakaitse seadus – RT I, 19.03.2019, 61
3. Tsiviilkohtumenetluse seadustik – RT I, 19.03.2019, 22
4. Tsiviilseadustiku üldosa seadus – RT I, 30.01.2018, 6
5. Võlaõigusseadus – RT I, 20.02.2019, 8
6. Consumer Rights Act (c 15) art 3 lg 2. Kättesaadav internetis:  
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/15/contents/enacted> (24.04.2019).
7. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (ettepanek) 2015/0287(COD) digitaalsete sisu ülevõtmise ja digiteenuste osutamise lepingute teatavate aspektide kohta. Menetluse kulgemine: [https://eur-lex.europa.eu/procedure/ET/2015\\_287](https://eur-lex.europa.eu/procedure/ET/2015_287) (23.04.2019)
8. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (ettepanek) 2015/0288(COD) kaupade müügilepingute teatavate aspektide kohta, millega muudetakse määrust (EL) 2017/2394 ja direktiivi 2009/22/EÜ ning tunnistatakse kehtetuks direktiiv 1999/44/EÜ. Menetluse kulgemine: [https://eur-lex.europa.eu/procedure/EN/2015\\_288](https://eur-lex.europa.eu/procedure/EN/2015_288) (23.04.2019).
9. Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 1999/44/EÜ, 25. mai 1999, tarbekaupade müügi ja nendega seotud garantiide teatavate aspektide kohta. – EÜT L 171, 7.7.1999
10. Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) 2016/679, 27. aprill 2016, füüsiliste isikute kaitse kohta isikuandmete töötlemisel ja selliste andmete vaba liikumise ning direktiivi 95/46/EÜ kehtetuks tunnistamise kohta (isikuandmete kaitse üldmäärus). ELT L 119, 4.5.2016, lk 1—88



## **Kasutatud kohtupraktika**

### **Eesti kohtupraktika**

11. RKTko 3-2-1-126-09
12. RKTko 3-2-1-111-10
13. RKTko 3-2-1-118-05
14. RKTko 3-2-1-1-07
15. RKTko 3-2-1-98-09
16. RKTko 3-2-1-66-14
17. RKTko 3-2-1-24-16
18. RKTko 3-2-1-110-08,
19. RKTko 3-2-1-156-11
20. RKTko 3-2-1-111-07
21. RKTko 3-2-1-17-12
22. RKTko 3-2-1-156-11
23. RKTko 3-2-1-34-13
24. TlnRnKo 2-06-8829

### **Euroopa Kohtu praktika**

25. C-110/14 Horațiu Ovidiu Costea versus SC Volksbank România SA
26. C-429/05
27. C-149/15, Sabrina Wathelet versus Garage Bietheres & Fils SPRL
28. C-152/10 Unomedical A/S versus Skatteministeriet
29. C-497/13 Froukje Faber versus Autobedrijf Hazet Ochten BV
30. EKo ühendatud kohtuasjades C65/09 ja C87/09 Gebr. Weber GmbH (C65/09) versus Jürgen Wittmer, ja Ingrid Putz (C87/09) versus Medianess Electronics GmbH
31. EKo C-32/12 Soledad Duarte Hueros versus Autociba SA, Automóviles Citroën España SA

