

Hallituksen esitys eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta sekä eräiksi muiksi laeiksi

ESITYKSEN PÄÄASIALLINEN SISÄLTÖ

Esityksessä ehdotetaan muutettavaksi kuluttajansuojalakia, kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettua lakia, sähkömarkkinalakia, maakaasumarkkinalakia sekä kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöstä. Muutoksilla pantaisiin täytäntöön Euroopan unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamista ja nykyaikaistamista koskeva niin kutsuttu Omnibus-direktiivi sekä toteutettaisiin pääministeri Sanna Marinin hallituksen hallitusohjelman kirjaus puhelin- ja kotimyyntin rajoittamisesta ja sääntelyn tiukentamisesta kuluttajan suojaksi. Kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muutoksella pantaisiin puolestaan täytäntöön Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi digitaalisesta sisällöstä ja digitaalisista palveluista siltä osin kuin direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavia säännöksiä on sovellettava tietyiltä osin myös ennen 1.1.2022 tehtyihin sopimuksiin.

Ehdotuksen mukaan kuluttajansuojalain kohtuuttomia sopimusehtoja sekä kotimyyntiä ja etämyyntiä koskevien lukujen säännöksiä sovellettaisiin myös sellaisiin kulutushyödykkeitä koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja. Lisäksi lain markkinointia ja menettelytapoja koskevan luvun säännökset koskisivat kulutushyödykkeiden markkinointia myös silloin, kun elinkeinonharjoittajan tarkoituksena on, että kuluttaja luovuttaa henkilötietoja. Sääntely olisi osittain direktiiviin perustuvaa ja osittain kansallista.

Omnibus-direktiivin täytäntöön panemiseksi kuluttajansuojalakiin tehtäisiin erinäisiä muutoksia ja täydennyksiä, jotka koskevat markkinoinnissa annettavia tietoja sekä elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä. Kuluttajansuojalakiin lisättäisiin myös säännökset elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan oikeuksista ja velvollisuuksista kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen. Direktiivin täytäntöön panemiseksi lakiin ehdotetaan lisättäväksi myös säännökset kuluttajan oikeudesta hinnanalennukseen ja vahingonkorvaukseen, kun elinkeinonharjoittaja on rikkonut tai laiminlyönyt noudattaa eräitä kuluttajansuojalain säännöksiä sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteessa.

Kotimyyntiin liittyvien ongelmien vähentämiseksi esityksessä ehdotetaan muun muassa hyödynnettäväksi Omnibus-direktiivin optiota, jonka mukaan peruuttamisoikeus voidaan laajentaa koskemaan tilanteita, joissa sopimus on tehty elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä. Ehdotuksen mukaan kuluttajalla olisi tällaisissa tapauksissa peruuttamisoikeus myös silloin, kun sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan kuluttajan vaatimusten mukaisesti.

Puhelinmyyntisääntelyn tiukentamiseksi esityksessä ehdotetaan kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönottoa puhelinmyynnissä. Ehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittajan olisi puhelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kuluttajalle pysyvällä tavalla. Jos kuluttaja ei puhelinkeskustelun jälkeen pysyvällä tavalla hyväksy elinkeinonharjoittajan toimittamaa tarjousta, sopimus ei sitoisi kuluttajaa. Vahvistusmenettelyn käytön laiminlyönnistä voitaisiin määrätä elinkeinonharjoittajalle seuraamusmaksu. Puhelinmyyntisääntely olisi kansallista.

HE 14/2022 vp

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain säännöksiä seuraamusmaksusta ehdotetaan täydennettäväksi myös Omnibus-direktiivin säännösten täytäntöön panemiseksi. Seuraamusmaksu voitaisiin määrätä tietyin edellytyksin myös, jos elinkeinonharjoittaja jatkaa tuomioistuimen tai kuluttaja-asiamiehen kieltämän sopimattoman menettelyn tai kohtuuttoman sopimusehdon käyttämistä.

Lait on tarkoitettu tulemaan voimaan 28.5.2022, jolloin Omnibus-direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavia säännöksiä on ryhdyttävä soveltamaan. Kirjallista vahvistusmenettelyä koskevien säännösten on kuitenkin tarkoitus tulla voimaan vasta 1.12.2022 lukien.

SISÄLLYS

ESITYKSEN PÄÄASIAALLINEN SISÄLTÖ.....	1
PERUSTELUT	6
1 Asian tausta ja valmistelu	6
1.1 Tausta	6
1.2 Valmistelu	6
2 EU-säädöksen pääasiallinen sisältö	7
2.1 Yleistä	7
2.2 Omnibus-direktiivin pääasiallinen sisältö	8
2.2.1 Johdanto	8
2.2.2 Sopimusehtodirektiivi	8
2.2.3 Hintamerkintädirektiivi	9
2.2.4 Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi	9
2.2.5 Kuluttajaoikeusdirektiivi.....	11
3 Nykytila ja sen arviointi.....	13
3.1 Lainsäädäntö	13
3.1.1 Kuluttajansuojalain soveltamisala.....	13
3.1.2 Kuluttajansuojalain 2 luvun säännökset markkinoinnista ja menettelystä asiakassuhteessa	14
3.1.3 Kotimyynti ja etämyynti	17
3.1.4 Seuraamusmaksut ja muut seuraamukset lainrikkomuksista	20
3.2 Puhelin- ja kotimyyntiä koskevat tilastotiedot ja selvitykset	22
3.2.1 Puhelinmyynti	22
3.2.2 Kotimyynti	27
3.3 Nykytilan arviointi	29
3.3.1 Omnibus-direktiivistä johtuvat muutostarpeet	29
3.3.2 Direktiivin säännökset, jotka eivät edellytä muutoksia voimassa olevaan lainsäädäntöön.....	29
3.3.3 Puhelinmyyntiä koskevat kansalliset muutostarpeet	31
3.3.4 Kotimyyntiä koskevat kansalliset muutostarpeet	32
3.3.5 Digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon liittyvät muutostarpeet	32
4 Ehdotukset ja niiden vaikutukset	32
4.1 Keskeiset ehdotukset.....	32
4.1.1 Yleistä	32
4.1.2 Omnibus-direktiivin täytäntöönpano	32
4.1.3 Kuluttajansuojan parantaminen puhelinmyynnissä.....	36
4.1.4 Kuluttajansuojan parantaminen kotimyyynnissä	39
4.1.5 Digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon liittyvien säännösten ajallinen soveltaminen	40
4.2 Pääasialliset vaikutukset.....	40
4.2.1 Valtionaloudelliset vaikutukset ja vaikutukset viranomaisten toimintaan	40
4.2.2 Vaikutukset kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien asemaan.....	42
4.2.2.1 Kuluttajansuojalain muutokset.....	42
4.2.2.2 Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muutokset	52
4.2.3 Ympäristövaikutukset	53

HE 14/2022 vp

4.2.4 Muut yhteiskunnalliset vaikutukset.....	53
4.2.5 Kuluttajansuojasääntelyn muutoksista aiheutuvat yhteisvaikutukset.....	56
5 Muut toteuttamisvaihtoehdot	56
5.1 Vaihtoehdot ja niiden vaikutukset.....	56
5.1.1 Omnibus-direktiivin täytäntöönpano	56
5.1.2 Puhelinmyyntisääntelyn kiristäminen	58
5.2 Muiden jäsenvaltioiden suunnittelemat tai toteuttamat keinot.....	59
6 Lausuntopalaute.....	62
7 Säännöskohtaiset perustelut.....	65
7.1 Kuluttajansuojalaki	65
7.2 Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta.....	81
7.3 Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista.....	81
7.4 Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta.....	84
7.5 Sähkömarkkinalaki.....	84
7.6 Maakaasumarkkinalaki	84
7.7 Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta.....	85
8 Lakia alemman asteinen sääntely	85
9 Voimaantulo	85
10 Seuranta	86
11 Suhde perustuslakiin ja säätämisyjärjestys	86
11.1 Kirjallinen vahvistusmenettely puhelinmyynnissä.....	86
11.2 Seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen	87
11.3 Kuluttajansuojalain 5 a luvun säännösten soveltaminen ennen lain voimaantuloa tehtyihin sopimuksiin.....	91
LAKIEHDOTUKSET	93
1. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta.....	93
2. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain 6 luvun 25 §:n muuttamisesta	102
3. Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta.....	103
4. Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain 13 §:n muuttamisesta.....	106
5. Laki sähkömarkkinalain muuttamisesta.....	107
6. Laki maakaasumarkkinalain muuttamisesta	108
7. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.....	109
LIITTEET	110
RINNAKKAISTEKSTIT	110
1. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta	110
2. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain 6 luvun 25 §:n muuttamisesta	132
3. Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta.....	133
4. Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain 13 §:n muuttamisesta.....	141
5. Laki sähkömarkkinalain 87 ja 88 §:n muuttamisesta	144
6. Laki maakaasumarkkinalain 71 ja 72 §:n muuttamisesta.....	146

HE 14/2022 vp

7. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta.....	148
ASETUSLUONNOKSET	149
Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun asetuksen 1 §:n muuttamisesta	149
Oikeusministeriön asetus kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annetun asetuksen muuttamisesta.....	150

PERUSTELUT

1 Asian tausta ja valmistelu

1.1 Tausta

Esityksen valmistelun taustalla on kansallista täytäntöönpanoa edellyttävä Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/2161 neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 98/6/EY, 2005/29/EY sekä 2011/83/EU muuttamisesta unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisen ja nykyaikaistamisen osalta (jäljempänä *Omnibus-direktiivi* tai *direktiivi*) sekä pääministeri Sanna Marinin hallituksen hallitusohjelman kirjaus puhelin- ja kotimyynnin rajoittamisesta ja sääntelyn tiukentamisesta kuluttajan suojaksi. Hallitusohjelman kirjaus on osa toimivien oikeusprosessien ja oikeusturvan tavoitteen toteuttamista. (Osallistava ja osaava Suomi – sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävä yhteiskunta, 2019, s. 88 ja 108)

1.2 Valmistelu

EU-säädöksen valmistelu

Komissio antoi 11 päivänä huhtikuuta 2018 ehdotuksen Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviksi, joka koskee neljään EU:n kuluttajansuojadirektiiviin sisältyvien säännösten muuttamista EU:n kuluttajansuojasäännösten täytäntöönpanon paremman valvonnan ja nykyaikaistamisen osalta (KOM (2018) 185 lopullinen).

Samanaikaisesti ehdotuksen kanssa annettiin ehdotus Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviksi kuluttajien yhteisten etujen suojaamiseksi nostettavista edustajakanteista sekä direktiivin 2009/22/EY kumoamisesta (KOM (2018) 184 lopullinen) sekä molempiin direktiiviehdotuksiin liittyvä komission tiedonanto ”Kuluttajat vahvempaan asemaan” (KOM (2018) 183 lopullinen). Ehdotuksesta ja sen kanssa samanaikaisesti annettusta edustajakanteita koskevasta direktiiviehdotuksesta tehtiin yhteinen vaikutustendarviointi (SWD (2018) 96 lopullinen) ja siitä tiivistelmä (SWD (2018) 98 lopullinen).

Ehdotuksen tavoitteena oli parantaa kuluttajansuojasäännösten noudattamista sekä nykyaikaistaa eräitä kuluttajansuojasäännöksiä ja poistaa yrityksille aiheutuvia tarpeettomia kustannuksia. Ehdotus pohjautui komission tekemään niin kutsuttuun REFIT-toimivuustarkastukseen, jossa laaja-alaisesti arvioitiin EU:n kuluttajansuojasäännöksiä, ja kuluttajan oikeuksista annetusta direktiivistä tehtyyn erillisarviointiin. REFIT-toimivuustarkastuksen perusteella komissio katsoi, että EU:n kuluttajansuojasäännökset ovat yleisesti ottaen tarkoituksenmukaisia, mutta niitä on sovellettava ja valvottava tehokkaammin. Lisäksi arvioinnissa yksilöitiin aloja, joilla EU:n kuluttajansuojasäännöksiä voitaisiin päivittää ja parantaa.

Oikeusministeriö järjesti ehdotuksesta 9.5.2018 kuulemistilaisuuden, johon oli kutsuttu keskeiset viranomaiset ja elinkeinoelämän ja kuluttajien järjestöt. Ehdotusta koskeva U-kirjelmäluonnos käsiteltiin kirjallisessa menettelyssä 11.–16.5.2018 EU-jaostossa 8 (sisämarkkinat). Ehdotuksesta laadittiin U-kirjelmä U 26/2018 vp. Eduskunnassa ehdotusta käsiteltiin talousvaliokunnassa (TaVL 35/2018 vp) ja lakivaliokunnassa (LaVL 14/2018 vp). Suuri valiokunta yhtyi erikoisvaliokuntien lausuntojen mukaisesti valtioneuvoston kantaan (SuVEK 93/2018 vp).

Suomi piti ehdotuksessa hyvänä tavoitetta parantaa EU:n kuluttajansuojasäännösten noudattamista ja säännösten päivittämistä tarkkaan kohdennetusti. Rikkomusten seuraamusten tarkempaa sääntelyä pidettiin johdonmukaisena jatkona uudelle CPC-asetukselle ((EU) 2017/2394), jolla pyritään turvaamaan valvontaviranomaisille riittävät keinot puuttua rajat ylittäviin rikkomuksiin. Suomi suhtautui myös lähtökohtaisesti myönteisesti siihen, että kuluttajan oikeutta saada hyvitystä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevien säännösten rikkomistapauksissa edesautettaisiin. Suomi esitti kuitenkin huolensa siitä, että kuluttajan sopimusoikeudelliset oikeussuojakeinot hajautuisivat eri EU-säädöksiin ja että ehdotettu sääntely ei olisi sopusoinnussa neuvoteltavien muiden sopimusoikeudellisten EU-säännösten kanssa, joiden mukaan oikeus päättää sopimus on vasta viimesijaisesti kuluttajan käytössä oleva oikeussuojakeino.

Suomi kiinnitti edelleen huomiota siihen, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin ehdotettiin muutoksia myös koskien erilaatuisten tuotteiden harhaanjohtavaa markkinointia. Suomen mukaan neuvottelujen kuluessa oli pyrittävä selvittämään, olivatko erilaatuisiin tuotteisiin liittyvät erityissäännökset tarpeellisia ja käytännössä toimivia. Suomi kannatti pääpiirteissään kuluttajan oikeuksista annettuun direktiiviin ehdotettuja muutoksia. Suomen mukaan ehdotetuilla muutoksilla linjattiin direktiivin soveltamisala osaltaan yhtenäiseksi tuolloin valmisteilla olleen digitaalisia sisältöjä ja digitaalisia palveluja koskevan direktiivin soveltamisalan kanssa, muutettiin kuluttajan peruuttamisoikeuteen liittyviä säännöksiä molempien sopimusosapuolten kannalta tasapainoisemmiksi sekä lisättiin verkossa toimivien markkina- paikkojen läpinäkyvyyttä kuluttajien kannalta.

Direktiivi julkaistiin virallisessa lehdessä 18.12.2019, EUVL L 328, s. 7–28.

Hallituksen esityksen valmistelu

Oikeusministeriö asetti 21.12.2020 työryhmän, jonka tehtävänä oli valmistella ehdotus Omnibus-direktiivin täytäntöön panemiseksi tarvittavasta lainsäädännöstä sekä ehdotus puhelin- ja kotimyyntiä koskevien säännösten tiukentamisesta kuluttajansuojan parantamiseksi. Työryhmän toimikaudeksi asetettiin 1.1.–15.6.2021.

Työryhmässä olivat jäseninä oikeusministeriön, työ- ja elinkeinoministeriön, Kilpailu- ja kuluttajaviraston/kuluttaja-asiamiehen, Elinkeinoelämän keskusliitto ry:n, Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry:n ja Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry:n edustajat. Työnsä aikana työryhmä kuuli Medialiitto ry:tä, Energiateollisuus ry:tä, Paikallisvoima ry:tä, Suomen Yrittäjät ry:tä ja Valtaa vanhuus -verkostoa.

Työryhmän mietintö (Kuluttajansuojan Omnibus-direktiivin täytäntöönpano sekä puhelin- ja kotimyyntisääntelyn tiukentaminen. Työryhmän mietintö. Mietintöjä ja lausuntoja 2021:22, <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-815-8>) julkaistiin 9.7.2021, ja se oli lausuntokierroksella 9.7.–31.8.2021. Lausuntopalautetta selostetaan jäljempänä esityksen 6 jaksossa.

Jäsenvaltioiden täytäntöönpanotyön tukemiseksi perustettiin myös komission asiantuntijaryhmä, joka koostui EU- ja EFTA-maiden viranomaisista. Asiantuntijaryhmä on kokoontunut neljä kertaa.

2 EU-säädöksen pääasiallinen sisältö

2.1 Yleistä

Omnibus-direktiivi annettiin 27.11.2019. Sillä muutetaan seuraavia direktiivejä:

- neuvoston direktiivi 93/13/ETY kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista (jäljempänä *sopimusehtodirektiivi*),
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/6/ETY kuluttajansuojasta kuluttajille tarjottavien tuotteiden hintojen ilmoittamisessa (jäljempänä *hintamerkintädirektiivi*),
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla (jäljempänä *direktiivi sopimattomista kaupallisista menettelyistä*)
- Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2011/83/EU kuluttajan oikeuksista (jäljempänä *kuluttajaoikeusdirektiivi*)

Omnibus-direktiivin tarkoituksena on ajantasaistaa mainittujen direktiivien säännökset ottaen huomioon muun muassa digitaalisten välineiden jatkuva kehitys sekä lisätä kuluttajansuojaviranomaisten keinovalikoimaa tilanteessa, jossa direktiivien säännöksiä on rikottu. Omnibus-direktiivillä parannetaan myös kuluttajan käytettävissä olevia oikeussuojakeinoja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä rikottaessa. Omnibus-direktiivi on osa EU:n ”Kuluttajat vahvempaan asemaan” -aloitetta (New Deal for Consumers). Yksi aloitteen keskeinen tavoite on säätää unionin laajuisesti kuluttajille uusia tehokkaita oikeussuojakeinoja harhaanjohtavaa markkinointia vastaan tällaisten käytäntöjen kielteisten vaikutusten poistamiseksi, sillä EU:n lainsäädännössä ei ole aiemmin säädetty selkeistä ja riittävästä keinoista tällaisten käytäntöjen kielteisten vaikutusten poistamiseksi.

Omnibus-direktiivi olisi tullut panna täytäntöön viimeistään 28.11.2021, ja sen täytäntöön panemiseksi annettavia säännöksiä on alettava soveltaa 28.5.2022.

2.2 Omnibus-direktiivin pääasiallinen sisältö

2.2.1 Johdanto

Omnibus-direktiivillä tehdyt muutokset sopimusehtodirektiiviin, hintamerkintädirektiiviin, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin ja kuluttajaoikeusdirektiiviin käydään seuraavassa direktiivikohtaisesti lävitse.

2.2.2 Sopimusehtodirektiivi

Sopimusehtodirektiiviin lisätyn uuden 8 b artiklan mukaan jäsenvaltioiden on säädettävä seuraamuksista, joita sovelletaan kyseisen direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomiseen (artiklan 1 kohta). Jäsenvaltiot voivat rajoittaa tällaisten seuraamusten soveltamisen tilanteisiin, joissa sopimusehdot määritellään kansallisessa lainsäädännössä nimenomaisesti kohtuuttomiksi kaikissa olosuhteissa tai joissa myyjä tai toimittaja käyttää edelleen sopimusehtoja, jotka on todettu kohtuuttomiksi direktiivin 7 artiklan 2 kohdan mukaisesti tehdyllä lainvoimaisella päätöksellä (artiklan 2 kohta). Artiklan 3 kohdassa säädetään tekijöistä, jotka on otettava huomioon seuraamuksia määrättäessä. Tällaisia tekijöitä ovat muun muassa rikkomuksen luonne, vakavuus, laajuus ja kesto, myyjän tai toimittajan kuluttajille aiheutuneen vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi toteuttamat toimet, myyjän tai toimittajan mahdolliset aiemmat rikkomukset sekä myyjälle tai toimittajalle muissa jäsenvaltioissa samasta rikkomuksesta määrättyt seuraamukset rajat ylittävissä tapauksissa, jos tiedot tällaisista seuraamuksista ovat saatavilla CPC-asetuksella ((EU) 2017/2394) perustetun mekanismin kautta. Artiklan 4 kohdan mukaan määrättäessä seuraamuksia CPC-asetuksen 21 artiklan mukaisesti, säännöksiin on sisällytettävä mahdollisuus joko määrätä sakkoja hallinnollisten menettelyjen kautta tai panna vireille

oikeudenkäyntimenettelyjä sakkojen määräämiseksi taikka molemmat siten, että tällaisten sakkojen enimmäismäärä on vähintään neljä prosenttia myyjän tai toimittajan vuotuisesta liikevaihdosta kyseisessä yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa. Jos tiedot myyjän tai toimittajan vuotuisesta liikevaihdosta eivät ole saatavilla, jäsenvaltioiden on artiklan 5 kohdan mukaan otettava käyttöön mahdollisuus määrätä sakkoja, joiden enimmäismäärä on vähintään kaksi miljoonaa euroa.

2.2.3 Hintamerkintädirektiivi

Hintamerkintädirektiiviin lisätyssä uudessa 6 a artiklassa säädetään hinnanalennuksen ilmoittamisesta. Hinnanalennusta koskevassa ilmoituksessa on ilmoitettava elinkeinonharjoittajan hinnanalennuksen soveltamista edeltävänä tietynä ajanjaksona soveltama aiempi hinta. Kyseinen ajanjakso ei saa olla 30 päivää lyhyempi. (artiklan 1 ja 2 kohta). Artiklan 3–5 kohta sisältää optioita, joita jäsenvaltiot voivat harkintansa mukaan ottaa käyttöön. Artiklan 3 kohdan option mukaan jäsenvaltiot voivat ottaa käyttöön erilaisia sääntöjä tavaroille, jotka voivat pilaantua tai vanhentua nopeasti. Jos tuote on ollut markkinoilla alle 30 päivää, jäsenvaltiot voivat artiklan 4 kohdan mukaan myös säätää 2 kohdassa säädettyä lyhyemmästä ajanjaksosta. Jäsenvaltiot voivat artiklan 5 kohdan mukaan säätää, että kun hinnanalennusta suurennetaan asteittain, aiempi hinta on hinta ilman hinnanalennusta ennen hinnanalennuksen ensimmäistä soveltamista.