## Kasutatud õiguskirjandus

32. Berkowitz, N. D. Strict Liability for Individuals? The impact of 3-D printing on Products Liability Law (2014). – 92 Washington University Law Review 1019, lk 1023-1027. Kättesaadav internetis: [https://openscholarship.wustl.edu/law\\_lawreview/vol92/iss4/8/](https://openscholarship.wustl.edu/law_lawreview/vol92/iss4/8/) (24.04.2019)
33. Leppik, K. Digitaalsisu üleandmise lepingu sisu kujunemine ja tarbija võimalused tugineda digitaalsisu mittevastavusele. – Magistritöö. Tartu Ülikool. Tartu: 2017. Kättesaadav internetis: [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/56537/leppik\\_kristen.pdf](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/56537/leppik_kristen.pdf) (24.04.2019)
34. Esko, K. E. Digitaalse sisu üleandmise tarbijalepingute direktiivi eelnõu võrdlus võlaõigusseaduse tarbijalemüügi- ja üürilepingu regulatsiooniga. – Magistritöö. Tartu Ülikool. Tallinn: 2017. Kättesaadav internetis: [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/56448/esko\\_ma\\_2017.pdf](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/56448/esko_ma_2017.pdf) (24.04.2019)
35. Twigg-Flesner, C. Conformity of 3D prints – can current sales law cope?. Kirjutatud 2.11.2015 – Avaldatud: R. Schulze/D. Staudenmeyer. Digital Revolution – challenges for contract law (Nomos/Hart). 24.11.2015. Kättesaadav internetis: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2692665](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2692665) (24.04.2019)
36. Kingisepp, M., Värvi, A. The Notion of Consumer in EU Consumer Acquis and the Consumer Rights Directive—a Significant Change of Paradigm? — *Juridica International* 2011/XVIII, pp 44-53
37. Varul, P. jt (koost). Võlaõigusseadus II (2.-7. osa (§§ 208-618)). Komm. vlj. Tallinn: Juura 2007
38. Kalamees, P. jt (koost). Lepinguõigus. Tallinn: Juura 2017
39. Varul, P. jt Tsiviilseadustiku üldosa seadus. Komm. vlj. Tallinn: Juura 2010
40. Loos, Marco & Mak, Chantal & Guibault, Lucie & Pessers, Lodewijk & Helberger, Natali. (2013). Digital Content Contracts for Consumers. *Journal of Consumer Policy*. 36. 10.1007/s10603-012-9201-1, lk 40. Kättesaadav internetis: [https://www.researchgate.net/publication/256021310\\_Digital\\_Content\\_Contracts\\_for\\_Consumers#pf14](https://www.researchgate.net/publication/256021310_Digital_Content_Contracts_for_Consumers#pf14) (28.04.2019)
41. Spindler, G. (2016). Contracts For the Supply of Digital Content – Scope of application and basic approach – Proposal of the Commission for a Directive on contracts for the

- supply of digital content. *European Review of Contract Law*, 12(3), pp. 183-217.  
Kättesaadav võrgus:  
<https://www.degruyter.com/view/j/ercl.2016.12.issue-3/ercl-2016-0012/ercl-2016-0012.xml> (28.04.2019)
42. Loos, Marco. (2008). Review of the European consumer acquis. *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatright*. Kättesaadav internetis:  
[https://www.researchgate.net/publication/314593981\\_Review\\_of\\_the\\_European\\_consumer\\_acquis](https://www.researchgate.net/publication/314593981_Review_of_the_European_consumer_acquis) (28.04.2019)
43. M. Loos, C. Mak. Remedies for buyers in case of contracts for the supply of digital content. Brüssel, Euroopa
44. Parlament 2012. Kättesaadav internetis:  
[https://pure.uva.nl/ws/files/1854883/135093\\_371051.pdf](https://pure.uva.nl/ws/files/1854883/135093_371051.pdf) (28.04.2019),
45. Euroopa Parlamendi juhendmaterjal PE 635.594 kaupade müügi direktiivi kohta, lk 8. Kättesaadav internetis:  
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS\\_BRI\(2019\)635594\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS_BRI(2019)635594_EN.pdf) (29.04.2019)
46. Milà Rafel, Rosa The Directive Proposals on Online Sales and Supply of Digital Content (Part II): conformity and remedies for lack of conformity IDP. *Derecho y Política*, n 24, mai 2017, pp. 50-63 Universitat Oberta de Catalunya. – kättesaadav internetis:  
<https://www.redalyc.org/pdf/788/78850913005.pdf> (28.04.2019)
47. Kalamees, P. Hierarchy of Buyer's Remedies in Case of Lack of Conformity of the Goods. – *Juridica International* 2011/XVIII, lk 63-72. Kättesaadav internetis:  
<https://www.juridicainternational.eu/index.php?id=14839> (29.04.2019)
48. Lilleholt, K. Notes on the Proposal for a New Directive on Consumer Rights. – *European Review of Private Law* 2009/3, p. 338.
49. Loos, M. European harmonisation of online and distance selling of goods and the supply of digital content. Centre for the Study of European Contract Law Working Paper Series No. 2016-08, lk 8. Kättesaadav internetis:  
[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2789398](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2789398) (29.04.2019)
50. Smits, J. (2016). The new proposal for harmonised rules for the online sales of tangible goods: conformity, lack of conformity and remedies.– Workshop for the Juri Committee on Legal Affairs of the European Parliament. New rules for contracts in the digital environment, pp 1-16.