Hintamerkintädirektiivin muutetussa 8 artiklassa säädetään direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomisesta. Seuraamusten on oltava tehokkaita, oikeasuhteisia ja varoitavia. Seuraamuksia määrättäessä on otettava huomioon rikkomuksen luonne, vakavuus, laajuus ja kesto, myyjän tai toimittajan kuluttajille aiheutuneen vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi toteuttamat toimet, myyjän tai toimittajan mahdolliset aiemmat rikkomukset, myyjän tai toimittajan rikkomuksen vuoksi saamat taloudelliset edut tai välttämät tappiot, jos asiaa koskevat tiedot ovat saatavilla, myyjälle tai toimittajalle muissa jäsenvaltioissa samasta rikkomuksesta määrättyt seuraamukset rajat ylittävissä tapauksissa, jos tiedot tällaisista seuraamuksista ovat saatavilla CPC-asetuksella perustetun mekanismin kautta, sekä mahdolliset muut tapauksen olosuhteisiin sovellettavat raskauttavat tai lieventävät tekijät.

2.2.4 Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan määritelmiä on päivitetty. Tuotteen määritelmä on laajennettu koskemaan myös digitaalista palvelua ja sisältöä (artiklan 1 kohdan c alakohta). Artiklaan on myös lisätty järjestyksen määritelmä, jolla tarkoitetaan suhteellista sijoitusta, jonka elinkeinonharjoittajat antavat tuotteille, kun ne esittävät, järjestävät tai antavat ne tiedoksi riippumatta teknologisista välineistä, joita esittämiseen, järjestämiseen tai tiedoksiantamiseen käytetään, sekä verkossa toimivan markkinapaikan määritelmä, jolla tarkoitetaan palvelua, joka antaa kuluttajille mahdollisuuden tehdä etäsopimuksia muiden elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien kanssa hyödyntäen elinkeinonharjoittajan käyttämää tai hänen puolestaan käytettyä ohjelmaa, mukaan lukien verkkosivustot tai niiden osat tai sovellukset (artiklan 1 kohdan m ja n alakohta).

Myös direktiivin 3 artiklan 5 kohta on päivitetty. Kohdan mukaan direktiivi ei estä jäsenvaltioita antamasta säännöksiä kuluttajien oikeutettujen etujen suojaamiseksi, kun kyseessä ovat aggressiiviset tai harhaanjohtavat markkinointi- tai myyntimenettelyt elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tuotteiden esitleminen tai myyminen kuluttajalle.

Direktiivin 6 artiklassa määritellään harhaanjohtavat kaupalliset menettelyt. Artiklaan tehdyn lisäyksen mukaan harhaanjohtavana voidaan pitää tavaran markkinointia jossakin jäsenvaltiossa samanlaisena kuin muissa jäsenvaltioissa markkinoitava tavara, vaikka kyseinen tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, paitsi jos tämä on oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi perusteltua (artiklan 2 kohdan c alakohta).

Direktiivin 7 artiklassa säädetään harhaanjohtavasta tietojen ilmoittamatta jättämisestä. Artiklan 4 kohdan d alakohta on muutettu siten, ettei harhaanjohtavana olisi enää pidettävä asiakasvalituksia koskevien käytäntöjen ilmoittamatta jättämistä. Artiklan 4 kohdan f alakohtaan tehdyn lisäyksen mukaan tietojen harhaanjohtavana ilmoittamatta jättäminen olisi pidettävä myös sitä, onko tuotteet tarjoava kolmas osapuoli elinkeinonharjoittaja vai muu taho, kun tuotteita tarjotaan verkossa toimivilla markkinapaikoilla. Jos kuluttajille annetaan mahdollisuus hakea eri elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien tarjoamia tuotteita hakusanan, lausekkeen tai muun syötötiedon muodossa tehdyn haun perusteella, artiklaan lisätyn 4 a kohdan mukaan olennaisina tietoina pidetään myös sellaisia tietoja, jotka on asetettu saataville hakutulosten esittämissivulta suoraan ja helposti saatavilla olevaan tiettyyn verkkorajapinnan osioon ja jotka koskevat keskeisiä kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien tuotteiden järjestystä määrittäviä muuttujia ja näiden muuttujien suhteellista merkitystä verrattuna muihin muuttujiin riippumatta siitä, missä liiketoimet viime kädessä toteutetaan. Lisäksi artiklaan lisätyn 6 kohdan mukaan tilanteissa, jossa elinkeinonharjoittaja julkaisee tuotteita koskevia kuluttaja-arvosteluja, olennaisena pidetään tietoa siitä, varmistaako elinkeinonharjoittaja, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, ja miten elinkeinonharjoittaja varmistaa tämän.

Direktiiviin lisätyssä 11 a artiklassa säädetään kuluttajan oikeussuojakeinoista. Artiklan 1 kohdan mukaan sopimattomien kaupallisten menettelyjen vuoksi vahinkoa kärsineillä kuluttajilla on oltava käytössään oikeasuhteisia ja tehokkaita oikeussuojakeinoja, mukaan lukien korvaus kuluttajalle aiheutuneista vahingoista ja tarvittaessa hinnanalennus tai sopimuksen purkaminen. Jäsenvaltiot voivat määrittää oikeussuojakeinojen soveltamista ja vaikutuksia koskevat edellytykset. Jäsenvaltiot voivat tarvittaessa ottaa huomioon sopimattoman kaupallisen menettelyn vakavuuden ja luonteen, kuluttajalle aiheutuneen vahingon ja muut asiaan liittyvät olosuhteet.

Direktiivin 13 artiklassa säädetään direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomisesta aiheutuvista seuraamuksista. Muutetun artiklan 1 kohdan mukaan jäsenvaltioiden on säädettävä seuraamuksista, joita sovelletaan direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomiseen, ja toteutettava kaikki tarvittavat toimenpiteet seuraamusten täytäntöönpanon varmistamiseksi. Artiklan 2 kohdan mukaan seuraamusten on oltava tehokkaita, oikeasuhteisia ja varoittavia. Edelleen saman kohdan mukaan seuraamuksia määrättäessä on otettava huomioon samoja seikkoja kuin sopimusehtodirektiivin 8 b artiklan 3 kohdassa säädetään. Artiklan 3 kohdan mukaan määrättäessä seuraamuksia CPC-asetuksen 21 artiklan mukaisesti, säännöksiin on sisällytettävä mahdollisuus joko määrätä sakkoja hallinnollisten menettelyjen kautta tai panna vireille oikeudenkäyntimenettelyjä sakkojen määräämiseksi taikka molemmat siten, että tällaisten sakkojen enimmäismäärä on vähintään neljä prosenttia myyjän tai toimittajan vuotuisesta liikevaihdosta kyseisessä yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa. Jäsenvaltiot voivat edelleen saman kohdan mukaan rajoittaa sakkojen määräämisen valtiosääntönsä liittyvistä syistä direktiivin 6–9 artiklassa ja liitteessä I tarkoitettuihin rikkomuksiin ja sellaisiin tilanteisiin, joissa on kyse elinkeinonharjoittajan jatkuvasta sellaisen kaupallisen menettelyn käyttämisestä, jonka toimivaltainen kansallinen viranomais- tai tuomioistuin on todennut sopimattomaksi. Jos tiedot myyjän tai toimittajan vuotuisesta liikevaihdosta eivät ole saatavilla, jäsenvaltioiden on artiklan 4 kohdan mukaan otettava käyttöön mahdollisuus määrätä sakkoja, joiden enimmäismäärä on vähintään kaksi miljoonaa euroa.

Direktiivin I liitteeseen sellaisista kaupallisista menettelyistä, joita on pidettävä aina sopimattomana, on lisäksi lisätty uusia alakohtia. Sopimattomana olisi pidettävä hakutulosten antamista kuluttajan verkossa tekemään hakukyselyyn ilmoittamatta selvästi maksetusta mainonnasta tai maksusta, jonka nimenomaisena tarkoituksena on tuotteiden asettaminen järjestyksessä korkeammalle hakutuloksissa (11 a alakohta). Sopimatonta olisi myös tapahtumalippujen jälleennynti kuluttajille, jos elinkeinonharjoittaja on hankkinut liput käyttäen automaattisia keinoja, joilla kierretään yksittäisen henkilön ostamien lippujen määrälle asetettua rajoitusta tai muita lippujen ostamiseen sovellettavia sääntöjä (23 a alakohta), sekä elinkeinonharjoittajan ilmoitus, jonka mukaan tuotearvostelut ovat kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, toteuttamatta kohtuullisia ja oikeasuhteisia toimia sen tarkistamiseksi, että arvostelut ovat peräisin tällaisilta kuluttajilta (23 b alakohta). Myös tekaistujen kuluttaja-arvostelujen tai suosittelujen esittäminen tai tämän antaminen toimeksi muulle oikeushenkilölle tai luonnolliselle henkilölle taikka kuluttaja-arvostelujen tai sosiaalisen median suosittelujen vääristeleminen tuotteiden myynnin edistämiseksi olisi sopimatonta kaupallista menettelyä (23 c alakohta).

2.2.5 Kuluttajaoikeusdirektiivi

Kuluttajaoikeusdirektiivin 2 artiklassa säädetään direktiivissä käytetyistä määritelmistä. Artiklan 1 kohdan 3 alakohdan mukaista tavarankäytön määritelmää on muutettu viittaamalla tavarankauppadirektiivin (EU) 2019/771 mukaiseen määritelmään. Samaan kohtaan on lisätty uusi 4 a alakohta, jossa määritellään henkilötieto. Kohdan mukaan henkilötiedoilla tarkoitetaan Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2016/6794 artiklan 1 alakohdassa määritellyjä henkilötietoja. Saman kohdan 5, 6 ja 11 alakohdan määritelmiä myyntisopimuksesta, palvelusopimuksesta ja digitaalisesta sisällöstä on muutettu. Lisäksi kohtaan on lisätty uusina määritelmänä digitaalinen palvelu (16 alakohta), verkossa toimiva markkinapaikka (17 alakohta), verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja (18 alakohta), yhteensopivuus (19 alakohta), toimivuus (20 alakohta) ja yhteentoimivuus (21 alakohta).

Kuluttajaoikeusdirektiiviin soveltamisalaa koskevaan 3 artiklaan on lisätty uusi 1 a kohta. Kyseisen kohdan mukaan direktiiviä sovelletaan myös silloin, kun elinkeinonharjoittaja toimittaa tai sitoutuu toimittamaan kuluttajalle digitaalisen sisällön, jota ei toimiteta aineellisella välineellä, tai digitaalisen palvelun ja kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja. Direktiiviä ei sovelleta kuitenkaan silloin, kun elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan digitaalisen sisällön toimittamista tai digitaalisen palvelun suorittamista varten taikka voidakseen täyttää elinkeinonharjoittajaa koskevat lakisääteiset vaatimukset, eikä elinkeinonharjoittaja käsittele näitä tietoja mitään muuta tarkoitusta varten.

Lisäksi kuluttajaoikeusdirektiivin soveltamisalaa koskevan 3 artiklan 3 kohdan k alakohtaa on muutettu siten, että matkustajaliikenteen palveluita koskee aiempien säännösten lisäksi direktiivin 21 artikla. Direktiivin soveltamisalan ulkopuolelle on rajattu tavarat, jotka myydään pakko- huutokaupalla tai muuten lain nojalla (3 kohdan n alakohta).

Kuluttajaoikeusdirektiivin 5 artiklan 1 kohdassa säädetään muussa kuin koti- ja etämyynnissä annettavista ennakkotiedoista. Kyseistä kohtaa on muutettu muun muassa siten, että kuluttajalle on annettava tavaroiden lisäksi tieto digitaalisen sisällön ja digitaalisten palvelujen sopimukseen mukaisuutta koskevasta lakisääteisestä vastuusta ja lisäksi tapauksen mukaan maininta kaupanteon jälkeisten palvelujen ja kaupallisen takuun saatavuudesta ja ehdoista (e alakohta) sekä tapauksen mukaan digitaalisia elementtejä sisältävien tavaroiden, digitaalisen sisällön ja digitaalisten palvelujen toimivuudesta, mukaan lukien sovellettava tekninen suojaus (g alakohta) ja tapauksen mukaan digitaalisia elementtejä sisältävien tavaroiden, digitaalisen sisällön ja digi-

taalien palvelujen yhteensopivuudesta ja yhteentoimivuudesta siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja on siitä tietoinen tai siltä osin kuin hänen voidaan kohtuudella olettaa olleen siitä tietoinen (h alakohta).

Kuluttajaoikeusdirektiivin 6 artiklassa säädetään koti- ja etämyynissä annettavista ennakkotiedoista. Kyseisen artiklan 1 kohtaa on muutettu muun muassa siten, että elinkeinonharjoittajan ei tarvitse enää antaa faksinumeroaan, mutta sen sijaan on annettava sähköpostiosoite. Lisäksi elinkeinonharjoittaja voi ilmoittaa jonkin muun sähköisen viestintäkeinoon. Tällaisen viestintäkeinoon tulee mahdollistaa se, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa elinkeinonharjoittajan kanssa käymänsä viestinvaihdon muuttumattomana. (c alakohta) Kuluttajalle on lisäksi annettava tarvittaessa tieto siitä, että kulutushyödykkeen hinta on yksilöity automaattisen päätöksenteon perusteella. Tiedonantovelvollisuuden piiriin on myös lisätty digitaalista sisältöä ja palvelua koskevat tiedot. Lisäksi artiklan 4 kohtaa on muutettu siten, ettei elinkeinonharjoittajan tarvitse enää toimittaa kaikissa etämyyntitilanteissa kuluttajalle malliperuuttamislomaketta.

Kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätyssä uudessa 6 a artiklassa säädetään verkossa toimivilla markkinapaikoilla tehtyihin sopimuksiin liittyvistä tiedonantoa koskevista lisävaatimuksista. Artiklan 1 kohdan mukaan kuluttajalle on annettava tiedot hakukyselyiden järjestystä määrittävistä muuttujista ja näiden muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Lisäksi kuluttajalle on annettava tieto siitä, onko hyödykkeitä tarjoava kolmas osapuoli elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Jos kolmas osapuoli ei ole elinkeinonharjoittaja, kuluttajalle on annettava tieto siitä, että sopimukseen ei sovelleta unionin kuluttajansuojalainsäädännöstä johtuvia kuluttajan oikeuksia. Kuluttajalle on myös tarvittaessa annettava tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat hyödykkeen tarjoavan kolmannen osapuolen ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä. Jäsenvaltiot voivat artiklan 2 kohtaan sisältyvän option mukaan asettaa verkossa toimiville markkinapaikan tarjoajille tiedonantoa koskevia lisävaatimuksia.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 7 artiklan 3 kohdassa ja 8 artiklan 8 kohdassa säädetään palvelujen toimittamisen aloittamisesta peruuttamisaikana. Kyseisiin säännöksiin on tehty eräitä muutoksia. Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus ja jos kuluttaja haluaa, että palvelu aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, elinkeinonharjoittajan on edellytettävä, että kuluttaja tekee tällaisen nimenomaisen pyynnön, ja pyydetty kuluttajaa ilmaisemaan hyväksyvänsä, että kuluttajalla ei enää ole peruuttamisoikeutta, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan.

Kuluttajaoikeusdirektiivin mukaan kuluttajalla on pääsääntöisesti oikeus peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus 14 päivän kuluessa (9 artiklan 1 kohta). Artiklaan lisätyn uuden 1 a kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat antaa säännöksiä, joiden mukaisesti 1 kohdassa tarkoitettu 14 päivän pituinen peruuttamisen määräaika pidennetään 30 päivään sopimuksissa, jotka tehdään elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tuotteiden esittelemine tai myyminen kuluttajalle.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 13 artiklassa säädetään elinkeinonharjoittajan velvollisuuksista peruuttamistapauksissa ja 14 artiklassa kuluttajan velvollisuuksista vastaavissa tapauksissa. Direktiivin 13 artiklaan lisätyissä uusissa 4–8 kohdassa säädetään digitaalista sisältöä ja palvelua koskevan sopimuksen peruuttamiseen liittyvistä elinkeinonharjoittajan velvoitteista. Säännösten mukaan kuluttajan peruuttaessa sopimuksen elinkeinonharjoittajan on lähtökohtaisesti pidättäydyttävä käyttämästä kuluttajan digitaalista sisältöä tai palvelua käyttäessään luovuttamaa tai luomaa muuta sisältöä kuin henkilötietoja. Elinkeinonharjoittajan on lisäksi kuluttajan pyynn-

nöstä annettava kuluttajan saataville henkilötietoja lukuun ottamatta kaikki sisältö, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään digitaalista sisältöä tai palvelua. Henkilötietojen suhteen elinkeinonharjoittajan on noudatettava asetuksen (EU) 2016/679 mukaisesti sovellettavia velvoitteita. Direktiivin 14 artiklaan lisätyn uuden 2 a kohdan mukaan sopimuksen peruuttamisen jälkeen kuluttajan on pidättäydyttävä käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua ja saattamasta sitä kolmansien osapuolten saataville.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 16 artiklassa säädetään peruuttamisoikeutta koskevista poikkeuksista. Artiklan 1 kohdan a alakohtaa ja m alakohtaa on muutettu. Kohdan a alakohdan mukaan peruuttamisoikeutta ei ole, jos kyse on palvelusopimuksista, joiden osalta palvelu on kokonaan suoritettu. Silloin, kun sopimuksessa asetetaan kuluttajalle maksuvelvollisuus, edellytyksenä on lisäksi, että sopimuksen täyttäminen on alkanut kuluttajan nimenomaisella ennakkosuostumuksella ja hyväksynnän ilmaisemisella siitä, että hän menettää peruuttamisoikeutensa, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Saman kohdan m alakohdan mukaan peruuttamisoikeutta ei ole myöskään tilanteessa, jossa on kyse sellaisen digitaalisen sisällön toimittamista koskevista sopimuksista, jota ei toimiteta aineellisella välineellä, jos sopimuksen täyttäminen on alkanut ja, kun sopimuksessa kuluttajalle asetetaan maksuvelvollisuus, jos i) kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisoikeuden voimassaolon aikana; ii) kuluttaja on ilmaissut hyväksyvänsä, että hän näin ollen menettää peruuttamisoikeutensa; ja iii) elinkeinonharjoittaja on toimittanut vahvistuksen 7 artiklan 2 kohdan tai 8 artiklan 7 kohdan mukaisesti.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 16 artiklaan lisätyn uuden 2 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat kuluttajien oikeutettujen etujen suojaamiseksi aggressiivisten tai harhaanjohtavien markkinointi- tai myyntimenettelyjen osalta poiketa artiklan 1 kohdan a, b, c ja e alakohdan mukaisista peruuttamisoikeuteen tehtävistä poikkeuksista sopimuksissa, jotka tehdään elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tavaroiden tai palvelujen esitleminen tai myyminen kuluttajalle. Jäsenvaltiot voivat uuden 3 kohdan mukaan säätää, että kuluttaja menettää peruuttamisoikeuden, kun on kyse palvelusopimuksista, joiden osalta palvelu on kokonaan suoritettu ja joihin liittyen kuluttaja on nimenomaisesti pyytänyt elinkeinonharjoittajaa käymään luonaan korjaustöiden tekemiseksi, ja edellyttäen, että palvelun suorittaminen on alkanut kuluttajan nimenomaisella ennakkosuostumuksella ja kun sopimuksessa kuluttajalle asetetaan maksuvelvollisuus.

Direktiivin 24 artiklassa säädetään direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomisesta aiheutuvista seuraamuksista. Muutettu artikla vastaa sisällöltään sopimusehtodirektiiviin lisättyä 8 b artiklaa, lukuun ottamatta viimeksi mainitun artiklan 2 kohtaa.

Direktiivin liitteessä I olevaan malliperuuttamislomakkeeseen on myös tehty joitakin vähäisiä muutoksia.

3 Nykytila ja sen arviointi

3.1 Lainsäädäntö

3.1.1 Kuluttajansuojalain soveltamisala

Kuluttajansuojalakia (38/1978) sovelletaan kulutushyödykkeiden tarjontaan, myyntiin ja muuhun markkinointiin elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lakia sovelletaan myös, kun elinkeinonharjoittaja välittää hyödykkeitä kuluttajille. (1 luvun 1 §:n 1 mom.)

Kulutushyödykkeellä tarkoitetaan laissa tavaroita, palveluksia sekä muita hyödykkeitä ja etuuksia, joita tarjotaan luonnollisille henkilöille tai joita tällaiset henkilöt olennaisessa määrässä hankkivat yksityistä talouttaan varten (1 luvun 3 §). Kulutushyödykkeen määritelmä on tarkoituksella laaja (HE 360/1992 vp, s. 7–8), ja pääsääntöisesti kaikki elinkeinonharjoittajan kuluttajalle markkinoimat hyödykkeet kuuluvat lain soveltamisalaan. Kulutushyödykkeen määritelmä pitää sisällään myös esimerkiksi digitaaliset palvelut ja digitaaliset sisällöt.

Kuluttajana pidetään laissa luonnollista henkilöä, joka hankkii kulutushyödykkeen pääasiassa muuhun tarkoitukseen kuin harjoittamaansa elinkeinotoimintaa varten (1 luvun 4 §). Elinkeinonharjoittajalla tarkoitetaan laissa luonnollista henkilöä taikka yksityistä tai julkista oikeushenkilöä, joka tuloa tai muuta taloudellista hyötyä saadakseen ammatillisesti pitää kaupan, myy tai muutoin tarjoaa kulutushyödykkeitä vastiketta vastaan hankittaviksi (1 luvun 5 §).

3.1.2 Kuluttajansuojalain 2 luvun säännökset markkinoinnista ja menettelystä asiakassuhteessa

Hinnanalennusilmoitukset

Hinnanalennusilmoituksista säädetään kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:ssä, jonka mukaan kulutushyödykkeen hintaa ei saa ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan. Suomessa on hinnanalennuksen lähtökohtana pidetty elinkeinonharjoittajan itsensä normaalisti perimää hintaa, ei kilpailijoiden hintoja tai yleistä hintatasoa. Vertailuhintana on pidettävä sitä hintaa, josta hyödykettä on tarjottu kuluttajille välittömästi aikaisemmin. Alennuksen on muodostuttava samassa toimipaikassa tavarasta tai palveluksesta aikaisemmin peritystä hinnasta, eikä hintaa saa ilmoittaa alennetuksi sillä perusteella, että saman elinkeinonharjoittajan toisessa liikkeessä on peritty tai peritään korkeampaa hintaa samasta tavarasta tai palveluksesta. (HE 8/1977 vp, s. 27; HE 32/2008 vp, s. 27) Markkinaoikeus on ratkaisussaan MAO:160/19 katsonut, että mainittua 2 luvun 11 §:n säännöstä yhdessä luvun 3 §:n 2 momentin kanssa on pidettävä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastaisena siltä osin kuin säännöksellä yleisesti ja ennalta ehkäisevästi kielletään kulutushyödykkeen hinnan ilmoittaminen alennetuksi enemmän kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan siitä riippumatta, onko menettelyn sopimattomuutta arvioitu direktiivin 5–9 artiklassa asetettujen perusteiden nojalla (ks. vastaavasti tuomio 23.4.2009, VTB-VAB ja Galatea, C-261/07 ja C-299/07, EU:C:2009:244, 62 kohta). Markkinaoikeus on katsonut, että kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:n säännöksessä tarkoitettua menettelytapaa voidaan edelleen arvioida esimerkiksi kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n nojalla, jolla kielletään totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien tietojen antaminen markkinoinnissa.

Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja

Kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:ssä kielletään antamasta markkinoinnissa tai asiakassuhteessa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee sellaisen ostopäätöksen tai muun sellaisen kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt. Pykälän 2 momentti sisältää esimerkkiluettelon niistä seikoista, joita totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea. Momentti perustuu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan a–g alakohtiin sekä osittain 2 kohdan b alakohtaan. Lisäksi luetteloon on lisätty eräitä seikkoja, joita sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei nimenomaisesti mainita, mutta joista käytännössä on annettu totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja. Koska luettelossa on

kysymys esimerkeistä, muunkinlaiset kuin momentissa mainitut tiedot voivat olla totuudenvastaisia ja harhaanjohtavia.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liite I on pantu täytäntöön valtioneuvoston asetuksella kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa (601/2008). Mainitussa asetuksessa, joka täydentää kuluttajansuojalain 2 lukuun, säädetään niistä menettelyistä, joita pidetään kaikissa tapauksissa harhaanjohtavina tai aggressiivisina ja siten kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:ssä tarkoitetulla tavalla sopimattomina. Asetuksessa mainitut menettelyt ovat aina kiellettyjä ilman erityistä kokonaisarviointia.

Tiedonantovelvoitteet

Kuluttajansuojalain 2 luvun 8 §:ssä säädetään tietojenantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä. Säännöksen mukaan silloin, kun tarjotaan yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan, markkinoinnista on käytävä ilmi tietyt perustiedot. Markkinoinnista on muun muassa käytävä ilmi maksua, toimitusta, sopimuksen täyttämistä ja asiakasvalituksia koskevat käytännöt, jos ne poikkeavat siitä, mitä kuluttajilla on yleensä aihetta olettaa (pykälän 5 kohta). Jos elinkeinonharjoittajan käytännöt näissä kysymyksissä vastaavat asianmukaisia, tyypillisiä käytäntöjä hänen toimialallaan, ei niistä ole mainittava markkinoinnissa. Jos käytäntö taas poikkeaa toimialalla vallitsevasta tyypillisestä käytännöstä, eikä elinkeinonharjoittaja tällaisessa tilanteessa ilmoita markkinoinnissaan esimerkiksi sen asiakasvalituksia koskevasta käytännöstä, menettely voi olla kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n 2 momentin 5 kohdan nojalla harhaanjohtavien tietojen antamista.

Mainitun luvun 8 a §:ssä säädetään elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuudesta ennen kulutushyödykesopimuksen tekemistä. Pykälää sovelletaan muussa kuin koti- ja etämyynnissä, eli soveltamisalaan kuuluvat ennen muuta perinteiset myyjän liiketiloissa tehtävät sopimukset, jollei 2 momentin soveltamisalarajauksista muuta johdu. Pykälällä täydennetään muualla laissa säädettyjä tiedonantovelvoitteita, ja sen tarkoituksena on varmistaa, että kuluttaja saa vähintään pykälässä mainitut tiedot ennen sopimuksen tekemistä. Säännöksessä tarkoitettut tiedot on annettava kuluttajalle selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla. Tiedonantovelvollisuuden täyttämiseksi riittävää on, että elinkeinonharjoittaja antaa pykälässä mainitut tiedot kuluttajalle suullisesti. Tiedonantovelvollisuus voidaan täyttää myös siten, että tiedot asetetaan kuluttajan nähtäville myyjän liiketilaan. (HE 157/2013 vp, s. 25)

Kuluttajalle on muun muassa annettava tieto tavaroita koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta. Lisäksi elinkeinonharjoittajan on mainittava asiakastuesta, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista. Tiedot on annettava tarvittaessa eli silloin, kun asiakastukea, palveluja tai takuu tarjotaan. (pykälän 1 momentin 6 kohta). Jos kaupan kohteena on digitaalinen sisältö, kuluttajalle on annettava tieto digitaalisen sisällön toimivuudesta. Kuluttajalle on ilmoitettava myös digitaalisen sisällön yhteentoimivuudesta laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän (pykälän 1 momentin 8 kohta). Digitaalisen sisällön toimivuudella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, onko sisällön käytössä teknisiä rajoituksia, kuten suojausta tai aluekoodausta, joka voi estää sisällön toimimisen tietyssä maassa tai tietyillä laitteilla. Yhteentoimivuudella tarkoitetaan puolestaan esimerkiksi tietoa digitaalisen sisällön käyttämiseen tarvittavasta käyttöjärjestelmästä, sen versiosta sekä tietyistä laitteisto-ominaisuuksista. (HE 157/2013 vp, s. 26)

Kuluttajan oikeussuojakeinot sopimattomien kaupallisten menettelyjen seurauksena

Sopimattoman kaupallisen menettelyn kohteeksi joutunut kuluttaja voi voimassa olevan lainsäädännön mukaan tilanteesta riippuen turvautua joko sopimusoikeudellisiin seuraamuksiin tai vedota sopimuksen pätemättömyyteen. Tilanteessa, jossa sopimusoikeudellisista seuraamuksista ei ole annettu sääntelyä, sovellettavaksi voivat tulla sopimusoikeuden yleiset opit.

Kuluttajalla on tilanteissa, joissa harhaanjohtava markkinointi on johtanut sopimuksen tekemiseen, mahdollisuus turvautua sopimusoikeudellisiin oikeussuojakeinoihin muun muassa kuluttajansuojalain 5 (tavarankauppa), 5 a (digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja koskevat sopimukset), 8 (eräät kuluttajapalvelussopimukset) tai 9 (taloelementtien kauppa ja rakennusrakka) luvussa säädetyn mukaisesti. Oikeusministeriössä on myös vireillä uudistus, jolla kuluttajansuojalakiin lisättäisiin uusi 9 a luku, jota sovellettaisiin henkilöön kohdistuvia palveluja koskeviin sopimuksiin (OM Mietintöjä ja lausuntoja 2020:3). Sopimusoikeudellisista seuraamuksista säädetään myös sopimuskohtaisesti erityislainsäädännössä. Esimerkiksi viestintäpalveluja koskeviin sopimuksiin sovellettavaksi tulevat sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) säännökset.

Jos kuluttaja on tehnyt sopimuksen elinkeinonharjoittajan kanssa aggressiivisen menettelyn seurauksena, kuluttajalla on mahdollisuus vedota sopimuksen pätemättömyyteen varallisuus oikeudellisista oikeustoimista annetun lain (228/1929, jäljempänä *oikeustoimilaki*) nojalla. Kuluttajalla on tällöin oikeus myös vaatia vahingonkorvausta elinkeinonharjoittajalta sopimusoikeuden yleisten oppien nojalla.

Oikeustoimilain 28 ja 29 §:ssä säädetään sopimuksen pätemättömyydestä tilanteissa, joissa osapuoli on oikeudenvastaisesti pakotettu oikeustoimeen. Lain 28 §:n 1 momentin mukaan oikeustoimi, jonka tekemiseen joku on oikeudenvastaisesti pakotettu, ei sido pakotettua, jos pakottamiseen on käytetty väkivaltaista pitelemistä taikka pakottavaa hengen tai terveyden vaaraa käsittelevää uhkausta (niin kutsuttu törkeä pakko). Tällaisella pakolla aikaansaatu oikeustoimi on aina pätemätön. Oikeustoimilain 29 §:ssä mukaan oikeustoimi, jonka tekemiseen joku on toisen oikeudenvastaisesti pakottanut käyttämättä sellaista pakkoa, josta 28 §:ssä puhutaan, ei sido pakotettua, jos se, johon oikeustoimi on kohdistettu, on itse tätä pakkoa käyttänyt, taikka jos hän on tietänyt tai hänen olisi pitänyt tietää, että toinen on oikeustoimen tekijän sen tekemiseen pakottanut (niin kutsuttu lievä pakko). Aggressiivisena menettelynä käytettävällä pakottamisella tarkoitetaan samantyyppisiä menettelyjä kuin oikeustoimilain 28 ja 29 §:ssä (HE 32/2008 vp, s. 27).

Oikeustoimilain 33 §:ssä säädetään puolestaan sopimuksen pätemättömyydestä tilanteissa, joissa sopimus on tehty sellaisissa olosuhteissa, että niistä tietoisesti olisi kunnian vastaista ja arvotonta vedota oikeustoimeen. Kyseisen säännöksen mukaan oikeustointa, jota muuten olisi pidettävä pätevänä, älköön saatettako voimaan, jos se on tehty sellaisissa olosuhteissa, että niistä tietoisesti olisi kunnian vastaista ja arvotonta vedota oikeustoimeen, ja sen, johon oikeustoimi on kohdistettu, täytyy olettaa niistä tietäneen. Oikeustoimilain 28, 29 ja 33 §:n mukaiset tilanteet soveltuvat tapauksiin, joissa on kyse menettelystä, joka ajoittuu ennen sopimuksen tekoajan kohtaa ja joka on johtanut sopimukseen. Siten sellaista aggressiivista menettelyä, joka kohdistuu ajanjaksoon sopimuksen teon jälkeen, ei voida pitää oikeustoimilain 28, 29 ja 33 §:n mukaisena menettelynä. Oikeuskäytäntöä oikeustoimilain soveltamisesta tilanteissa, joissa kuluttaja on joutunut aggressiivisen menettelyn kohteeksi, ei tiettävästi ole.

Kuluttajansuojalaissa ei ole säännöksiä kuluttajan oikeudesta vahingonkorvaukseen tilanteissa, joissa sopimaton menettely ei ole johtanut sopimukseen. Vahingonkorvauslaki (412/1974) voi

tulla tällaisissa tilanteissa sovellettavaksi, mutta sen soveltamista rajoittaa se, että vahingonkorvauslain 5 luvun 1 §:ssä säädetty taloudellisen vahingon korvaamisen edellytykset harvoin täytyvät tämän kaltaisessa tilanteessa. Kuluttajariitalautakunta on ratkaisukäytännössään katsonut, että kuluttajalla voi olla yleisten vahingonkorvausoikeudellisten periaatteiden mukaan oikeus saada korvaus esimerkiksi virheellisen tai puutteellisen markkinoinnin johdosta aiheutuneista turhista matkakuluista, jos kauppa ei synny esimerkiksi kulutushyödykkeen puutteellisen saatavuuden tai myyjän tavarasta antamien, osoitettavissa olleiden virheellisten tai puutteellisten tietojen vuoksi (esimerkiksi ratkaisu dnro 4450/33/11, 30.4.2012).

3.1.3 Kotimyynti ja etämyynti

Yleistä

Kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynnistä kuluttajille säädetään kuluttajansuojalain 6 luvussa. Kotimyyntisopimuksella tarkoitetaan sopimusta, joka tehdään tai jota koskevan tarjouksen kuluttaja tekee muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa osapuolten ollessa samanaikaisesti läsnä. Kotimyyntisopimuksella tarkoitetaan myös sopimusta, joka tehdään elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tai etäviestimellä välittömästi sen jälkeen, kun kuluttajaan on otettu henkilökohtaisesti erikseen yhteyttä paikassa, joka ei ole elinkeinonharjoittajan toimitila, tai elinkeinonharjoittajan järjestämällä tutustumisretkellä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on kulutushyödykkeiden tarjoaminen kuluttajalle. Toimitilalla tarkoitetaan kiinteää myyntipaikkaa, jossa elinkeinonharjoittaja tarjoaa kulutushyödykkeitä vakituisesti tai kausiluonteisesti, tai siirrettävää myyntipaikkaa, jossa elinkeinonharjoittaja tarjoaa kulutushyödykkeitä tavanomaisesti tai kausiluonteisesti. (6 luvun 6 §)

Etämyyntisopimuksella tarkoitetaan etämyyntiä varten luodussa myynti- tai palveluntarjoajajärjestelmässä tehtävää kulutushyödykesopimusta, joka tehdään ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä ja jonka tekemiseen käytetään vain yhtä tai useampaa etäviestintä. Etäviestimellä tarkoitetaan puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa ja muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä. Puhelinmyyntiä ei ole erikseen määritelty kuluttajansuojalaissa, mutta puhelinmyyntiä pidetään etämyyntinä. (6 luvun 7 §)

Kuluttajansuojalain 6 luvun säännöksillä on pantu täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin koti- ja etämyyntiä koskevat säännökset. Luvussa säädetään muun muassa elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuudesta ennen sopimuksen tekemistä (9–12 §), tietojen vahvistamisesta (13 §), peruuttamisoikeudesta (14 §) ja peruuttamisoikeuden rajoituksista (16 §).

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Kuluttajansuojalain 6 luvun 9 §:ssä säädetään tiedoista, jotka kuluttajalle on annettava selkeästi ja ymmärrettävästi ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä. Kuluttajalle on muun muassa annettava elinkeinonharjoittajan puhelin- ja faksinumero sekä sähköpostiosoite, jos nämä ovat käytettävissä (pykälän 1 momentin 4 kohta). Jos kaupan kohteena on digitaalinen sisältö, kuluttajalle on tarvittaessa annettava tieto ensinnäkin sen toimivuudesta. Kuluttajalle on myös annettava tieto digitaalisen sisällön yhteentoimivuudesta laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän. (pykälän 1 momentin 20 kohta).

HE 14/2022 vp

Kuluttajaoikeusdirektiivin liitteenä olevat malliperuuttamisohje ja -lomake on pantu täytäntöön oikeusministeriön asetuksella kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamisohjeista ja peruuttamislomakkeesta (110/2014).

Etämyynnissä 9 §:ssä tarkoitettut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje on annettava tai asetettava ne kuluttajan saataville etäviestimelle soveltuvalla tavalla selkeästi ja ymmärrettävästi. Jos tiedot taikka lomake tai ohje annetaan pysyvällä tavalla, niiden on oltava helposti luettavassa muodossa. (12 §:n 1 mom.) Jos sopimus tehdään käyttämällä etäviestintä, jossa on rajoitetusti tilaa tai aikaa tietojen näyttämiseen, elinkeinonharjoittajan on ennen sopimuksen tekemistä ilmoitettava kyseisellä viestimellä ainakin 6 luvun 9 §:n 1 momentin 1, 2, 6, 7, 10 ja 17 kohdassa tarkoitettut tiedot. Kuluttajalle on annettava kyseisellä välineellä siis ainakin tiedot kulutushyödykkeen pääominaisuuksista, elinkeinonharjoittajan henkilöllisyydestä, hyödykkeen kokonaishinnasta, mahdollisista kokonaishintaan sisällyttämättömistä toimitus- ja muista kuluista, peruuttamisoikeudesta, sopimuksen kestosta ja toistaiseksi voimassa olevien sopimusten osalta niiden päättymistä koskevista ehdoista. (12 §:n 4 mom.) Kuluttajalle tulee tällöin antaa muutkin 9 §:ssä tarkoitettut tiedot sekä mallin mukainen peruuttamislomake, mutta nämä voidaan antaa kuluttajalle ohjaamalla tämä toisen tietolähteen puoleen, kuten tarjoamalla linkki elinkeinonharjoittajan verkkosivustolle, josta nämä ovat suoraan ja helposti saatavissa (HE 157/2013 vp, s. 39).

Kotimyynnissä elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle jäljennös sopimusvahvistuksesta tai allekirjoitetusta sopimuksesta paperilla tai tämän suostumuksella muulla pysyvällä tavalla. (13 §:n 1 mom.) Elinkeinonharjoittajan on toimitettava kuluttajalle vahvistus tehdystä sopimuksesta kohtuullisessa ajassa etämyyntisopimuksen tekemisestä ja viimeistään tavaroiden luovutusajankohtana tai ennen kuin palvelun suorittaminen aloitetaan. Vahvistus on toimitettava pysyvällä tavalla, ja siihen tulee sisältyä kaikki 9 §:ssä tarkoitettut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje, jollei elinkeinonharjoittaja ole toimittanut näitä kuluttajalle pysyvällä tavalla jo aiemmin. (13 §:n 2 mom.)

Jos digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, vahvistuksen tulee sisältää myös 6 luvun 15 §:n 2 momentissa tarkoitettu ennakkosuostumus ja kuluttajalle toimitettu ilmoitus ennakkosuostumuksen vaikutuksesta peruuttamisoikeuteen. (13 §:n 3 mom.)

Peruuttamisoikeus ja sen rajoitukset

Kuluttajalla on pääsääntöisesti oikeus peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus ilmoittamalla peruuttamisesta elinkeinonharjoittajalle viimeistään 14 päivän kuluttua palvelusopimuksen tai sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevan sopimuksen tekemisestä, kauppasopimuksessa tavarain tai viimeisen tavaraerän vastaanottamisesta taikka, jos kyse on tavaroiden säännöllisestä toimittamisesta, ensimmäisen tavaraerän vastaanottamisesta (14 §:n 1 mom.). Peruuttamisoikeudesta on poikkeuksia, joista säädetään 6 luvun 16 §:ssä. Jollei toisin ole sovittu, kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta esimerkiksi siinä tapauksessa, jos palvelu on kokonaan suoritettu tai digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä kuluttajan 15 §:ssä tarkoitettua pyynnön tai suostumuksen johdosta ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta tällaisessa tapauksessa. Peruuttamisoikeutta ei myöskään ole esimerkiksi silloin, kun sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaavaksi. (16 §:n 1 momentin 1 ja 3 kohta).

Elinkeinonharjoittajan tulee antaa kuluttajalle peruuttamisoikeutta koskevat tiedot 6 luvun 9 §:n 1 momentin 10 kohdan mukaisesti. Jos elinkeinonharjoittaja on kuitenkin laiminlyönyt antaa nämä tiedot, peruuttamisaika päättyy 12 kuukauden kuluttua 1 momentissa tarkoitetun määräajan päättymisestä (14 §:n 2 mom.) eli siitä, kun peruuttamisaika olisi päättynyt, jos tiedot olisi annettu vaaditulla tavalla. Jos elinkeinonharjoittaja kuitenkin tämän ajanjakson kuluessa korjaa tilanteen ilmoittamalla peruutusoikeudesta vaaditulla tavalla, peruuttamisaika päättyy 14 päivän kuluttua siitä päivästä, jona kuluttaja sai nämä tiedot.

Palvelun suorittaminen ennen peruuttamisajan päättymistä

Muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on tehnyt tätä koskevan nimenomaisen pyynnön. Etämyynnissä pyyntö voidaan esittää myös suullisesti eli esimerkiksi puhelimesta, mutta kotimyynnissä elinkeinonharjoittajan tulee huolehtia siitä, että kuluttaja tekee tällaisen mahdollisen pyynnön pysyvällä tavalla. (15 §:n 1 mom.).

Sähköisesti toimitettavan digitaalisen sisällön toimittaminen voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on antanut siihen nimenomaisen ennakkosuostumuksensa (15 §:n 2 mom.).

Verkossa toimivia markkinapaikan tarjoajia koskeva sääntely

Suomessa ei ole erityissääntelyä verkossa toimivista markkinapaikan tarjoajista. Kuluttajansuojalaissa säädetään yleisesti tilanteista, joissa elinkeinonharjoittaja myy kulutushyödykkeitä esimerkiksi verkossa. Kyseisiin tilanteisiin sovelletaan paitsi kuluttajansuojalain yleisiä markkinointia ja kohtuuttomia sopimusehtoja koskevia säännöksiä, myös etämyyntiä koskevia säännöksiä sekä hyödykekohtaisia säännöksiä. Lisäksi verkossa tapahtuvaa kulutushyödykkeiden tarjontaa koskevat muun muassa sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 176–178 §. Lain 176 §:ssä säädetään tietoyhteiskunnan tarjoajan yleisestä tiedonantovelvollisuudesta palvelun vastaanottajille, lain 177 §:ssä tietoyhteiskunnan palvelun tarjoajan tiedonantovelvollisuudesta palvelun vastaanottajalle ennen tilauksen tekemistä ja lain 178 §:ssä sopimusehtojen toimittamisesta palvelun vastaanottajan saataville.

Puhelinmyyntiä koskeva erityissääntely

Puhelinmyynnistä on annettu myös erityissääntelyä. Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 200 §:n 1 momentin mukaan automatisoitujen soittojärjestelmien sekä telekopiolaitteiden, sähköpostiviestien, tekstiviestien, puheviestien, ääniviestien tai kuvaviestien avulla toteutettua suoramarkkinointia saa kohdistaa vain sellaisiin luonnollisiin henkilöihin, jotka ovat antaneet siihen ennalta suostumuksensa. Saman pykälän 2 momentin mukaan muuta kuin edellä mainitussa 1 momentissa tarkoitettua suoramarkkinointia luonnolliselle henkilölle saa harjoittaa, jollei tämä ole sitä nimenomaisesti kieltänyt. Edelleen 200 §:n 2 momentin mukaan luonnollisen henkilön on voitava helposti ja maksutta kieltää momentissa tarkoitettu suoramarkkinointi. On huomattava, että jos puhelinmyyntiä harjoitetaan automatisoidun soittojärjestelmän kautta, luonnollisen henkilön ennalta antama suostumus vaaditaan 200 §:n 1 momentin mukaisesti.