## Kasutatud muud materjalid

51. History of Typography. Gutenberg and printing in Germany– Encyclopaedia Britannica. Kättesaadav internetis:  
<https://www.britannica.com/technology/typography/History-of-typography> (20.02.2019)
52. Ameerika Ühendriikide 09.08.1977. a patent nr 4041476 meetodile, vahendile ja aparatuurile kolmedimensioonilise eseme loomiseks. Kättesaadav internetis:  
<https://patents.justia.com/patent/4041476> (20.02.2019)
53. Chen, A. Top 10 Materials Used For Industrial 3D Printing. – C-Mac Industries Cooperative Ltd veebileht. Videoklipp. Avaldatud 12.06.2018. Kättesaadav internetis:  
<https://www.cmac.com.au/blog/top-10-materials-used-industrial-3d-printing>  
(24.04.2019)
54. FormLabs. Introduction to Stereolithography. Avaldatud 03.09.2015. Kättesaadav internetis: <https://www.youtube.com/watch?v=yW4EbCWaJHE> (20.03.2019).
55. Hsu, J. 3D Printing: What a 3D printer Is and How It Works. LIVESCIENCE. 21.05.2013. Kättesaadav internetis: <https://www.livescience.com/34551-3d-printing.html>  
(20.03.2019)
56. The Economist Group Limited (avaldaja). The Printed world. – The Economist. 10.02.2011, lk 77-79. Kättesaadav internetis:  
<https://www.economist.com/briefing/2011/02/10/the-printed-world> (21.03.2019)
57. Lauristin, M. (koost). Kodanikuvabaduste, justiits- ja siseasjade komisjoni arvamused.– I raport ettepaneku kohta võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta (COM(2015)0634 – C8-0394/2015 – 2015/0287(COD)). Euroopa Parlamendi 27.11.2017 istungidokument A8-0375/2017, lk 90. Kättesaadav:  
[http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014\\_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2018/06-20/P8\\_A20170375\\_ET.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/JURI/DV/2018/06-20/P8_A20170375_ET.pdf) (23.04.2019)
58. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa majandus- ja sotsiaalkomiteele ning regioonide komiteele. ELi uue digitaalse ühtse turu strateegia. COM(2015) 192 final. Brüssel, 06.05.2011. Kättesaadav internetis:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0192&from=ET> (20.02.2019)

59. Euroopa Parlamendi 2015. a analüüs. Consumer Protection in the EU. Policy Overview. September 2015 — PE. 565.904, lk 4. – Kättesaadav internetis:  
[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS\\_IDA\(2015\)565904\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/565904/EPRS_IDA(2015)565904_EN.pdf) (27.04.2019)
60. Võlaõigusseaduse ja tarbijakaitseaduse muutmise seaduse seletuskiri. Kättesaadav internetis:  
<https://www.riigikogu.ee/tegevus/eelnoud/eelnou/92103f72-2ac3-4f7f-8446-419ec63bf4db> (17.04.2019)
61. Kaupade müügi direktiivi ettepaneku seletuskiri
62. digitaalne sisu direktiivi ettepaneku seletuskiri
63. Pilvandmetöötluse võrdlusuuring (2014), DLA Piper, lk 33 jj: kohaldatavate õigusraamistike analüüs ning soovitud tarbijakaitse näidissüsteemide kujundamiseks seoses digitaalset sisu puudutavate lepingutega, Amsterdami ülikool: Euroopa leinguõiguse uurimise keskus (Centre for the Study of European Contract Law, CSECL), teabeõiguse instituut (Institute for Information Law, IViR); Amsterdami õigus- ja majanduskeskus (Amsterdam Centre for Law and Economics, ACLE)
64. EL Siseturu- ja tarbijakaitsekomisjoni raport muudetud ettepaneku kohta võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv kaupade müügilepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta, millega muudetakse Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrust (EÜ) nr 2006/2004 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2009/22/EÜ ning tunnistatakse kehtetuks Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv 1999/44/EÜ (COM(2017)0637 – C8-0379/2017 – 2015/0288(COD)). Kättesaadav internetis:  
[http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0043\\_ET.pdf](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0043_ET.pdf) (28.04.2019)
65. Seth, S. (11.04.2018). How much can Facebook potentially make selling your data?. – Investopedia. Kättesaadav internetis:  
<https://www.investopedia.com/tech/how-much-can-facebook-potentially-make-selling-your-data/> (28.04.2019)
66. EL Siseturu- ja tarbijakaitsekomisjoni 27.11.2017. a raport ettepaneku kohta võtta vastu Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvate teatavate aspektide kohta (COM(2015)0634 – C8-0394/2015 –

2015/0287(COD)). Kättesaadav internetis:

[http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0375\\_ET.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0375_ET.html) (28.04.2019)

67. Sutton, M. Mobile phones engineered 'not to last', expert says. 21.10.2014. ABC News.

Kättesaadav internetis:

<https://www.abc.net.au/news/2014-10-17/mobile-phones-engineered-with-built-in-obsolete-science/5818410> (29.04.2019)

68. Euroopa Parlamendi juhendmaterjal PE 635.594 kaupade müügi direktiivi kohta, lk 8.

Kättesaadav internetis:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS\\_BRI\(2019\)635594\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635594/EPRS_BRI(2019)635594_EN.pdf) (29.04.2019)