Lisäksi matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnista on erityissäännöksiä. Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 201 §:n 1 momentin mukaan matkaviestinverkon puhelinliittymää ei saa markkinoida kuluttajalle puhelimitse muuten kuin kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä. Teleyritykset saavat kuitenkin markkinoida tuotteitaan omille matkapuhelinasiakkailleen

201 §:n 2 momentin mukaisesti. Edellä kuvattu 201 § on voimassa määräajan, tällä hetkellä 1.7.2024 asti.

Myös sähkön puhelinmyynnistä on erityissäännöksiä. Valtioneuvoston asetus sähköntoimitusten selvityksestä ja mittauksesta (767/2021) tarkentaa kuluttajan asemaa tilanteissa, joissa sähkösofimus on syntynyt puhelinmarkkinoinnissa ja joissa on epäselvyyttä sofimuksen syntymisestä. Asetuksen 3 luvun 4 §:n perusteella jakeluverkonhaltijan on ilmoitettava sähkökaupan keskitetyn tiedonvaihdon yksikölle, jos alkavaksi ilmoitetun taikka jo alkaneen avoimen toimituksen toiseksi osapuoleksi ilmoitettu sähkönkäyttäjä on kirjallisesti ilmoittanut jakeluverkonhaltijalle kiistäneensä kyseisen sähkönmyyntisofimuksen pätevyuden ja ilmoittaneensa siitä erikseen uudelle avoimelle toimittajalle. Jos kuluttaja siis kiistää puhelinmyynnissä tehdyn sähkösofimuksen, hän voi ilmoittaa tästä jakeluverkonhaltijalle kirjallisesti, jolloin verkonhaltija ei toteuta myyjänvaihtoa, vaan kuluttaja jää entisen sähkönmyyjänsä asiakkaaksi. Jos uusi myyjä ja kuluttaja ovat erimielisiä sofimuksen pätevydestä, myyjän on näytettävä, että sofimus on syntynyt pätevästi.

3.1.4 Seuraamusmaksut ja muut seuraamukset lainrikkomuksista

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa (566/2020) säädetään muun ohella elinkeinonharjoittajalle määrättävistä seuraamusmaksuista. Jäljempänä selvitetään erityisesti niitä seuraamusmaksuihin liittyviä säännöksiä, jotka ovat merkityksellisiä Omnibusdirektiivin säännösten täytäntöönpanon kannalta. Lain 13 §:ssä säädetään seuraamusmaksusta eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta. Seuraamusmaksu voidaan määrätä esimerkiksi elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:n vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menettelyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaisen velvollisuuden pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 12 §:n mukaisen velvollisuuden ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesofimusta koskevassa puhelinasioinnissa mainitun säännöksen vastaista palvelua (13 §:n 1 momentin 1 kohta). Seuraamusmaksu voidaan myös määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka rikkoo 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistamisesta tai 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritusten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia (13 §:n 1 momentin 2 kohta).

Seuraamusmaksu voidaan edelleen määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää sofimusehtoa tai soveltaa käytäntöä, jolla poiketaan kuluttajien vahingoksi kuluttajansuojalain 6 luvun 14 §:n 1 tai 2 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyyntisofimus (13 §:n 2 momentin 1 kohta). Lisäksi seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää kuluttajansuojalain 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohtavia tai aggressiivisia menettelytapoja (13 §:n 3 mom.).

Lain 16 §:ssä säädetään tietojen antamista koskevien säännösten rikkomisesta määrättävästä seuraamusmaksusta. Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain 2 luvun 8 §:ää tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tai 8 a §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen sofimuksen tekemistä muussa kuin koti- ja etämyyn-

nissä tai 6 luvun 9 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä siten kuin mainitun pykälän 3 momentin nojalla annetuissa säännöksissä tarkemmin säädetään tai 10 §:n mukaisen velvollisuuden antaa kuluttajalle eräitä muita tietoja (16 §:n 1 momentin 1 ja 2 kohta). Seuraamusmaksun määräämisen edellytyksenä on lisäksi, että rikkomus on omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutus-hyödykkeeseen liittyvä muu päätös taikka vaikeuttamaan kuluttajan oikeuksiin pääsyä (16 §:n 3 mom.).

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 18 §:ssä säädetään seuraamusmaksun suuruudesta. Seuraamusmaksun suuruus perustuu kokonaisarviointiin, ja sitä määrättäessä otetaan huomioon: 1) rikkomuksen laatu, laajuus, vakavuus ja kestoaika; 2) rikkomuksella saavutettu hyöty, jos tämä tieto on saatavilla; 3) elinkeinonharjoittajan toimet vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi; ja 4) elinkeinonharjoittajan mahdolliset aiemmat kuluttajansuojasäännöksiin liittyvät rikkomukset (18 §:n 1 mom.). Elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään neljä prosenttia kyseisen rikkomuksen päättymistä edeltäneen vuoden liikevaihdosta. Jos tilinpäätös ei ole seuraamusmaksua määrättäessä vielä valmistunut tai jos liiketoiminta on vasta aloitettu eikä tilinpäätöstä ole saatavissa, liikevaihto voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella. (18 §:n 2 mom.). Luonnolliselle henkilölle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään neljä prosenttia hänen rikkomuksen päättymistä edeltäneenä vuonna toimitetun verotuksen mukaisista tuloistaan, kuitenkin enintään 40 000 euroa. Jos tuloja ei voida luotettavasti selvittää, ne voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella. (18 §:n 3 mom.)

Seuraamusmaksu voidaan lisäksi määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 200 §:n säännöstä suoramarkkinoinnista luonnolliselle henkilölle, 201 §:n säännöstä puhelinliittymän markkinoinnin kiellosta taikka 203 §:n 2 momentin säännöstä suoramarkkinoinnin tunnistamisesta (15 §:n 2 kohta).

Lain 19 §:ssä säädetään seuraamusmaksun määräämättä jättämisestä. Seuraamusmaksua ei esitetä määrättäväksi eikä määrätä, jos rikkomus on vähäinen tai seuraamusmaksun määräämistä on pidettävä ilmeisen kohtuuttomana (19 §:n 1 mom.). Seuraamusmaksu voidaan jättää esittämättä tai määräämättä, jos elinkeinonharjoittaja on ryhtynyt riittäviin toimenpiteisiin rikkomuksen korjaamiseksi välittömästi sen havaitsemisen jälkeen eikä rikkomus ole vakava tai toistuva (19 §:n 2 mom.). Seuraamusmaksu voidaan jättää esittämättä tai määräämättä myös, jos saman rikkomuksen johdosta on määrätty uhkasakko maksettavaksi tai uhkasakon maksuunpanoa koskeva hakemus on vireillä (19 §:n 3 mom.).

Seuraamusmaksun määrää markkinaoikeus kuluttaja-asiamiehen esityksestä. Seuraamusmaksua ei saa määrätä, jos kuluttaja-asiamies ei ole tehnyt esitystä sen määräämiseksi markkinaoikeudelle viiden vuoden kuluessa siitä, kun rikkomus päättyi. (21 §:n 1 mom.)

Kuluttajansuojalain 2 ja 3 luvussa säädetään elinkeinonharjoittajalle määrättävistä seuraamuksista tilanteessa, jossa tämä on rikkonut lain säännöksiä tai laiminlyönyt noudattaa säännöksiä. Elinkeinonharjoittajaa voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta 2 luvun säännösten tai niiden nojalla annettujen säännösten vastaista menettelyä taikka uudistamasta sellaista tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta. (2 luvun 16 §:n 1 mom.). Kiellon määrää pääsääntöisesti markkinaoikeus. Markkinaoikeus voi antaa kiellon myös väliaikaisena, jolloin kiello on voimassa, kunnes asia on lopullisesti ratkaistu (17 §:n 1 mom.) Myös kuluttaja-asiamies voi määrätä kiellon. Kielto voidaan tässäkin tapauksessa määrätä väliaikaisena (17 §:n 2 mom.)

Kuluttaja-asiamiehen määräämästä kiellosta säädetään tarkemmin Kilpailu- ja kuluttajavirastosta annetun lain (661/2012) 10 §:ssä. Lisäksi aluehallintovirasto voi määrätä kiellon asiassa, joka koskee asunnon tai muun kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta annettujen säännösten vastaista menettelyä, jos lainvastaisuus on ilmeinen ja säännösten soveltamiskäytäntö tämänkaltaisessa asiassa on vakiintunut (2 luvun 18 §:n 1 mom.)

Elinkeinonharjoittajaa, joka käyttää kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:n 1 momentissa tarkoitettua kohtuutonta sopimusehtoa, voidaan kieltää jatkamasta sopimusehdon käyttämistä taikka uudistamasta sellaisen tai siihen rinnastettavan sopimusehdon käyttämistä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta. (3 luvun 2 §:n 1 mom.) Kiellon määrää markkinaoikeus tai kuluttaja-asiamies (3 luvun 3 §:n 1 mom.).

Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 305 §:n 1 momentin 4 kohdan mukaan tietosuojavaltuutettu valvoo suoramarkkinointia koskevien 200 ja 202–204 §:n säännösten noudattamista. Tietosuojavaltuutetulla on myös käytössään yleisen tietosuojasetuksen (EU) 2016/679 58 ja 83 artiklan mukaiset toimivaltuudet (muun muassa määräys, huomautus ja hallinnollinen seuraamusmaksu) esimerkiksi tilanteissa, joissa asetuksen 21 artiklassa tarkoitettua suoramarkkinointia koskevaa kieltoa ei ole noudatettu.

3.2 Puhelin- ja kotimyyntiä koskevat tilastotiedot ja selvitykset

3.2.1 Puhelinmyynti

Valvonta ja selvitykset puhelinmyynnistä

Kilpailu- ja kuluttajavirasto/kuluttaja-asiamies (jäljempänä *KKV*) on vuosina 2018–2020 käsitellyt useita puhelinmyyntiä koskevia valvonta-asioita. Valvonta-asiat ovat koskeneet esimerkiksi aikakauslehtien markkinointia, sähkösopimusten puhelinmyyntiä sekä ravintolaisien ja luontaistuotteiden puhelinmyyntiä. *KKV*:n mukaan sisällöltään vastaaventyypisiä tapauksia on ollut useilla toimialoilla, ja ne ovat koskeneet useita eri yrityksiä. Ongelmia on esiintynyt sekä puhelinmyyntiä itse tekevillä että sen ulkoistaneilla yrityksillä. Puhelinmyyntialalla on myös yrityksiä, joiden menettelyssä samat ongelmat toistuvat vuodesta toiseen siitä huolimatta, että kuluttaja-asiamies on aiemmin puuttunut asiaan. Valvonta-asioita on tarkasteltu laajemmin työryhmän mietinnössä (OM Mietintöjä ja lausuntoja 2021:22, s. 40).

KKV:n mukaan yksi keskeinen kuluttaja-asiamiehen valvontatapauksissa esille noussut ongelma on, että kuluttajalle ei puhelinmyynnissä kerrota selkeästi tuotteen hintaa, sopimuksen kestoja eikä pääominaisuuksia. Kuluttaja on voinut esimerkiksi ymmärtää tehneensä kertaluontoisen sopimuksen, mutta onkin tosiasiallisesti tullut sidotuksi pidempiaikaiseen määräaikaiseen sopimukseen tai toistaiseksi voimassa olevaan sopimukseen. Näihin tilanteisiin liittyy tyypillisesti myös se, että muista etämyynnin ennakkotiedoista, kuten peruuttamisoikeudesta, kerrotaan puhelun aikana puutteellisesti. Vastaavia puutteita saattaa esiintyä myös yrityksen kuluttajalle lähettämässä kirjallisissa aineistoissa, kuten sopimusvahvistuksessa, mikä entisestään vaikeuttaa asian selvittämistä kuluttajan kannalta.

Kuluttajia saatetaan myös johtaa harhaan joko puhelun luonteen tai markkinoitavan hyödykkeen luonteen osalta. Ensin mainittuja ovat esimerkiksi tilanteet, joissa myyjä aloittaa puhelun kertomalla tekevänsä kyselyä tai joissa kuluttajan kerrotaan voittaneen jonkin palkinnon, vaikka tosiasiallisesti kyseessä on tavallinen myyntipuhelu. Jälkimmäisiä ovat esimerkiksi tilanteet, joissa kuluttajan annetaan ymmärtää, että suostumalla myyjän tarjoukseen kuluttaja osallistuu hyvän-

tekeväisyyteen, vaikkei näin tosiasiaa ole. Etenkin niissä tilanteissa, joissa yrityksen puhelinmyynti on ollut huomattavan harhaanjohtavaa, kuluttajilla on usein myös vaikeuksia selvittää asiaa yrityksen kanssa jälkikäteen. Tarjotut asiakaspalvelukanavat voivat olla puutteellisia ja niistä voi olla vaikea löytää tietoa.

KKV on viime vuosien aikana tehnyt myös useita selvityksiä puhelinmyyntiin liittyen (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020 (Kuluttajien kokemuksia ja näkemyksiä puhelinmyynnistä); Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2020 (Esiselvitys kuluttajille suunnatun puhelinmarkkinoinnin rajoittamisen vaikutuksista markkinoihin); Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2017 (Kuluttajat ja puhelinmyynti)). Selvityksissä on tutkittu esimerkiksi puhelinmyynnin vaikutuksia kuluttajiin ja markkinoiden toimintaan. Virasto on myös arvioinut puhelinmyynnin sääntelyn vaihtoehtoja sekä niiden hyötyjä ja haittoja (KKV, Puhelinmyynti, kuluttajat ja markkinoiden toiminta 2020).

KKV:n selvitysten mukaan puhelinmyynnissä käytössä oleva opt out -malli aiheuttaa valtaosalle kuluttajista monenlaisia haittoja ja vain vähäisiä hyötyjä. KKV:n vuonna 2020 julkaisemaan tutkimukseen vastasi yhteensä 2 168 kuluttajaa, jotka jakautuivat vastaustensa perusteella erilaisiin vastaajaryhmiin. Näistä vastaajista 87 prosenttia (N=1 887) oli saanut soiton puhelinmyyjältä viimeksi kuluneiden 12 kuukauden aikana. Edelleen näistä vastaajista 26 prosenttia (N=494) oli tilannut tai heille oli alettu toimittaa tavaraa tai palveluita. Vastanneista 1 887 kuluttajasta 74 prosenttia (N=1 393) ei ollut tilannut mitään. KKV on todennut, että kyselyaihe on voinut motivoida tutkimusotoksessa erityisesti sellaisia vastaajia, joilla on vahvoja näkemyksiä puhelinmyynnistä, jolloin vastauksissa painottuvat tällaisten ihmisten näkemykset. Esimerkiksi puolet vastaajista kertoi tutkimuksessa, ettei puhelinmyyjä ollut kertonut heti puhelun alussa soittavansa myyntitarkoituksessa. Selvityksen mukaan heikoimmin tietoa oli annettu myyjän yhteystiedoista sekä peruuttamisoikeudesta: yli puolelle vastaajista ei ollut kerrottu lainkaan myyjän yhteystietoja ja yli 40 prosentille vastaajista ei ollut annettu lainkaan tietoa peruuttamisoikeudesta. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020)

KKV:n mukaan raportoiduissa ongelmissa nousevat esiin myös tilanteet, joissa kuluttajat eivät ole ymmärtäneet puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi. Puhelinmyynnin kautta tilanneista kuluttajista yli 40 prosenttia ilmoitti joutuneensa maksamaan tavarasta tai palvelusta enemmän kuin mitä puhelimesta sovittiin, esimerkiksi siten, että kuluttaja joutui maksamaan jatkuvasta tilauksesta, vaikka luuli sen olleen kerta- tai määräaikainen tilaus. Yhden ilmaisen näytepakauksen tilaaminen on voinut esimerkiksi johtaa kesto- tai määräaikaiseen sopimukseen ilman, että kuluttaja on ymmärtänyt puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa tällaiseen sopimukseen. Tilanneista 44 prosenttia kertoi, että puhelinmyyntitilaukseen oli liittynyt ongelmia tai epäselvyyksiä. Tyypillisin ongelma liittyi sopimuksen luonteeseen: melkein joka viides tilannut puhelinmyyntiasiakas oli luullut tekemänsä tilausta kertatilaukseksi tai määräaikaiseksi, mutta se olikin myöhemmin osoittautunut jatkuvaksi. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020)

KKV:n mukaan puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia yhdistää usein se, että niillä on vaikutuksia etenkin sellaisiin kuluttajiin, jotka ovat muita kuluttajia heikommassa tai haavoittuvammassa asemassa. Tällaisia heikommassa asemassa olevia kuluttajaryhmiä ovat esimerkiksi muistisairaat tai muut sellaiset kuluttajat, joiden kyky ymmärtää puhelimesta selostettu sopimuksen sisältö on heikentynyt esimerkiksi sairauden tai iän takia. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2017). Myös Kuluttajaliitto – Konsumentförbundet ry:n (jäljempänä Kuluttajaliitto) edunvalvojille ja edunvalvontasihteereille toukokuussa 2021 tekemän kyselyn perusteella edunvalvojat ja edunvalvontasihteerit ovat kohdanneet puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia työssään. Kyselyyn vastanneista edunvalvojista ja edunvalvontasihteereistä (N=117) 97 prosenttia oli kohdannut puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia. Ongelmia on kyselyn mukaan esiintynyt muun

muassa siinä, että henkilölle on myyty sellaista tuotetta, jota tämä ei välttämättä ole tarvinnut, ja myyjän on täytynyt olla tästä tietoinen.

Sekä Kuluttajaliiton että KKV:n tekemien selvitysten mukaan puhelinmyynti koetaan häiritseväksi. Kuluttajaliiton teettämän kyselyn mukaan 56 prosenttia puhelinmarkkinointia edellisen kahden kuukauden aikana vastaanottaneista katsoi puhelinmarkkinoinnin olleen häiritsevää (Kuluttajaliitto, Kysely puhelinmarkkinoinnista 9.10.2020). KKV:n selvityksen mukaan yli 80 prosenttia vastanneista ei pitänyt puhelinmyyntiä mieluisena eikä hyödyllisenä ostotapana. Lähes kolme neljäsosaa oli sitä mieltä, että puhelinmyynti häiritsee heidän yksityisyyttään ja että puhelinmyyjät painostavat ostamaan tavaroita tai palveluita. KKV:n vuonna 2017 tekemän selvityksen mukaan kuluttajista 70 prosenttia suhtautui puhelinmyyntiin kielteisesti ja vain joka kymmenes piti sitä hyödyllisenä. Kuluttajien näkemykset puhelinmyynnistä ovat siis muuttuneet kielteisemmäksi KKV:n tekemästä vuoden 2017 selvityksestä (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 3/2017; Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020). Vuoden 2017 selvityksen mukaan puhelinmyyjän soiton vastaanottaneista hieman yli puolet (53 %) oli kokenut joskus puhelinmyynnissä painostavaa tai epäasiallista myyntitapaa. Puhelinmyyjän soiton vastaanottaneista hieman alle puolet (47 %) oli kokenut joskus saaneensa puhelinmyynnissä riittämätöntä tietoa tai muuten harhaanjohtavaa markkinointia. Selvitys toteutettiin väestöllisesti edustavalla kyselyllä.

KKV:n vuonna 2020 tekemässä tutkimuksessa selvitettiin myös puhelinmyynnistä kuluttajille aiheutuneita haittoja. Viimeisimmän puhelinmyyntitilanteen aiheuttamaa stressiä tiedusteltiin kaikilta vastaajilta, jotka olivat saaneet soiton puhelinmyyjältä viimeisen 12 kuukauden aikana. Stressin kaltaisia haittoja oli aiheutunut puhelinmyynnistä ja siihen liittyvistä sopimuksista noin puolelle kuluttajista. Viidesosa vastaajista oli kokenut erittäin paljon ja liki kolmannes melko paljon stressiä puhelinmyyntitilanteen takia. Melko vähän stressiä oli kokenut runsas kolmasosa vastaajista ja ainoastaan 13 prosenttia vastaajista ei ollut kokenut lainkaan stressiä puhelinmyyntitilanteen takia. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020)

Sähkön ja kaukolämmön tuottajia, myyjiä sekä sähköverkkoyhtiöitä edustavan Paikallisvoima ry:n vuosina 2018 ja 2020 YouGov:lla teettämien kyselytutkimuksien mukaan lähes 90 prosenttia suomalaisista haluaisi rajoittaa puhelinmyyntiä tai kieltää sen kokonaan (2018), ja epäasialliset sähkön puhelinmyyjät olivat vaivanneet noin joka kolmatta suomalaista vuoden 2020 ensimmäisellä puoliskolla (2020). Paikallisvoima ry:n mukaan kyse ei ole vain yksittäisten toimijoiden asiattomista menettelytavoista, vaan ongelma ilmenee sähkön myynnissä laajemmin.

KKV:lle tehdyt ilmoitukset puhelinmyynnistä

Kuluttajaoikeusdirektiivin täytäntöönpanon yhteydessä tarkasteltiin puhelinmyynnin kiristämisen tarvetta. Tuolloin puhelinmyyntiä koskevia ilmoituksia oli kuluttaja-asiamiehelle ja kuluttajaneuvontaan tullut noin 2 000–2 500 vuodessa. Esimerkiksi vuonna 2012 ilmoitusten lukumäärä on ollut 1 900, kun kaikkiaan yhteydenottoja kuluttaja-asiamiehelle ja kuluttajaneuvontaan on samana vuonna ollut noin 90 200. Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry:n (jäljempänä ASML) arvion mukaan vuonna 2012 puhelinmyynnissä tehtiin lähes 4 miljoonaa sopimusta. Lukuun eivät ole sisältyneet rahoituspalveluja koskevat sopimukset. (OM Mietintöjä ja lausuntoja 28/2013, s. 28–30; HE 157/2013 vp, s. 14)

KKV:n mukaan puhelinmyyntiä koskevia ilmoituksia Kuti-tietojärjestelmään on tullut vuonna 2018 noin 4 100, vuonna 2019 noin 3 000, vuonna 2020 noin 4 000 ja vuonna 2021 noin 3 100. Vuonna 2018 tehtyjen ilmoitusten kokonaismäärä Kuti-tietojärjestelmässä on ollut noin 63 300, vuonna 2019 noin 66 700, vuonna 2020 noin 66 900 ja vuonna 2021 noin 57 200. ASML:n

arvion mukaan vuonna 2020 puhelinmyynnissä tehtiin yhteensä noin 6,15 miljoonaa sopimusta. Finanssiala ry:n keväällä 2021 suorittaman jäsenkyselyn mukaan (vastausprosentti ja kattavuus yli 80 %) kyselyyn vastanneissa finanssialan yrityksissä oli tehty puhelinmyynnissä vuonna 2020 yhteensä noin 648 000 sopimusta. Vakuutuspuolen sopimuksia oli näistä noin 515 000 kappaletta ja pankkipuolen 133 000 kappaletta.

Kuti-tietojärjestelmään kirjatuissa puhelinmyyntiä koskevissa ilmoituksissa on myös sellaisia ilmoituksia, jotka eivät koske puhelinmyyntiä tai puhelinmyyntiä harjoittavia yrityksiä. Ilmoituksen voi tehdä kuluttajaneuvoja tai kuluttaja itse. Virhekirjaukset johtuvat siitä, että ilmoituksen jättäjällä on itse mahdollisuus määritellä, mitä myyntikanavaa ilmoitus koskee, ja joissakin tapauksissa ilmoituksen jättäjä voi erehdyksessä valita myyntikanavaksi puhelinmyynnin. On syytä myös huomata, että puhelinmyynti voidaan kirjata kuluttajaongelman aiheuttaneeksi myyntikanavaksi myös tapauksissa, joissa varsinainen ongelma koskee esimerkiksi sopimussenaikaista asiakaspalvelua. ASML on viranomaisaineistoon perustuen tarkastellut yrityksestä X ajanjaksolla 1.1.–31.3.2021 Kuti-tietojärjestelmään tehtyjä ilmoituksia, ja kyseisistä 33 puhelinmyynti-ilmoituksesta 14 oli koskenut selkeästi puhelinmyynnin ongelmia, kun puolestaan 14 ilmoituksessa ongelma oli tosiasiallisesti koskenut palvelun toimivuutta, laskutusta tai laitevikaa. Loput 5 ilmoitusta olivat epäselviä esimerkiksi sen suhteen, mitä ilmoitukset olivat koskeneet ja oliko kuluttaja itse soittanut elinkeinonharjoittajalle.

Tarkasteltaessa KKV:n Kuti-tietojärjestelmään tulleita ilmoituksia vuosilta 2020 ja 2021 voidaan havaita, että ilmoituksissa korostuvat tietyt toimialat ja toimijat. Vuoden 2020 ilmoituksista noin tuhat ilmoitusta on koskenut kahta sähkönsopimuksia myyvää yritystä, joiden toiminta on tulkittavissa markkinahäiriöksi ja joiden toimintaan myös kuluttaja-asiamies on puuttunut. Kyseisten yritysten osuus viidenkymmenen eniten yhteydenottoja aiheuttaneiden yritysten ilmoituksista (yht. 3 100) oli vuonna 2020 33 prosenttia. Vuoden 2021 ilmoituksista yli 1 200 ilmoitusta on koskenut sähkönsopimuksia myyvää yritystä, joiden toiminta on tulkittavissa markkinahäiriöksi ja joiden toimintaan myös kuluttaja-asiamies on puuttunut. Kyseisten yritysten osuus viidenkymmenen eniten yhteydenottoja aiheuttaneiden yritysten ilmoituksista (yht. 2 887) oli 30,5 prosenttia. Viidenkymmenen eniten yhteydenottoja aiheuttaneiden yritysten listauksessa korostuvat sähkönsopimuksia myyvien yritysten lisäksi mobiilioperaattorit sekä terveystuotteita, kuten vitamiineja, myyvät yritykset.

Tarkasteltaessa vuoden 2020 Kuti-tietojärjestelmään tulleita ilmoituksia muiden kuin edellä mainittujen kahden sähkönsopimuksia myyvän yrityksen osalta voidaan havaita, että muiden yritysten osuus kaikista Kuti-järjestelmään tulleista yhteydenotoista on ollut alle 5 prosenttia (puhelinmyyntiä koskevia ilmoituksia noin 3 200 / kaikki ilmoitukset noin 66 900). Vuoden 2021 osalta kyseinen luku on noin 3,5 prosenttia (puhelinmyyntiä koskevat ilmoitukset noin 2 000 / kaikki ilmoitukset noin 57 200). Tältä osin puhelinmyyntiä koskevien ilmoitusten määrässä voidaan siis havaita hienoista alenemista. ASML:n kyselyn mukaan Covid-19-pandemian aikana puhelinmyynti on ollut kasvussa (kasvuprosentti 8 %, ASML:n jäsenkysely 11/2020).

Tietosuojavaltuutetulle tehdyt kantelut puhelinmyynnistä

Myös tietosuojavaltuutetun toimistoon vireille saatetuista kanteluista käy ilmi, että puhelimitse tapahtuva suoramarkkinointi koetaan ei-toivotuksi. Tietosuojavaltuutetun toimistoon vireille saatetuissa kanteluissa on ollut kyse muun muassa siitä, että rekisteröity ei ole ollut tietoinen siitä, mistä soittaja on saanut rekisteröidyn puhelinnumeron; rekisteröity on jo tehnyt kiellon, mutta sitä ei ole noudatettu; rekisteröity ei ole ymmärtänyt tai osannut tehdä kieltä puhelimitse; sekä siitä, ettei rekisteröity ole ylipäättään ollut tietoinen kieltorekistereiden olemassaolosta.

Useista tietosuojavaltuutetun toimistoon vireille saatetuista kanteluista käy myös ilmi, että rekisteröity on luullut kerran yhdelle rekisterinpitäjälle esitetyn kiellon olevan kaikkia yrityksiä koskeva kiello.

Tietosuojavaltuutetun toimistoon on saatettu vireille myös lukuisia kanteluita, jotka ovat koskeneet muun muassa sitä, ettei kuluttaja ole mielestään tehnyt sopimusta elinkeinonharjoittajan kuvailemilla ehdoilla tai ettei kuluttaja ole näkemyksensä mukaan ylipäättään tehnyt sopimusta elinkeinonharjoittajan kanssa. Kuluttaja on tämän vuoksi pyytänyt elinkeinonharjoittajalta myyntipuhelua koskevan puhelutallenteen saadakseen tiedon puhelimitse tehdyn sopimuksen sisällöstä. Jos elinkeinonharjoittaja ei ole toimittanut puhelutallennetta, kuluttaja on ollut yhteydessä tietosuojavaltuutetun toimistoon. Tietosuojavaltuutettu on ratkaisukäytännössään katsonut, että rekisteröidyllä on oikeus saada sellainen puhelutallenne, joka pitää sisällään hänen henkilötietojaan. Näin ollen useissa tietosuojavaltuutetun toimistoon vireille saatetuissa kanteluissa kantelija ei niinkään ole pyytänyt saada pääsyä omiin tietoihin yleisen tietosuoja-asetuksen 15 artiklan mukaisesti (niin sanottu tarkastusoikeus), vaan kantelija on käyttänyt mainitun artiklan mukaista oikeutta saadakseen tiedon siitä, onko sopimus syntynyt, ja millä ehdoilla.

Puhelinmarkkinointikiellot

Kuluttajalla on mahdollisuus asettaa itselleen puhelinmarkkinointikiello liittymällä kielto rekisteriin tai ilmoittamalla markkinointikiellosta suoraan markkinointia harjoittavalle yritykselle. Kuluttaja voi liittyä ASML:n puhelinmarkkinoinnin rajoituspalveluun, niin sanottuun Robinson-rekisteriin, tai Suomen Telemarkkinointiliitto ry:n puhelinmarkkinoinnin rajoituspalveluun. Valtaosa suomalaisista kuluttajille puhelinmyyntiä harjoittavista yrityksistä käyttää Robinson-rekisteriä. ASML:n mukaan lähes kaikki suomalaiset kuluttajille puhelinmyyntiä harjoittavat yritykset käyttävät palvelua, viimeisen kartoituksen mukaan yli 600 yritystä. Robinson-rekisteriin liittyneelle kuluttajalle asetettu markkinointikiello on määräaikainen, ja se on kerrallaan voimassa 3 vuotta. Rajoituspalveluun soittaminen on kuluttajalle maksullista. ASML:n rajoituspalveluun liittyminen maksaa rajoituspalvelun palvelunumeron soittamisen verran, 0,39 €/min+pvm. Suomen Telemarkkinointiliitto ry:n ylläpitämän rajoituspalvelun jäsenyys uusiutuu automaattisesti vuosittain, mikäli jäsenyyttä ei ole erikseen päätetty. Jäsenyys maksaa 6 euroa vuodessa.

Kuluttaja voi myös pyytää itselleen yrityskohtaisen puhelinmarkkinointikiellon. ASML:n jäsenkyselyn (1/2021, N=19 yritystä) mukaan yrityskohtaiset kiellomäärät voivat olla suuria, ja kuluttajien yrityksille antamat kiellot vaihtelevat määrällisesti suuresti (500–250 000 kpl/yritys). Lisäksi ASML:n mukaan esimerkiksi edunvalvontatoimistoilla on vakiintuneen menettelyn kautta mahdollisuus saattaa edunvalvottavia ASML:n kiellopalvelun piiriin.

Kuluttajaliiton teettämän kyselyn mukaan puhelinmarkkinointikiellon toimivuudessa on puutteita. Kyselyyn vastanneista (N=1047) 30 prosenttia ilmoitti kieltäneensä puhelinmyynnin jonkin rajoituspalvelun kautta. Näistä vastaajista 53 prosenttia katsoi, ettei puhelinmyynnin suoramarkkinointikiello ole ollut toimiva. Vastaajista 64 prosenttia ilmoitti, ettei ollut tehnyt suoramarkkinointikielloa. Edelleen näistä vastaajista 42 prosenttia puolestaan vastasi, ettei tiennyt, miten suoramarkkinointikiello tehdään. (Kuluttajaliitto, Kysely puhelinmarkkinoinnista 9.10.2020).

ASML:n jäsenyrityksilleen tammikuussa 2021 tekemän kyselyn mukaan ei ole viitteitä siitä, etteivätkö nykymuotoiset puhelinmyynnin kielto rekisterit pääsääntöisesti toimisi. Joitakin ongelmatapauksia on ilmennyt, mutta laajassa mittakaavassa rekistereiden tai yrityskohtaisten kieltojen toimivuus vaikuttaisi olevan hyvä. Kyselyyn vastasi 32 jäsenyritystä, jotka edustivat

eniten puhelinmyyntiä käyttäviä toimialoja, kuten aikakaus- ja sanomalehtialaa, vakuutusala, sähkömyyntialaa, telealaa sekä terveystalvueluita. Vastaaista 6 oli niin kutsuttua contact centeriä, jotka palvelevat puhelinmyynnin alihankkijoina useita eri toimialoja. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 75 prosenttia sai ”erittäin vähän” yksittäisiä yhteydenottoja kieltojen toimimattomuudesta. Vastanneista yrityksistä 25 prosenttia ei ollut saanut lainkaan yhteydenottoja puhelinmyyntikieltojen toimimattomuudesta. Useat yritykset ovat automatisoineet puhelinmyyntikiellot, mikä tarkoittaa sitä, ettei sellaisiin puhelinnumeroihin, joissa puhelinmyyntikielto on, pysty soittamaan. Yleisimpänä syynä kuluttajien harvoin puhelinmyyntikieltoja koskeviin yhteydenottoihin oli kyselyn mukaan se, että käynnissä olevista soittokampanjoista ehtii tulla soitto kuluttajalle hänen juuri asetettua myyntikiellon, mutta ennen kuin kieltojen tietokoneajot on ehditty tehdä. (ASML, Kysely puhelinmyynnin kieltojen toimivuudesta 2.2.2021)

3.2.2 Kotimyynti

Kuluttaja-asiamies on valvontatoiminnassaan puuttunut kotimyyntiä tekevien yritysten aggressiiviseen markkinointiin ja tiedonantovelvollisuuksien laiminlyöntiin. Tilanteissa on ollut kyse esimerkiksi erilaisten kiinteistöä tai siinä sijaitsevaa rakennusta koskevien remonttien, korjausten ja järjestelmien myymisestä (esimerkiksi kuluttaja-asiamiehen ratkaisut KKV/881/14.08.01.05/2017, KKV/1030/14.08.01.05/2017, KKV/882/14.08.01.05/2017 ja KKV/1031/14.08.01.05/2017).

KKV:n Kuti-tietojärjestelmään on vuosien 2013–2021 aikana tullut yhteydenottoja seuraavasti.

Taulukko 1. Kuti-tietojärjestelmään tulleet kotimyyntiä koskevat yhteydenotot vuosina 2013–2021.

Vuosi	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Yhteydenottojen lukumäärä (noin)	200	300	1 100	1 500	1 700	1 600	1 400	1 100	1 100

KKV:n mukaan kotimyyntin yhteydenotot koskevat suurimmaksi osaksi kodin remontti-hyödykkeitä (esimerkiksi katto-, ikkuna-, vesi- ja viemärointi-, lämmitysjärjestelmä-, keittiö- ja muut asunnon remontit). Vuonna 2021 tehdyistä ilmoituksista remontteja koski noin puolet (49 %) yhteydenotoista. Seuraavaksi yleisimmät olivat ajoneuvoihin (15 %) ja sähkөөn (7 %) liittyvät yhteydenotot. Vastaavat tuoteryhmät olivat yhteydenottojen kärjessä myös vuosina 2018–2020.

Taulukko 2. Kotimyyntiä koskevien ilmoitusten suurimmat tuoteryhmät.

Vuosi, prosenttiosuus	Tuoteryhmä 1: remontit	Tuoteryhmä 2: ajoneuvot	Tuoteryhmä 3: sähkö
2018, %	64 %	8 %	6 %
2019, %	54 %	9 %	9 %
2020, %	51 %	13 %	8 %
2021, %	49 %	15 %	7 %

KKV:n mukaan kotimyyntissä esiintyy aggressiivisia myyntimenettelyitä, kuten useita tunteja kestäviä kuluttajan kotona tapahtuvia myyntiesittelyjä ja kuluttajan poistumiskehotusten noudattamatta jättämistä. Kotimyyntissä esiintyy myös tiedonantovelvollisuuden laiminlyöntiä siten, että elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle puutteellisia, virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja sopimuksesta tai sen kohteesta. Kotimyyntitilanne voi usein olla kuluttajalle yllättävä. Useissa tapauksissa yritykset menettelevät kuitenkin siten, että ne ovat ensin kuluttajiin yhteydessä puhelimitse ja sopivat kotikäynnistä. KKV:lle ja kuluttajaneuvontaan tehdyistä kuluttajailmoituksista käy kuitenkin ilmi, että puhelimesta kerrotun perusteella kuluttajille saattaa syntyä esimerkiksi käsitys, että kyseessä on jatkotoimenpiteisiin velvoittamaton kartoitus- tai muu vastaavanyppinen käynti. Toisaalta kuluttajan kotiin on saatettu tulla siitä huolimatta, että kuluttaja on puhelimesta kieltäytynyt käynnistä.

Myös Kuluttajaliiton edunvalvojille ja edunvalvontasihteereille toukokuussa 2021 tekemän kyselyn perusteella edunvalvojat ja edunvalvontasihteerit ovat kohdanneet kotimyyntiin liittyviä ongelmia työssään. Kyselyyn vastanneista edunvalvojista ja edunvalvontasihteereistä (N=117) 60 prosenttia oli kohdannut kotimyyntiin liittyviä ongelmia. Kuten puhelinmyyntissä, tässäkin myyntitavassa ongelmia on esiintynyt muun muassa siinä, että henkilölle on myyty sellaista tuotetta, jota tämä ei ole välttämättä tarvinnut, ja myyjän on täytynyt tästä olla tietoinen.

KKV:n mukaan kotimyyntissä ongelmalliseksi on osoittautunut erityisesti kuluttajan peruuttamisoikeutta koskeva kuluttajansuojalain 6 luvun 16 §:n 3 kohdan säännös, jonka mukaan kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta mittatilaustavaroita koskevissa sopimuksissa. Ongelmia tilanteissa on aiheuttanut kuluttajille paitsi peruuttamisoikeuden puuttuminen myös se, että jotkut yritykset ovat lainvastaisesti soveltaneet poikkeusta myös niin sanottuihin standarditavaroihin sekä palvelusopimuksiin. Lisäksi tapauksissa, joissa lainkohta tosiasiallisesti soveltuu, peruuttamisoikeuden puuttumisesta kerrotaan KKV:n mukaan usein puutteellisesti tai asia saatetaan jättää kokonaan kertomatta. Peruuttamisoikeuden puuttumisesta kertomatta jättämistä ei ole myöskään yksittäisissä sopimuksissa sanktioitu lainsäädännössä mitenkään.

Nyt voimassa olevien säännösten mukaan kotimyyntisopimukseen sovelletaan samoja peruuttamisoikeuden rajoituksia kuin etämyyntisopimukseen, kun aikaisemmin kotimyyntissä kuluttajilla oli aina 14 päivää aikaa peruuttaa kotimyyntisopimus. Sääntely perustuu kuluttajaoikeusdirektiiviin ja se tuli voimaan 13.6.2014. Kuten edeltä ilmenee, säännösten voimaantulon jälkeen kotimyyntiä koskevien kuluttajailmoitusten määrä on kasvanut huomattavasti.

3.3 Nykytilan arviointi

3.3.1 Omnibus-direktiivistä johtuvat muutostarpeet

Omnibus-direktiivin täytäntöönpano edellyttää muutoksia ennen muuta kuluttajansuojalain 1, 2 ja 6 luvun säännöksiin sekä kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettuun lakiin.

Kuluttajansuojalain 1 luvun säännöksiä lain soveltamisalasta on tarpeen tarkistaa sen johdosta, että kuluttajaoikeusdirektiivi siihen lisätyn uuden 3 artiklan 1 a kohdan mukaan koskee myös tilanteita, joissa elinkeinonharjoittaja toimittaa kuluttajalle digitaalisen palvelun tai sähköisesti toimitettavan digitaalisen sisällön, ja kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja.

Lain 2 lukuun on tarpeen tehdä muutoksia ensinnäkin hintamerkintädirektiiviin lisätyn hinnanalennusilmoituksia koskevan uuden 6 a artiklan johdosta. Toiseksi lukuun on tarpeen lisätä säännökset kuluttajan oikeussuojakeinoista sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiivin lisätyn uuden 11 a artiklan täytäntöön panemiseksi. Samoin lukuun on tarpeen lisätä uusia tiedonantovelvollisuussäännöksiä liittyen muun muassa kuluttaja-arvosteluihin sekä tehdä tarkistuksia useisiin lukuun jo nykyisin sisältyviin tiedonantovelvollisuussäännöksiin.

Lain 6 luvun säännöksiä on tarpeen tarkistaa kuluttajaoikeusdirektiiviin tehtyjen muutosten ja lisäysten johdosta useilta osin. Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajille säädetään uusia tiedonantovelvoitteita, minkä lisäksi voimassa olevia ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä koskevia tiedonantovelvollisuussäännöksiä tarkistetaan. Lisäksi on tarpeen päivittää luvun säännöksiä palvelun suorittamisesta ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajan peruuttamisoikeudesta sekä lisätä lukuun säännökset sopimusosapuolten oikeuksista ja velvollisuuksista kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen.

Omnibus-direktiivillä tehdyt muutokset seuraamussäännöksiin on jo pääosin pantu täytäntöön 15.7.2020 voimaan tulleella kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettulla lailla. Eräiltä osin muutokset edellyttävät kuitenkin vielä täydennyksiä ja tarkistuksia lain säännöksiin.

Omnibus-direktiivin täytäntöön paneminen edellyttää edellä mainittujen lakien lisäksi tarkistusten tekemistä kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhhteissa annettuun valtioneuvoston asetukseen (601/2008) ja kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitettuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annettuun oikeusministeriön asetukseen (110/2014).

3.3.2 Direktiivin säännökset, jotka eivät edellytä muutoksia voimassa olevaan lainsäädäntöön

Sopimusehtodirektiivin 8 b artiklan 1 ja 4 kohta on pantu täytäntöön kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 18 §:llä.

Hintamerkintädirektiivin 8 artikla ei edellytä kansallisia täytäntöönpanotoimia, koska direktiivissä ei edellytetä seuraamusmaksusta säätämistä seuraamuskeinona. Direktiivin 8 artiklan 1 kohdan mukaan jäsenvaltioiden on säädettävä seuraamuksista, joita sovelletaan direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomiseen, ja lisäksi toteutettava kaikki tarvittavat toimenpiteet seuraamusten täytäntöönpanon varmistamiseksi. Seuraamusten on oltava tehokkaita, oikeasuhteisia ja varoittavia. Artiklan 2 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat ottaa tarvittaessa huomioon erinäisiä perusteita seuraamuksen määrittämisessä, kuten rikkomuksen luonteen

ja vakavuuden. Kuluttajansuojalain 2 luvun 16 §:ssä säädetään elinkeinonharjoittajalle annettavasta kiellosta, jota voidaan tehostaa uhkasakolla. Kielto voidaan määrätä hintamerkintädirektiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomisesta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan 1 kohdan c alakohtaan sisältyy tuotteen määritelmä. Kyseinen määritelmä vastaa asiallisesti kuluttajansuojalain 1 luvun 3 §:ää, joten kansallisiin täytäntöönpanotoimiin ei tältä osin ole tarvetta. Direktiivin 13 artikla on muilta osin kuin 3 kohdan b alakohdan osalta pantu täytäntöön kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 13 §:n 1 momentin 1 kohdalla ja 3 momentilla, 16 §:n 1 momentin 1 kohdalla sekä 18 §:llä. Lisäksi saman artiklan 3 kohta on pantu osittain täytäntöön lain 18 §:llä.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 2 artiklan 1 kohdan 3 alakohtaan sisältyvä tavaran määritelmä vastaa sanan yleiskielen mukaista merkitystä, joten määritelmää ei siltä osin tarvita. Saman artiklan 1 kohdan 4 a alakohdassa on määritelty henkilötieto, jonka osalta viitataan yleisen tietosuojasetuksen (EU) 2016/679 4 artiklan 1 alakohdan määritelmään. Koska tietosuojasetus on suoraan velvoittavaa sääntelyä, henkilötiedon määritelmää ei katsota tarpeelliseksi lisätä kuluttajansuojalakiin.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 2 artiklan 1 kohdan 5 alakohdassa määritetään myyntisopimus ja saman kohdan 6 alakohdassa palvelusopimus. Kyseiset määritelmät vastaavat käsitteiden yleiskielen mukaista merkitystä, minkä vuoksi määritelmien täytäntöönpanoa ei pidetä tarpeellisena.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 2 artiklan 1 kohdan 11 alakohdassa on määritelty digitaalinen sisältö, jonka osalta viitataan digitaalisesta sisällöstä ja digitaalisista palveluista annetun direktiivin (EU) 2019/770 (jäljempänä *digisopimusdirektiivi*) 2 artiklan 1 alakohdan määritelmään. Kyseinen määritelmä on pantu täytäntöön digitaalisesta sisällöstä ja digitaalisista palveluista annetun direktiivin täytäntöönpanon yhteydessä, minkä vuoksi sitä ei ole tarpeen panna täytäntöön tämän esityksen yhteydessä. Sama koskee kuluttajaoikeusdirektiivin 2 artiklan 1 kohdan 16 alakohdassa määriteltyä digitaalista palvelua, 19 alakohdassa määriteltyä yhteensopivuutta, 20 alakohdassa määriteltyä toimivuutta ja 21 alakohdassa määriteltyä yhteentoimivuutta, joiden osalta direktiivissä viitataan digisopimusdirektiivin 2 artiklan 2 alakohdan, 10 alakohdan, 11 alakohdan ja 12 alakohdan määritelmiin.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 3 kohdan k alakohdan muutos ei aiheuta kansallisia täytäntöönpanotoimia, koska puhelinasioinnista perittäviä kuluja koskeva kuluttajansuojalain 2 luvun 14 § kattaa jo nykyään myös matkustajaliikenteen palvelut. Saman kohdan n alakohdan mukaan direktiiviä ei sovelleta sellaisiin tavaroihin, jotka myydään pakkohuutokaupalla tai muuten lain nojalla. Ulosottokaaren (705/2005) myyntiä koskevan 5 luvun mukaan ulosmitatun omaisuuden myyntitapoja ovat huutokauppa ja vapaa myynti. Ulosottokaaren mukaan vain ulosottomiehen huutokaupalla toimittama myynti on huutokaupalla tapahtuvaa myyntiä. Kun ulosottomies toimittaa myynnin muulla tavoin kuin huutokaupalla tai myynnin toimittaa yksityinen joko julkisella huutokaupalla tai muulla tavoin, sovelletaan vapaata myyntiä koskevia säännöksiä, joista säädetään ulosottokaaren 5 luvun 75–80 §:ssä. Näiden myyntitapojen voidaan katsoa kuuluvan kuluttajaoikeusdirektiivin soveltamisalapoikkeuksen piiriin, minkä vuoksi kansallinen sääntely voidaan säilyttää nykyisellään.

Jos sopimus tehdään käyttäen sellaista etäviestintä, jossa on rajoitetusti tilaa tai aikaa tietojen näyttämistä varten, elinkeinonharjoittajan ei tarvitse kuluttajaoikeusdirektiivin 8 artiklan 4 kohdan mukaan toimittaa kuluttajalle direktiivin liitteessä I olevassa B osassa vahvistettua malliperuuttamislomaketta. Edelleen elinkeinonharjoittajan olisi annettava malliperuuttamislomake so-

veltuvalla tavalla. Kyseinen säännös ei aiheuta kansallisia täytäntöönpanoa, sillä kuluttajansuojalain 6 luvun 12 §:ssä ei edellytetä, että kuluttajalle olisi tällaisessa tilanteessa annettava malliperuuttamislomake.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 24 artiklan 1 ja 3 kohta on pantu täytäntöön kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 13 §:n 1 momentin 2 kohdalla ja 2 momentin 1 kohdalla sekä 16 §:n 1 momentin 1 ja 2 kohdalla. Lisäksi saman artiklan 2 ja 4 kohta on pantu osittain täytäntöön lain 18 §:llä.

3.3.3 Puhelinmyyntiä koskevat kansalliset muutostarpeet

Kuten edellä 3.2.1 jaksosta ilmenee, KKV:n Kuti-tietojärjestelmään tulleiden ilmoitusten määrä on kasvanut viimeisen kymmenen vuoden aikana. Saman ajanjakson aikana myös puhelinmyynnissä tehtyjen sopimusten lukumäärä on kasvanut. Vaikka Kuti-tietojärjestelmään tehtyjen ilmoitusten perusteella ei voida tehdä täysin varmoja johtopäätöksiä siitä, kuinka paljon ongelmia puhelinmyyntiin liittyy, ilmoitusmäärien perusteella voidaan kuitenkin arvioida puhelinmyynnissä esiintyvien ongelmien laajuutta, joskin Kuti-tietojärjestelmään näyttäisi jossakin määrin kirjaantuvan puhelinmyynnille myös kyseiseen myyntikanavaan liittymättömiä kuluttajaongelmia. Tehtyjen sopimusten lukumäärään suhteutettuna puhelinmyynnistä tehtyjen ilmoitusten määrä on pysynyt suunnilleen samana, eikä puhelinmyynnissä yleisellä tasolla näyttäisi siten esiintyvän sen enempää ongelmia kuin 2010-luvun alkupuolella, jolloin puhelinmyyntisääntelyä viimeksi uudistettiin. Selvänä voitaneen kuitenkin pitää, etteivät kaikki puhelinmyynnissä ongelmia kokevat kuluttajat tee ilmoitusta KKV:lle. EU:n kuluttajatutkimusten mukaan kuluttajat ottavat sen sijaan yli 80 prosenttisesti yhteyttä yritykseen hoitaakseen ongelmiaan (EU Consumer Barometer 2019). Lisäksi tarkasteltaessa KKV:n Kuti-tietojärjestelmään tulleita ilmoituksia vuosilta 2020 ja 2021 voidaan havaita, että ilmoituksissa korostuvat tietyt toimialat ja toimijat. Vuoden 2020 ilmoituksista ainakin noin tuhat ilmoitusta on koskenut kahta sähkö-sopimuksia myyvää yritystä, joiden toiminta on tulkittavissa markkinahäiriöksi ja joiden toimintaan myös kuluttaja-asiamies on puuttunut. Vuoden 2021 ilmoituksista yli 1 200 ilmoitusta on koskenut sähkönsopimuskysymyksiä. Näistä ilmoituksista hieman alle 900 ilmoitusta on koskenut kahta sähkönsopimuksia myyvää yritystä, joiden toiminta on tulkittavissa markkinahäiriöksi ja joiden toimintaan myös kuluttaja-asiamies on puuttunut. Sähkönsopimusta koskien on tälläkin hetkellä voimassa erityissääntelyä.

Lainsäädännön noudattamiseen liittyviä ongelmia ilmentää erityisesti se, että kuluttaja-asiamies on joutunut useissa tapauksissa viime vuosina puuttumaan lainsäädännön rikkomiseen puhelinmyynnissä (ks. edellä 3.2.1 jakso). Myös KKV:n tekemät selvitykset osoittavat puhelinmyynnissä esiintyvän ongelmia. Selvää on myös, että puhelin on myyntikanavana haasteellinen etenkin silloin, kun puhelimitse myydään monimutkaisempia tuotteita tai sopimusehdoiltaan monimutkaisia tuotteita. Kuten edellä 3.2.1 jaksossa läpikäydyistä KKV:n selvityksistä ilmenee, puhelinmyynnissä esiintyy tapauksia, joissa osa kuluttajista ei ole ymmärtänyt puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi puhelun jälkeen. Lisäksi KKV:n selvitysten ja Kuluttajaliiton kyselyjen mukaan suuri määrä kuluttajia pitää puhelinmyyntiä häiritsevänä.

Edellä mainitun perusteella pidetään tarpeellisena, että voimassa olevaa puhelinmyyntisääntelyä muutetaan kuluttajien suojaamiseksi.

3.3.4 Kotimyyntiä koskevat kansalliset muutostarpeet

Kuten edellä 3.2.2 jaksossa todetaan, kotimyynnissä esiintyy erilaisia aggressiivisia myyntimenettelyitä. Kotimyynnissä esiintyy myös tiedonantovelvollisuuden laiminlyöntiä siten, että elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle puutteellisia, virheellisiä tai harhaanjohtavia tietoja sopimuksesta tai sen kohteesta. Kotimyynti tapahtuu myös pääsääntöisesti kuluttajien kotona, minkä johdosta kuluttaja on erityisen altis kotimyynnissä painostukselle ja epäasiallisille menettelytavoille. Lisäksi kotimyynnin kautta kuluttajille saatetaan tarjota taloudelliselta arvoltaan hyvin huomattavia kulutushyödykesopimuksia. Kotimyyntiä koskevat valitukset ovat lisääntyneet tuntuvasti sääntelyn muuttumisen jälkeen vuonna 2014. Näillä perusteilla pidetään välttämättömänä, että kotimyntisääntelyä muutetaan kuluttajan aseman parantamiseksi.

3.3.5 Digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon liittyvät muutostarpeet

Tammikuun 1. päivänä 2022 tuli voimaan laki kuluttajansuojalain muuttamisesta (1242/2021), johon sisältyvillä 5 a luvun säännöksillä pantiin täytäntöön digisopimusdirektiivi.

Mainitun lain voimaantulosäännöksen mukaan ennen lain voimaantuloa tehtyyn sopimukseen ja sitoumukseen sovelletaan lain voimaan tullessa voimassa olleita säännöksiä. Digisopimusdirektiivin mukaan direktiivin säännöksiä tulisi kuitenkin pääosin soveltaa myös ennen lain voimaantuloa tehtyihin sopimuksiin, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan lain voimaantulon jälkeen. Direktiivin 24 artiklan 2 kohdan mukaan direktiiviä sovelletaan digitaalisen sisällön tai digitaalisen palvelun toimittamiseen, joka tapahtuu 1. päivästä tammikuuta 2022 lukuun ottamatta direktiivin 19 ja 20 artiklaa, joita sovelletaan ainoastaan tuon päivän jälkeen tehtyihin sopimuksiin. Direktiivin 19 artikla koskee digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen muuttamista, ja se on pantu täytäntöön 5 a luvun 27 §:llä. Direktiivin 20 artikla koskee puolestaan oikeussuojakeinoihin, ja se on pantu täytäntöön luvun 17 §:n 2 momentilla, joka on kuitenkin luonteeltaan lähinnä informatiivinen. Digisopimusdirektiivin asianmukainen täytäntöönpano edellyttää kansallisen voimaantulosäännöksen muuttamista.

4 Ehdotukset ja niiden vaikutukset

4.1 Keskeiset ehdotukset

4.1.1 Yleistä

Omnibus-direktiivi ehdotetaan pantavaksi pääosin täytäntöön muuttamalla kuluttajansuojalain 1, 2 ja 6 lukuja sekä kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettua lakia.

Kotimyyntiä ja puhelinmyyntiä koskevaa sääntelyä ehdotetaan muutettavaksi kuluttajansuojan parantamiseksi edellä 1.1 jaksossa viitatus hallitusohjelmakirjauksen mukaisesti.

4.1.2 Omnibus-direktiivin täytäntöönpano

Kuluttajansuojalain 1 luku

Kuluttajansuojalain 1 lukuun ehdotetaan lisättäväksi säännös, jonka mukaan lain 3 ja 4 luvun säännöksiä kohtuuttomista sopimusehdoista sekä 6 luvun säännöksiä kotimyynnistä ja etämyynnistä sovelletaan pääsäännön mukaan myös sellaisiin kulutushyödykkeisiin koskeviin sopimuksiin, joissa kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja.

Voimassa olevassa laissa ei nimenomaisesti säädetä siitä, sovelletaanko lakia myös tämän kaltaisiin sopimuksiin siinä tapauksessa, että kuluttaja ei maksa kauppahintaa hyödykkeestä, eikä asiasta ole tiettävästi myöskään oikeuskäytäntöä.

Lain 6 luvun osalta ehdotettu säännös perustuu osittain kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 1 a kohtaan. Luvun soveltamisalaa ehdotetaan kuitenkin laajemmaksi kuin mitä direktiivi edellyttää. Mainitun kohdan nojalla jäsenvaltio on velvollinen laajentamaan kuluttajaoikeusdirektiiviin perustuvat säännökset koskemaan tilanteita, joissa elinkeinonharjoittaja toimittaa tai sitoutuu toimittamaan kuluttajalle digitaalisen palvelun tai sähköisesti toimitettavan digitaalisen sisällön ja joissa kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja. Ehdotetun säännöksen mukaan paitsi kuluttajaoikeusdirektiivin täytäntöön panemiseksi annetun 6 luvun myös lain 3 ja 4 luvun säännökset koskisivat kaikkia sellaisia kulutushyödykkeitä koskevia sopimuksia, joissa kuluttaja ei maksa kulutushyödykkeestä kauppahintaa, mutta luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja. Vaikka tämän tyyppiset liiketoimintamallit ovat yleisiä nimenomaan digitaalista sisältöä tai palvelua koskevissa sopimuksissa, ei poissuljettuna voida pitää, että liiketoimintamalli yleistyy myös muun tyyppisten hyödykkeiden tarjonnassa. Tämän vuoksi mainittujen lukujen soveltamisalaa ehdotetaan laajemmaksi kuin mitä kuluttajaoikeusdirektiivissä edellytetään.

Selkeyssyistä ja osittain kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 1 a kohdan täytäntöön panemiseksi ehdotetaan vastaavasti säädettäväksi, että lain 2 luvun säännökset koskisivat kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia myös silloin, kun elinkeinonharjoittajan tarkoituksena on, että kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja, eikä elinkeinonharjoittaja käsittele saatavia henkilötietoja yksinomaan säännöksessä mainittuja rajattuja tarkoituksia varten.

Informatiivisuuden vuoksi ehdotetaan myös lisättäväksi viittaus lain 5 a lukuun, jossa säädetään luvun 1 §:n mukaan sopimuksista, joiden nojalla elinkeinonharjoittaja toimittaa tai sitoutuu toimittamaan kuluttajalle digitaalista sisältöä tai digitaalisen palvelun ja kuluttaja maksaa tai sitoutuu maksamaan kauppahinnan tai kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, paitsi jos elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan digitaalisen sisällön tai digitaalisen palvelun toimittamiseksi luvussa säädetyin mukaisesti tai täyttääkseen itseään koskevat lakisääteiset vaatimukset.

Selvyyden vuoksi on syytä todeta, että henkilötietojen suoja on perusoikeus, eikä henkilötietoja näin ollen olisi pidettävä vastikkeena. Uudistuksella ei vaikutettaisi henkilötietojen suojaan.

Kuluttajansuojalain 2 luku

Kuluttajansuojalain 2 lukuun ehdotetaan tehtäväksi erinäisiä muutoksia ja täydennyksiä liittyen markkinoinnissa annettaviin tietoihin. Muutokset perustuvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täytäntöönpanoon. Esimerkiksi tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan verkossa toimivalla markkinapaikalla markkinoinnista olisi lisäksi käytävä ilmi, onko hyödykkeen tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Elinkeinonharjoittajalle asetettaisiin myös velvollisuus pitää kuluttajan saatavilla tietoa keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien hyödykkeiden järjestyksen, sekä näiden keskeisten muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Velvollisuus tulisi sovellettavaksi, jos kuluttajalle annetaan mahdollisuus hakea eri elinkeinonharjoittajien tai yksityishenkilöiden tarjoamia hyödykkeitä esimerkiksi hakusanan perusteella. Lisäksi elinkeinonharjoittajalle asetettaisiin velvollisuus antaa ku-

luttajalle tieto siitä, onko elinkeinonharjoittaja varmistanut julkaistujen arvostelujen olevan peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, ja mahdollinen tieto siitä, miten elinkeinonharjoittaja on tämän varmistanut. Säännöstä sovellettaisiin tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja asettaa kuluttajan saataville kulutushyödykettä koskevia kuluttaja-arvosteluja.

Ehdotuksen mukaan markkinoitaessa tavaraa alennuksella tai alennettuun hintaan markkinoinnissa olisi ilmoitettava myös alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Sääntely perustuu hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 1 ja 2 kohtaan. Edellä mainitusta säännöksestä voitaisiin kuitenkin poiketa, jos yhtäjaksoisessa enintään 60 päivää kestäneessä markkinointikampanjassa suurennetaan hinnanalennusta asteittain. Tällöin alimpana hintana voitaisiin ilmoittaa hinta, jolla tavaraa on markkinoitu ensimmäistä hinnanalennusta edeltävien 30 päivän aikana. Velvollisuutta ilmoittaa hinta ei kuitenkaan sovellettaisi nopeasti pilaantuviin elintarvikkeisiin. Näiltä osin sääntely perustuu hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 3 ja 5 kohdan optioiden hyödyntämiseen. Optioiden hyödyntäminen katsotaan tarpeelliseksi, koska elinkeinonharjoittajat järjestävät perinteisesti useamman viikon kestäviä kausittaisia alennusmyyntikampanjoita, joissa tavaroiden hintoja alennetaan asteittain kampanjan edetessä. Tällaisessa tilanteessa alennetun hinnan vertailuhintana on tavanmaista pitää tuotteen alennettua hintaa edeltävää lähtöhintaa. Lisäksi 30 päivän aikarajasta luopuminen vähentää elinkeinonharjoittajien hallinnollista taakkaa tällaisissa kampanjoissa. Nopeasti pilaantuvia elintarvikkeita myydään usein ennen viimeistä käyttöpäivää tai parasta ennen -päiväystä alennuksella mahdollisen ruokahävikin minimoimiseksi. Velvollisuus ilmoittaa aiempi alin myyntihinta nopeasti pilaantuvissa elintarvikkeissa aiheuttaisi elinkeinonharjoittajille kohtuutonta hallinnollista lisätaakkaa, minkä vuoksi option käyttöönotto on perusteltua.

Hinnanalennusilmoituksia koskevassa pykälässä ei enää pidetä tarpeellisena säilyttää säännöstä, jonka mukaan kulutushyödykkeen hintaa ei saa ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan. Edellä 3.1.2 jaksossa selvitetyn mukaisesti markkinaoikeus on jo ratkaisussaan MAO:160/19 katsonut, että nykyinen 2 luvun 11 §:n säännös on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen. Vaikka säännös kumotaan, on syytä kuitenkin huomata, että säännöksessä tarkoitettua menettelytapaa voidaan edelleen arvioida esimerkiksi kuluttajansuojalain 2 luvun 6 §:n nojalla, jolla kielletään totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien tietojen antaminen markkinoinnissa.

Kuluttajansuojalain 2 lukuun ehdotetaan lisättäväksi myös säännökset kuluttajan oikeudesta vahingonkorvaukseen tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta rikkonut tai laiminlyönyt niitä luvun säännöksiä, jotka perustuvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin. Vastaavasti elinkeinonharjoittaja olisi velvollinen korvaamaan vahingon, joka on aiheutunut siitä, että elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta käyttänyt luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohtavia tai aggressiivisiä menettelytapoja, jotka perustuvat puolestaan mainitun direktiivin I liitteeseen. Ruotsin voimassa olevassa markkinointilaissa (marknadsföringslag 2008:486, 37 §) on säännös vahingonkorvauksesta tilanteissa, joissa elinkeinonharjoittajan markkinointi on ollut sopimatonta.

Luvussa ehdotetaan edelleen säädettäväksi kuluttajan oikeudesta hinnanalennukseen tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja on käyttänyt luvun säännöksissä tarkoitettua sopimatonta menettelyä taikka luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelyä.

Vahingonkorvausta ja hinnanalennusta koskevilla uusilla säännöksillä pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 11 a artikla.

Ehdotuksessa ei esitetä säädettävän kuluttajan oikeudesta purkaa sopimus elinkeinonharjoittajan sopimattoman kaupallisen menettelyn seurauksena. Jos kuluttaja haluaa päättää sopimuksen elinkeinonharjoittajan menettelyn johdosta, hän voi yleensä vedota sopimuksen pätemättömyyteen oikeustoimilain säännösten nojalla. Oikeustoimilain säännösten soveltamista kuluttajansuojalain 2 luvun mukaisiin tilanteisiin selvitetään edellä 3.1.2 jaksossa. Kuluttajan oikeudesta purkaa sopimus säädetään esimerkiksi kuluttajansuojalain 5, 5 a, 8 ja 9 luvuissa. Lisäksi kuluttajalla voi olla oikeus purkaa sopimus sopimusoikeuden yleisten oppien nojalla. Siten 11 a artiklan täytäntöön panemiseksi ei ole tarvetta säätää kuluttajan purkioikeudesta kuluttajansuojalain 2 luvussa.

Mainitun 11 a artiklan täytäntöönpanon yhteydessä esillä on ollut muun muassa Isossa-Britanniassa voimassa oleva sääntely. Jos kuluttaja on joutunut harhaanjohtavan markkinoinnin tai aggressiivisen menettelyn kohteeksi ja tämän seurauksena tehnyt elinkeinonharjoittajan kanssa sopimuksen, kuluttaja voi Ison-Britannian lainsäädännön mukaan purkaa kaupan tai vaatia standardihyvitystä. Tällöin kuluttajan ei tarvitse osoittaa, että hänelle olisi aiheutunut menettelystä vahinkoa. Jos kuluttaja haluaa purkaa kaupan, hänen on tehtävä purkuilmoitus 90 päivän kuluessa tietystä ajankohdasta, kuten hyödykkeen toimittamisesta, lukien. Kuluttajalla on oikeus rahalliseen hyvitykseen, jos mahdollisuutta sopimuksen purkamiseen ei enää ole joko sen vuoksi, että kuluttaja on laiminlyönyt tehdä purkuilmoituksen 90 päivässä tai sen vuoksi, että tuote tai palvelu on kokonaan käytetty tai kulutettu loppuun. Hyvitys määritetään kaavamaisesti hyödykkeen hinnan ja elinkeinonharjoittajan menettelyn moitittavuuden perusteella. Esimerkiksi jos tuotteen tai palvelun arvo on enintään 5 000 puntaa, kuluttajalla on oikeus saada 25 prosentin hinnanalennus hyödykkeen arvosta, jos elinkeinonharjoittajan sopimaton menettely on ollut moitittavuudeltaan vähäistä suurempaa. Vaikka standardihyvitys olisi kuluttajan oikeussuojakeinojen kannalta perusteltua, kyseisenlainen sääntely olisi varsin poikkeuksellista Suomen sopimusoikeudellisessa sääntelyssä, minkä vuoksi vastaavan kaltaista sääntelyä ei ehdoteta. Tältä osin on lisäksi huomattava, että tämän kaltainen standardihyvitys ei soveltuisi oikeussuojakeinona tilanteisiin, joissa kuluttaja ei ole tehnyt sopimusta elinkeinonharjoittajan kanssa sopimattoman menettelyn seurauksena.

Kuluttajansuojalain 6 luku

Kuluttajansuojalain 6 lukuun ehdotetaan lisättäväksi uudet määritelmät verkossa toimivasta markkinapaikasta, verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajasta sekä järjestyksestä. Kyseisiä määritelmiä käytetään myös lain 2 luvussa.

Säännöksiin, jotka koskevat ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä annettavia tietoja, ehdotetaan eräitä kuluttajaoikeusdirektiivistä johtuvia muutoksia. Lisäksi säädettäisiin tiedoista, jotka verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tulisi antaa kuluttajille ennen etämyyntisopimuksen tekemistä. Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan olisi muun muassa annettava kuluttajalle tieto niistä keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien kulutushyödykkeiden järjestyksen, ja näiden keskeisten muuttujien suhteellisen merkityksen verrattuna muihin muuttujiin. Kuluttajalle olisi lisäksi annettava tieto, onko hyödykkeitä tarjoava taho elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Edelleen kuluttajalle olisi annettava tarvittaessa tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat hyödykkeen tarjoavan kolmannen tahon ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä.

Lisäksi ennen peruuttamisajan päättymistä tehtävään palvelun suorittamista sekä peruuttamis-oikeuden rajoituksia koskevaan sääntelyyn ehdotetaan tehtäväksi kuluttajaoikeusdirektiivin johdosta muutoksia. Kuluttajalta edellytettäisiin muun muassa hyväksyntää siitä, että tämä menettää peruuttamis-oikeutensa, kun palvelu on suoritettu peruuttamisaikana.

Luvussa ehdotetaan säädettävän myös elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan oikeuksista ja velvollisuuksista tilanteessa, jossa kuluttaja peruuttaa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen. Kun sopimus peruutetaan, elinkeinonharjoittajan olisi pidättäydyttävä pääsäännön mukaan käyttämästä kuluttajan luovuttamaa tai luomaa digitaalista sisältöä tai palvelua, ja tietyin poikkeuksin elinkeinonharjoittajan olisi kuluttajan pyynnöstä myös annettava kuluttajan saataville henkilötietoja lukuun ottamatta kaikki sisältö, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua.

Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettuun lakiin ehdotetaan tehtävän seuraamusmaksusääntelyn osalta eräitä täydennyksiä. Täydennykset perustuvat sopimusedirektiivin 8 b artiklaan ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artiklaan. Ehdotuksen mukaan seuraamusmaksusääntely laajennetaan koskemaan tapauksia, joissa elinkeinonharjoittaja jatkaa sellaista menettelyä, jota on pidetty sopimattomana ja jonka käytön tuomioistuimien tai kuluttaja-asiamies on kieltänyt. Seuraamusmaksu voitaisiin myös määrätä tilanteissa, jossa elinkeinonharjoittaja jatkaa sellaisen sopimusehdon käyttämistä, jonka on katsottu olevan kohtuuton ja jonka käytön tuomioistuimien tai kuluttaja-asiamies on kieltänyt. Sääntely liittyy sellaisiin kuluttajansuojalain 2 ja 3 luvun säännöksiin, joiden rikkomisesta ei suoraan voida määrätä seuraamusmaksua säännösten yleisluontoisuuden vuoksi.

Lisäksi lakia ehdotetaan päivitettäväksi siten, että Omnibus-direktiiviin perustuvien uusien säännösten rikkomisesta voidaan määrätä seuraamusmaksu. Seuraamusmaksun määrääminen hinnan ilmoittamista koskevan kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:n vastaisesta menettelystä olisi puhtaasti kansallista lainsäädäntöä, sillä hintamerkintädirektiivin 8 artiklassa ei edellytetä seuraamusmaksusta säätämistä seuraamuskeinona. Kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:n säännökset ovat merkittäviä kuluttajan kannalta, minkä vuoksi säännöksen vastainen menettely on perusteltua sanktioida seuraamusmaksulla.

Jäljempänä 4.1.3 jaksossa selvitetään seuraamusmaksusääntelyn laajentamista koskemaan uusien puhelinmyyntisäännösten rikkomista.

4.1.3 Kuluttajansuojan parantaminen puhelinmyynnissä

Sääntelyvaihtoehdot

Puhelinmyyntisääntelyn tiukentamiseksi esillä ovat valmisteluvaiheessa olleet erityisesti seuraavat sääntelyvaihtoehdot:

- Vaihtoehto A. Opt in -malli. Opt in -malliin siirtyminen tarkoittaisi sitä, että puhelinmarkkinointi edellyttäisi kuluttajan ennakkosuostumusta samalla tavoin kuin esimerkiksi sähköinen suoramarkkinointi.
- Vaihtoehto B. Puhelinmyyntiä harjoittavien toimijoiden puhelinnumeroiden rekisteröiminen ja numeroon lisättävä etuliite (niin kutsuttu prefiksi). Tämä tarkoittaisi sitä, että puhelinmyyntiä harjoittavilta toimijoilta edellytettäisiin puhelinnumeroiden rekisteröimistä tai puhelinnumeroiden eteen lisättävää prefiksiä, jotta kuluttaja voi selvittää ja tunnistaa puhelinmyyjän soitot.
- Vaihtoehto C. Valtakunnallinen, viranomaisen ylläpitämä ja valvoma puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteri, jota kaikkien puhelinmarkkinointia harjoittavien toimijoiden olisi käytettävä. Tällä hetkellä toimialan itsesääntelyyn perustuvia kieltorekistereitä on kaksi.

- Vaihtoehto D. Kirjallinen vahvistus. Tässä vaihtoehdossa elinkeinonharjoittajan olisi vahvistettava puhelimitse tehty tarjous kirjallisesti kuluttajalle, joka tulisi sidotuksi sopimukseen vasta lähetettyään kirjallisen hyväksyntänsä elinkeinonharjoittajalle. Kuluttajaoikeusdirektiivin 8 artiklan 6 kohta mahdollistaa kirjallisten sopimusvahvistusten käytön. Direktiivin 8 artiklan 6 kohta sisältää jäsenvaltio-option, jonka mukaan puhelimitse tehtävien etäsopimusten osalta jäsenvaltiot voivat säätää, että elinkeinonharjoittajan on vahvistettava tarjous kuluttajalle, joka tulee sidotuksi vasta allekirjoitettuaan tarjouksen tai lähetettyään kirjallisen hyväksyntänsä. Jäsenvaltiot voivat myös säätää, että tällaiset vahvistukset on tehtävä pysyvällä välineellä.

- Vaihtoehto E. Puhelinmyynnin rajoittaminen tuote- tai alakohtaisesti. Yksi vaihtoehto on lisäksi rajoittaa puhelinmyyntiä siten, että eri tuoteryhmiä koskisivat eri sääntelyratkaisut.

Kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto

Esityksessä ehdotetaan kuluttajansuojan parantamiseksi kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönottoa puhelinmyynnissä. Vahvistusmenettely tarkoittaisi sitä, että elinkeinonharjoittajan olisi puhelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla. Jos kuluttaja ei ole kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan toimittamaa kirjallista tarjousta, sopimus ei sitoisi kuluttajaa.

Kirjallinen vahvistusmenettely vähentäisi ongelmatilanteita, joissa kuluttaja ei ole puhelinkeskustelun perusteella ymmärtänyt sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai joissa sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi. Vahvistusmenettely antaisi kuluttajille myös lisää aikaa pohtia haluaan sitoutua sopimukseen ja se olisi myös omiaan vähentämään tapauksia, joissa kuluttaja yksinomaan puhelinmyynnin mahdollisen painostuselementin johdosta tekee sopimuksen, jota hän ei tosiasiallisesti halua tehdä. Kirjallinen vahvistusmenettely helpottaisi erityisesti sellaisten kuluttajien asemaa, jotka eivät enää kykene itse päättämään sopimuksen tekemisestä, mutta joihin kuitenkin saatetaan puhelinmarkkinointia kohdistaa.

Vaikka opt in -malli on lausuntopalautteessa saanut kannatusta, tätä puhelinmyyntiin ankarimmin puuttuvaa vaihtoehtoa ei ole perusteltua ottaa käyttöön ennen kuin on nähty, missä määrin vahvistusmenettelyn käyttöönotto vähentää puhelinmyynnistä kuluttajille aiheutuvia ongelmia. Parannusta kuluttajien asemaan on odotettavissa myös sen johdosta, että kuluttajaviranomaisien toimivaltuuksia puuttua lainvastaiseen menettelyyn on parannettu heinäkuussa 2020 voimaan tulleilla uudistuksilla, joista merkittävin on mahdollisuus määrätä seuraamusmaksu elinkeinonharjoittajalle, joka rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain tiettyjä säännöksiä muun muassa puhelinmyynnistä (ks. edellä jakso 3.1.4). Seuraamusmaksun määräämistä ei ole vielä haettu puhelinmyyntiä koskevissa valvonta-asioissa.

Myöskään muita esillä olleita sääntelyvaihtoehtoja ei pidetä tarkoituksenmukaisena tässä vaiheessa toteuttaa. Vaihtoehtoja harkittaessa huomioon otettuja seikkoja selvitetään jäljempänä 5.1.2 jaksossa.

Kirjallisen vahvistusmenettelyn soveltamisala

Esitystä valmisteltaessa on arvioitu myös sitä, tulisiko kirjallisen vahvistusmenettelyn ulkopuolelle rajata esimerkiksi tiettyjä hyödykeryhmiä. Työryhmän mietinnöstä annetussa lausuntopalautteessa kirjallisen vahvistusmenettelyn eri toteutustavoista eniten kannatusta sai vahvistusmenettely ilman soveltamisalapoikkeuksia. KKV:n mukaan puhelinmyynnissä esiintyy ongel-

mia useilla eri toimialoilla, ja kuluttaja-asiamies on puuttunut myös esimerkiksi lehtien puhelinmarkkinointiin. Toisaalta työryhmän mietinnön lausuntopalautteessa erityisesti elinkeinoelämää edustavat tahot ovat katsoneet, että jos vahvistusmenettely otetaan käyttöön, se tulee rajata koskemaan vain sähkömyyntisopimuksia, koska niiden myynnissä on ollut käytännössä merkittävimpiä ongelmia. Tällainen rajaus olisi omiaan vähentämään elinkeinoelämän esiintuomia sääntelyn kielteisiä vaikutuksia työllisyyteen. Vahvistusmenettelyn käyttöönotto vain sähkömyyntisopimuksiin ei kuitenkaan toisi parannusta kuluttajien asemaan puhelinmyynnissä yleisesti.

Esitystä valmisteltaessa on harkittu myös sitä, että kirjallista vahvistusmenettelyä ei sovellettaisi enintään 30 euroa maksaviin hyödykkeisiin. Tällaista soveltamisalarajauksia ei pidetä perusteltuna esittä, sillä käytännössä soveltamisalapoikkeuksen merkitys olisi vähäinen, mutta se saattaisi johtaa pyrkimykseen keinotekoisin järjestelyin kiertää vahvistusmenettelyä koskevaa vaatimusta.

Edellä mainitun perusteella esityksessä ehdotetaan, että vahvistusmenettely otettaisiin käyttöön lähtökohtaisesti kaikkien sellaisten hyödykkeiden puhelinmyynnissä, johon sovelletaan kuluttajansuojalain 6 luvun säännöksiä etämyynnistä. Poikkeuksen muodostaisivat viestintäpalvelusopimukset. Näihin sopimuksiin ei ole tarpeen soveltaa ehdotettua vahvistusmenettelyä, sillä niitä koskevat sähköisen viestinnän palveluista annetun lain säännökset. Sanotun lain mukaan teleyrityksen on annettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä maksutta helppolukuinen sopimustiivistelmä. Jos sopimustiivistelmää on teknisesti mahdotonta antaa ennen sopimuksen tekemistä, se on annettava viipymättä sopimuksen tekemisen jälkeen. Tällöin sopimus tulee voimaan vasta, kun kuluttaja on sopimustiivistelmän saatuaan vahvistanut hyväksyvänsä sopimuksen (sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 106 b §:n 4 mom.).

Esityksen valmistelussa on harkittu myös sitä, että kirjallista vahvistusmenettelyä ei otettaisiin käyttöön kuluttajansuojalain 6 a luvun soveltamisalaan kuuluvassa rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden puhelinmyynnissä, koska tiedossa ei ole erityisiä ongelmia niiden puhelinmyynnissä. Koska rahoituspalvelut ja -välineet ovat tuotteina abstrakteja ja monimutkaisia ja niitä koskevat sopimukset voivat olla kuluttajan talouden kannalta hyvinkin merkittäviä, esityksessä ehdotetaan kirjallinen vahvistusmenettely käyttöönotettavaksi myös rahoituspalveluja ja rahoitusvälineitä koskevien sopimusten puhelinmyynnissä. Poikkeuksen muodostaisivat kuitenkin kuluttajansuojalain 7 ja 7 a luvun soveltamisalaan kuuluvat kuluttajaluottosopimukset, joita koskevat niihin sovellettavat EU-lainsäädäntöön perustuvat erityissäännökset, minkä vuoksi kyseiset sopimukset jätettäisiin kirjallisen vahvistusmenettelyn ulkopuolelle. Luottosopimuksen tekemisestä säädetään kuluttajansuojalain 7 luvun 17 §:ssä ja 7 a luvun 15 §:ssä, ja näiden säännösten mukaan kuluttajaluottosopimus on tehtävä kirjallisesti ja kuluttajalle on annettava kappale sopimusta. Sopimus voidaan tehdä myös sähköisesti siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa sopimuksen muuttumattomana. Kuluttajalta ei saa luottosuhteen perusteella periä korkoa tai maksuja, josta ei ole sovittu edellä mainitussa sopimuksessa. Asunto-omaisuuteen liittyvien kuluttajaluottojen osalta edellytetään lisäksi, että luotonantajan luottoa koskeva tarjous on tehtävä pysyvällä tavalla ja että tarjouksessa on oltava kaikki luottosopimusta koskevat ehdot (kuluttajansuojalain 7 a luvun 14.1 §).

Rahoituspalveluja ja rahoitusvälineiden puhelinmyyntiä koskeva ehdotettu sääntely eroaisi kuitenkin muiden kulutushyödykkeiden puhelinmyyntiä koskevasta ehdotuksesta siten, että kuluttajan olisi määräajassa vedottava sopimuksen sitomattomuuteen. Ehdotetun säännöksen mukaan kuluttajan olisi ilmoitettava sopimuksen sitomattomuudesta elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä. Rahoituspalvelut ja -välineet eroavat kuluttajansuojalain 6 luvun soveltamisalaan kuuluvista ja perinteisesti puhelimitse myytävistä kulutushyödykkeistä ja niitä koskevista sopimuksista. Esimerkiksi vakuutusopimukset voivat olla

voimassa useita vuosia ja vakuutusmaksut voivat olla suuria verrattuna esimerkiksi muihin puhelimitse myytäviin hyödykkeisiin. Epätietoisuus vakuutus sopimuksen voimassaolosta olisi sekä vakuutuksenottajan että vakuutuksenantajan näkökulmasta epätoivottavaa. Vakuutuksenottajana toimivan kuluttajan kannalta ongelmallista olisi, jos esimerkiksi vakuutustapahtuman sattuessa useiden vuosien kuluttua sopimuksen tekemisestä olisi riski, että vakuutus sopimus ei olisikaan voimassa ja vakuutus ei kattaisi tapahtunutta vahinkoa. Siten molempien sopimusosapuolten oikeusvarmuuden kannalta pidetään perusteltuna, että kuluttajan olisi rahoituspalveluiden ja -välineiden puhelinmyynnissä vedottava sopimuksen sitomattomuuteen määräajassa.

Seuraamukset sopimuksen tekemistä koskevien muotovaatimusten noudattamatta jättämisestä

Jos kuluttaja ei ole kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla vahvistanut elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei puhelinmyynnissä edellä todetun mukaisesti sitosi kuluttajaa. Kuluttaja ei olisi tällöin velvollinen maksamaan kulutushyödykettä eikä myöskään palauttamaan elinkeinonharjoittajalle tämän toimittamaa kulutushyödykettä taikka muutoinkaan huolehtimaan kulutushyödykkeestä.

Rahoituspalveluja ja rahoitusvälineitä koskeviin sopimuksiin liittyvät erityispiirteet ehdotetaan otettavaksi huomioon säätämällä, että kuluttajan on vedottava sopimuksen sitomattomuuteen vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos hän tämän määräajan kuluessa vetoaa sopimuksen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on palautettava mahdolliset kuluttajan sopimuksen nojalla tekemät maksusuoritukset. Vastaavasti kuin muiden hyödykkeiden puhelinmyynnissä, myöskään näissä sopimuksissa kuluttajalla ei ole palautusvelvollisuutta tai huolenpito-velvollisuutta mahdollisen toimitetun suorituksen osalta siinä tapauksessa, että hän on vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen.

Jos elinkeinonharjoittaja laiminlyö käyttää ehdotettujen säännösten mukaisesti vahvistusmenettelyä puhelinmyynnissä, elinkeinonharjoittajalle voitaisiin määrätä seuraamusmaksu. Näin tehostettaisiin osaltaan sitä, että vahvistusmenettelyä noudatetaan. Sääntely olisi kansallista.

Ehdotetussa sääntelyssä ei kiellettäisi elinkeinonharjoittajaa ottamasta yhteyttä kuluttajaan sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on toimittanut tarjouksen pysyvällä tavalla puhelun päättymisen jälkeen. On kuitenkin huomattava, että jos elinkeinonharjoittaja esimerkiksi painostaa kuluttajaa lähettämään hyväksyntänsä pysyvällä tavalla toimitettuun tarjoukseen, tällainen painostaminen voi tulla arvioiduksi kuluttajansuojalain 2 luvun 9 §:n mukaisena kiellettyinä aggressiivisena menettelyinä.

4.1.4 Kuluttajansuojan parantaminen kotimyyynnissä

Kuluttajansuojan parantamiseksi kotimyyynnissä ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 6 lukuun säännökset kuluttajan peruuttamisoikeudesta tietyissä tilanteissa. Ehdotuksen mukaan kuluttajalla olisi peruuttamisoikeus kotimyyynnissä, jos sopimus on tehty elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä. Peruuttamisoikeus olisi tällöin sopimuksissa, jotka koskevat tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaavaksi. Sääntely perustuu kuluttajaoikeusdirektiivin 16 artiklan 2 kohdan option peruuttamisoikeuden laajentamisesta tiettyihin tilanteisiin.

Esityksessä ehdotetaan myös säädettäväksi seuraamuksista tilanteesta, jossa elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt kotimyynnissä antaa kuluttajalle tiedon peruuttamisoikeuden puuttumisesta tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää. Tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnin johdosta sopimus ei sitoisi kuluttajaa. Sääntely olisi kansallista.

4.1.5 Digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon liittyvien säännösten ajallinen soveltaminen

Ehdotuksen mukaan kuluttajansuojalain voimaantulosäännöstä muutetaan vastaamaan digisopimusdirektiiviä siten, että 5 a luvun säännöksiä sovellettaisiin myös ennen 1.1.2022 tehtyihin sopimuksiin tiettyjä poikkeuksia lukuun ottamatta, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan kuluttajalle kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta annettavan lain (7. lakiehdotus) voimaantulon jälkeen.

4.2 Pääasialliset vaikutukset

4.2.1 Valtionaloudelliset vaikutukset ja vaikutukset viranomaisten toimintaan

Kuluttajansuojalain muutokset

Esityksellä ei ole vaikutuksia julkistalouteen.

Omnibus-direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavat kuluttajansuojalain säännökset voivat aiheuttaa Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ja kuluttaja-asiamiehelle aluksi jossakin määrin lisätyötä. Muun muassa ohjeistuksia on päivitettävä sekä elinkeinonharjoittajia ja kuluttajia neuvottava uusien säännösten sisällöstä. Mahdollista on myös, että uusi sääntely lisää painetta uudistaa vakioehtoja, millä olisi heijastusvaikutuksia myös kuluttaja-asiamieheen. Yksilöllisistä oikeussuojakeinosta säätämällä (1. lakiehdotuksen 2 luvun 15 a §) on todennäköisesti vaikutuksia myös kuluttajaneuvontaan. Esimerkiksi jos vahingonkorvauksesta tai hinnanalennuksesta syntyy erimielisyyttä kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välillä, kuluttaja voi kääntyä kuluttajaneuvonnan puoleen muun muassa sovitteluavun saamiseksi. Koska uusien säännösten soveltaminen edellyttää aina tapauskohtaista arviota siitä, onko yritys menetellyt pykälissä yksilöidyllä kielletyllä tavalla, on todennäköistä, että vaikutus neuvonnan ja sovittelun tarpeen lisääntymiseen on pysyvä.

Uudet ja muuttuneet säännökset voivat aiheuttaa aluksi lisätyötä kuluttajariitalautakunnalle. Myös kuluttajariitalautakunnan tulee perehdyttää henkilöstönsä uuteen sääntelyyn, minkä lisäksi lautakunnan on tarpeen tehdä linjaratkaisuja uusista tulkintakysymyksistä.

Toisaalta erityisesti kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto puhelinmyynnissä on omiaan jossakin määrin vähentämään viranomaisten työmäärää. Näin on käynyt esimerkiksi Ruotsissa, jossa on lokakuussa 2021 julkaistu puhelinmyynnin vahvistusmenettelyn vaikutuksia koskeva selvitys (SOU 2021:79. Slutbetänkande av utredningen ett moderniserat konsumetskydd. En uppföljning av skriftlighets kravet vid telefonförsäljning). Selvityksen mukaan Ruotsin kuluttajaviranomaisen Konsumentverketin puhelinmyyntiä koskevat kuluttajayhteydenotot ovat vähentyneet kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönoton johdosta. Vuonna 2016 yhteydenottoja niin kutsutun Hallå Konsumentin kautta oli puhelinmyyntiasioissa yhteensä noin 7 000, kun vuonna 2020 yhteydenottoja puhelinmyyntiasioissa oli noin 4 600. Myös yhteydenotot kuluttajaneuvontaan ovat vähentyneet puhelinmyyntiasioissa: vuonna 2016 yhteydenottoja oli yhteensä noin 6 850, kun vuonna 2020 yhteydenottoja oli 3 550. Myös Ruotsin kuluttajariitoja käsittelevä tuomioistuimen ulkopuolinen riidanratkaisuorganisaatio Allmänna Reklamations-

nämnden on yleisesti arvioinut, että puhelinmyyntiä koskevat riita-asiat ovat selkeästi vähentyneet lautakunnassa kirjallisen vahvistusmenettelyn säätämisen myötä. Allmänna Reklamationsnämnden ei kuitenkaan tilastoi vireille tulleita ja käsiteltyjä puhelinmyyntiä koskevia riita-asioita, joten täsmällistä tietoa ei ole saatavissa. Lisäksi Ruotsin sähköistä viestintää valvova viranomaisen Post- och telestyrelsen on kertonut valitusten vähentyneen. (SOU 2021:79, s. 37–38)

Ruotsin tavoin on oletettavaa, että myös Suomessa kirjallisen vahvistuksen käyttöönotto puhelinmyynnissä olisi omiaan helpottamaan kuluttaja-asiamiehen valvontatoimintaa ja vähentämään kuluttajien tarvetta kääntyä kuluttajaneuvonnan puoleen. Kirjallinen vahvistusmenettely vähentäisi todennäköisesti myös tietosuojavaltuutetun toimistoon vireille saatettujen puhelutalenteita koskevien kanteluiden määrää. Oletettavaa on myös, että puhelinmyyntiin liittyvien riita-asioiden selvittely ja ratkaiseminen ovat omiaan helpottamaan etenkin kuluttajariitalautakunnassa. Puhelinmyyntiin liittyvien näyttöongelmien voidaan olettaa jossakin määrin vähenevän kirjallisen vahvistusmenettelyn myötä. Kuluttajasopimuksia koskevia riitoja käsitellään yleisessä tuomioistuimessa verrattain vähän, mutta siltä osin kuin tällaisia puhelinmyyntiä koskevia riitoja päätyisi yleiseen tuomioistuimeen, myös näissä tapauksissa näyttöongelmat olisivat oletettavasti pienempiä kuin nykyisin.

Selvää kuitenkin on, että kaikki puhelinmyynnissä ilmenevät ongelmat eivät tule häviämään uudistuksen myötä. Tähän vaikuttaa muun muassa se, että osa puhelinmyyntiin liittyvistä ongelmista aiheutuu siitä, että elinkeinonharjoittajat eivät noudata voimassa olevaa sääntelyä. Myös esimerkiksi Ruotsin kuluttajaviranomainen Konsumentverketin selvityksen mukaan kirjallisuusvaatimuksesta huolimatta puhelinmyyntiin liittyy edelleen ongelmia Ruotsissa, vaikka uudistus on tuonut myös parannuksia aiempaan tilanteeseen. Joissakin tapauksissa kirjallisuusvaatimusta ei ole noudatettu laissa edellytetyllä tavalla, vaan kuluttajaa on ohjeistettu tai jopa painostettu hyväksymään kirjallinen tarjous puhelun aikana. Kirjallinen ja puhelimesta esitetty suullinen tarjous eivät myöskään aina ole vastanneet toisiaan. (Konsumentverket, Telefonförsljning 2019 – en lägesbild. Underlagsrapport 2020:6).

Myös kotimyyntiä koskevat uudistukset ovat omiaan vähentämään kuluttajaviranomaisille aiheutuvaa työmäärää. Kuten edellä jaksossa 3.2.2 todetaan, kuluttajaoikeusdirektiivin täytäntöönpanon jälkeen vuonna 2014 kotimyyntiä koskevien kuluttajailmoitusten määrä on kasvanut huomattavasti peruuttamisoikeuden supistumisen myötä. Esityksen johdosta sääntely vastaisi jossakin määrin ennen kuluttajaoikeusdirektiivin täytäntöönpanoa voimassa ollutta sääntelyä, minkä vuoksi voidaan olettaa, että kuluttajien kohtaamat ongelmat kotimyyynnissä tulevat ainakin jonkin verran vähentymään, mikä puolestaan vähentäisi kuluttajien yhteydenottoja kuluttajaviranomaisiin. On kuitenkin huomattava, että myös kotimyyynnissä esiintyy esimerkiksi elinkeinonharjoittajia, jotka eivät noudata voimassa olevaa sääntelyä, minkä vuoksi oletettavaa ei ole, että esityksellä pystyttäisiin poistamaan kaikkia kotimyyynnissä esiintyviä ongelmia.

Kokonaisuutena arvioidaan, että uusi sääntely ei edellytä viranomaisille eikä tuomioistuimille lisää voimavaroja. Tähän kokonaisarvioon ei vaikuta se, että myös kuluttajansuojalain 5 luvun säännöksiä on hiljattain uudistettu ja että lakiin on lisätty uusi 5 a luku digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja koskevista sopimuksista.

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muutokset

Omnibus-direktiivin sisältämät seuraamuksia koskevat artiklat on jo pääosin pantu Suomessa täytäntöön 15.7.2020 voimaan tulleella kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista

annetulla lailla. Nyt kyseessä olevalla esityksellä laajennetaan kuluttaja-asiamiehen käytettävissä olevia keinoja puuttua elinkeinonharjoittajien tiettyjen kuluttajansuojasäännösten vastaisiin toimiin. Kuluttaja-asiamiehen keinovalikoiman laajentaminen saattaa mahdollistaa myös sen, että viranomaisten resursseja voidaan käyttää enemmän ennaltaehkäiseviin valvontatoimiin yhteistyössä elinkeinoelämän ja muiden sidosryhmien kanssa. Merkittävää työ määrän lisäystä kuluttaja-asiamiehelle ei odoteta tehtävistä muutoksista aiheutuvan.

Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain mukaan markkinaoikeus käsittelee kuluttaja-asiamiehen hakemuksia seuraamusmaksun määräämiseksi. Esityksen 3. ja 4. lakiehdotuksen vaikutuksia markkinaoikeuteen ei kuitenkaan arvioida merkittäviksi, koska oletettavaa on, ettei seuraamusmaksun määräämistä koskevien hakemusten määrä tule esitettyjen muutosten johdosta erityisemmin kasvamaan.

4.2.2 Vaikutukset kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien asemaan

4.2.2.1 Kuluttajansuojalain muutokset

Omnibus-direktiivin täytäntöönpano

Esityksen vaikutukset kohdistuvat ennen kaikkea elinkeinonharjoittajiin ja kuluttajiin. Jotta esityksestä pystyisi helpoiten hahmottamaan eri sääntelytoimenpiteiden mahdolliset vaikutukset, elinkeinonharjoittajiin ja kuluttajiin kohdistuvia vaikutuksia arvioidaan seuraavassa yhdessä.

Nykyistä yhtenäisemmät kuluttajansuojasäännökset EU:ssa ovat omiaan parantamaan elinkeinonharjoittajien mahdollisuuksia tarjota hyödykkeitä rajan yli ja vastaavasti parantamaan kuluttajien mahdollisuuksia ostaa hyödykkeitä rajojen yli EU- ja ETA-maiden välillä. Sääntelyn rajat ylittävää kaupankäyntiä helpottavia vaikutuksia vähentää kuitenkin se, että direktiivit sisältävät edelleen jonkin verran liikkumavaraa.

Kuluttajansuojalakiin tehtävät muutokset parantavat kuluttajien asemaa ja oikeussuojakeinoja. Kuluttajansuojalain tiettyjen lukujen säännösten soveltaminen myös sopimuksiin, joissa kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, on omiaan parantamaan ja selkiyttämään kuluttajien asemaa. Tältä osin muutos voimassa olevaan oikeustilaan on periaatteellisesti merkittävä. Käytännössä etenkin digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja koskevia sopimuksia tehdään runsaasti ilman, että kuluttaja joutuisi maksamaan niistä rahavastiketta. Ehdotettu sääntely selventää ja parantaa kuluttajan asemaa näissä sopimuksissa erityisesti silloin, kun kuluttaja peruuttaa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen. Elinkeinonharjoittajalla olisi tiettyjä tilanteita lukuun ottamatta velvollisuus asettaa kuluttajan saataville kuluttajan pyynnöstä sisältö, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua.

Erikseen on syytä todeta, että sääntelyllä ei olisi vaikutusta henkilötietojen suojaan ja yleisessä tietosuojasetuksessa säädettyihin rekisteröidyn oikeuksiin. Sääntely ei vaikuttaisi toisaalta myöskään yleisen tietosuojasetuksen mukaisiin rekisterinpitäjien velvollisuuksiin.

Ehdotetut säännökset kuluttajan oikeudesta hinnanalennukseen ja vahingonkorvaukseen elinkeinonharjoittajan rikkoessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevia säännöksiä ovat omiaan parantamaan EU:n kuluttajansuojasäännösten noudattamista ja kuluttajien oikeuksiin pääsyä. Säännökset oikeudesta saada hinnanalennus ja vahingonkorvaus ovat uusia, joskin kuluttajariitalautakunta on jo nykyisin ratkaisukäytännössään katsonut, että kuluttajalla voi olla

oikeus saada korvaus esimerkiksi virheellisen tai puutteellisen markkinoinnin johdosta aiheutuneista turhista matkakuluista (näin esimerkiksi ratkaisussa dnro 4450/33/11, 30.4.2012).

Hinnanalennusilmoituksia koskeva uusi sääntely edellyttää, että elinkeinonharjoittajan on markkinoitaessa tavaraa alennuksella tai alennettuun hintaan ilmoitettava pääsäännön mukaan myös alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Vaikka velvollisuudesta aiheutuu elinkeinonharjoittajille lisää hallinnollista työtä ja siten kustannuksia, ehdotus parantaa kuluttajien asemaa erityisesti siltä osin, että kuluttajat saavat tiedon siitä, millä hinnalla tavaraa on myyty edeltävän kuukauden aikana, ja pystyvät arvioimaan sen perusteella paremmin tarjouksen edullisuutta. Säännöksen tavoitteena on muun ohella vaikuttaa siihen, etteivät elinkeinonharjoittajat ilmoita keinotekoisista alennusmyynneistä eli markkinoi hinnanalennusta tilanteessa, jossa tuotetta on vain hieman aiemmin myyty vastaavan suuruisella tai jopa suuremmalla alennuksella. Sääntely kohdistuu ainoastaan tavaroiden markkinointiin, joten uusi sääntely kohdistuu sellaisiin elinkeinonharjoittajiin, jotka tarjoavat kuluttajille tavaroita. Tilastokeskuksen tietojen mukaan tavaroiden vähittäiskauppaa (TOL 47, pois lukien moottoriajoneuvojen ja moottoripyörien kauppa) harjoittavia yrityksiä on vuonna 2020 ollut Suomessa noin 17 100. Uudesta hinnanalennusilmoituksia koskevasta sääntelystä elinkeinonharjoittajille aiheutuva hallinnollinen työ ja siitä aiheutuvat lisäkustannukset voivat kohdistua etenkin perinteisesti järjestettäviin kausialennusmyyntheihin, jotka koskevat yleensä laajasti eri tavaroita ja jotka kestävät yleensä useamman viikon ajan.

Elinkeinonharjoittajien markkinointia koskeva tiedonantovelvoite laajenee. Elinkeinonharjoittajalle asetettava velvollisuus antaa kuluttajille tieto siitä, onko elinkeinonharjoittaja varmistanut julkaistujen kuluttaja-arvostelujen olevan peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, ja mahdollinen tieto siitä, miten elinkeinonharjoittaja on tämän varmistanut, on omiaan parantamaan kuluttaja-arvosteluiden luotettavuutta sekä kuluttaja-arvosteluita lukevien kuluttajien mahdollisuutta arvioida kulutushyödykkeitä niistä annettujen arvioiden perusteella. Ehdotettu sääntely aiheuttaa elinkeinonharjoittajille hallinnollista lisätyötä ja hallinnollisia kustannuksia, esimerkiksi mahdollisten tietojärjestelmämuutosten johdosta etenkin siinä tapauksessa, jos elinkeinonharjoittaja haluaa alkaa varmistaa, että arvosteluita antavat ainoastaan kuluttajat, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen. Toisaalta jo nyt monet verkkokaupat mahdollistavat arvosteluiden antamisen vain sellaisille kuluttajille, jotka ovat ostaneet tuotteen. Varmistus tehdään monesti esimerkiksi siten, että elinkeinonharjoittaja lähettää sähköpostiviestillä linkin arvostelulomakkeeseen. Jos elinkeinonharjoittaja ei varmista kuluttaja-arvosteluiden lähdettä, riittävää on, että elinkeinonharjoittaja ilmoittaa tästä. Tällöin aiheutuva lisätyö ja siitä aiheutuvat kustannukset elinkeinonharjoittajalle ovat vähäiset.

Esityksen mukaan elinkeinonharjoittajien, jotka tarjoavat kuluttajille mahdollisuuden hakea eri elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien tarjoamia tavaroita tai palveluja, kuten matka-, majoitus- tai vapaa-ajanpalveluja, olisi tiedotettava kuluttajille hakukyselyn tuloksena kuluttajalle esitettävien tarjousten järjestyksen määrittävistä keskeisistä muuttujista sekä niiden suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Kyseinen velvollisuus on omiaan lisäämään kuluttajien tietoisuutta hakukyselyiden tulosten järjestyksen perusteista sekä mahdollisuutta arvioida kyseisiä perusteita ja hakukyselyn tuloksia. Selvää on, että kyseinen velvollisuus aiheuttaa tällaista toimintaa tarjoaville elinkeinonharjoittajille jossakin määrin lisää hallinnollista taakkaa. Tietoa siitä, kuinka paljon tällaisia elinkeinonharjoittajia markkinoilla on, ei ole saatavilla.

Esityksessä asetetaan myös erityinen tiedonantovelvollisuus verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalle. Tältä osin sääntely on kokonaan uutta. Ehdotuksen mukaan tarjottaessa verkossa toimivalla markkinapaikalla yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on

käytävä ilmi, onko hyödykkeen tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Lisäksi verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan on annettava ennen sopimuksen tekemistä kuluttajalle tieto siitä, että kuluttajansuojalainsäädäntöön perustuvia oikeuksia ei sovelleta, jos kulutushyödykkeitä tarjoava taho ei ole elinkeinonharjoittaja. Markkinapaikan tarjoajan on myös tarvittaessa annettava tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat kulutushyödykkeen tarjoavan kolmannen tahon ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä.

Sääntely parantaa verkossa toimivien markkinapaikkojen asiakkaiden asemaa tiedonannon lisääntymisen seurauksena, mutta samalla lisää kyseisten markkinapaikkojen tarjoajien velvollisuuksia, ja sitä kautta hallinnollista lisätyötä ja hallinnollisia kuluja. Verkossa toimivilla markkinapaikoilla eli niin kutsutuilla alustoilla on yhä tavanomaisempaa, että kulutushyödykkeitä myyvät sekä elinkeinonharjoittajat että yksityishenkilöt. Ehdotetun sääntelyn johdosta verkossa toimivalla markkinapaikalla asioiva kuluttaja saa tietoonsa, onko hänen sopimusosapuolensa elinkeinonharjoittaja vai yksityishenkilö. Lisäksi jos kyseessä on yksityishenkilö, kuluttajalle on ilmoitettava, ettei kuluttajansuojalainsäädäntö tule lähtökohtaisesti sovellettavaksi. Näin kuluttaja voi esimerkiksi arvioida sopimusosapuolen mahdollista vastuuta virhetilanteissa.

Verkossa toimivien markkinapaikan tarjoajan on puolestaan huolehdittava siitä, että kulutushyödykkeitä myyvä taho ilmoittaa, onko tämä elinkeinonharjoittaja vai yksityishenkilö. Markkinapaikan tarjoajan on myös huolehdittava tiedon antamisesta markkinapaikalla asioiville kuluttajille. Tämä aiheuttaa jonkin verran hallinnollista ja teknistä työtä markkinapaikan tarjoajalle. Tietoa siitä, kuinka paljon tällaisia verkossa toimivia markkinapaikkoja Suomessa on, ei ole saatavilla. Tällaiset markkinapaikat ovat kuitenkin yleistymässä.

Omnibus-direktiivistä johtuvista muutoksista aiheutuvia kokonaiskustannuksia yrityksille ei ole mahdollista arvioida tarkasti euromääräisesti. Yleisesti voidaan arvioida, että ensi vaiheessa uusista ja muuttuneista säännöksistä aiheutuu yrityksille kertaluonteisia hallinnollisia kuluja muun muassa mahdollisten tietojärjestelmämuutosten vuoksi. Tiedonantovelvollisuussääntelyn muutoksista voi aiheutua myös vakioehtojen päivittämistarvetta, mistä syntyy elinkeinonharjoittajille kuluja. Myös vakiomuotoisen peruuttamislomakkeen päivittämistarpeesta voi aiheutua koti- tai etämyyntiä harjoittaville elinkeinonharjoittajille kertaluonteisia kuluja. Etenkin hinnanalennuksia koskevan ilmoitusvelvollisuuden arvioidaan aiheuttavan jatkuvaluonteisesti lisää hallinnollista työtä tavaroita myyville elinkeinonharjoittajille. Kokonaisuutena Omnibus-direktiivistä johtuvien muutosten ei kuitenkaan arvioida aiheuttavan merkittäviä lisäkustannuksia elinkeinonharjoittajille.

Puhelinmyyntisääntelyn kiristäminen

Kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto parantaisi kuluttajansuojaa puhelinmyynnissä. Kuluttajat voisivat tutustua paremmin ja helpommin puhelimitse tehtyyn tarjoukseen, ja heillä olisi enemmän aikaa harkita sopimuksen tekemistä sekä tarvittaessa vertailla eri hyödykkeitä. Kirjallinen vahvistusmenettely on omiaan lisäämään kuluttajien tyytyväisyyttä puhelinmyyntiin, ja voi joidenkin kuluttajien osalta jopa lisätä kiinnostusta puhelimitse myytyjä hyödykkeitä kohtaan. Puhelinmyynnin imago kuluttajien keskuudessa voi parantua.

Ruotsin kuluttajaviranomainen Konsumentverketin tekemän selvityksen mukaan tyytyväisyys puhelinmyynnin kautta ostamiseen on yleisesti kasvanut Ruotsissa, mutta selvityksestä ei ilmene, miksi tyytyväisyys on kasvanut ja johtuuko se nimenomaan kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotosta. Selvityksen mukaan niin kutsutut impulssiostokset ovat myös vähentyneet

ja yhä harvempi kuluttaja koki tulleen ylipuhutuksi sopimukseen. Myös kokemukset huijatuksi tulemisesta vähentyivät. (Konsumentverket, Telefonförsäljning 2019 – en lägesbild. Underlagsrapport 2020:6). Myös Ruotsin eri kuluttajayhdistysten mukaan kuluttajansuoja puhelinmyynnissä on parantunut kirjallisen vahvistusmenettelyn myötä (SOU 2021:79, s. 38).

On kuitenkin huomattava, että joillekin kuluttajille kirjallinen vahvistusmenettely voi aiheuttaa vaikeuksia esimerkiksi sen johdosta, etteivät he käytä erilaisia sähköisiä viestintäkanavia tai hallitse näiden viestintäkanavien, kuten sähköpostin, käyttämistä. Näiden kuluttajien osalta vahvistusmenettely voi vaikeuttaa sopimusten tekemistä. Esimerkiksi Ruotsissa puhelinmyyntiä harjoittavat elinkeinonharjoittajat lähettävät paperisia tarjousvahvistuksia vähän, ja sähköisen vahvistusmenettelyn käyttäminen on aiheuttanut ongelmia etenkin vanhempien kuluttajien keskuudessa. Tämä on johtanut myös siihen, että yritykset eivät tarjoa puhelimitse tuotteita kyseisille kuluttajille. (SOU 2021:79, s. 40) Oletettavaa on, että ainakin jossakin määrin näin saattaa tapahtua myös Suomessa.

Ruotsin kuluttajaviranomainen Konsumentverketin mukaan kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönoton jälkeen on ilmennyt myös muita ongelmia. Kuluttajat eivät ole esimerkiksi aina ymmärtäneet, että kirjallisen vastauksen antaminen on synnyttänyt sopimuksen osapuolten välille. Vahvistusmenettely ei myöskään estäisi tahallisesti harhaanjohtavaa tai petoksellista toimintaa harjoittavia yrityksiä. Epärehillisesti toimivat elinkeinonharjoittajat voisivat antaa kuluttajalle virheellistä tietoa vahvistuksen tarkoituksesta taikka toiminnallaan myötävaikuttaa siihen, ettei kuluttaja tosiasiaa perehdy kirjalliseen aineistoon ennen vahvistuksen lähettämistä, jolloin kuluttajalta voi jäädä huomaamatta, ettei tarjous vastaakaan puhelimesta kerrottua. Jos kuluttaja tällaisessa tilanteessa on saanut puhelimesta kerrottua vastaamattoman tarjouksen ja tämän jälkeen vielä kirjallisesti vahvistanut haluavansa tehdä sopimuksen, kuluttaja saattaisi joutua riitatilanteessa vahvistusviestin toimittamisen johdosta nykyistä heikompaan asemaan.

Kirjallisella vahvistusmenettelyllä olisi myös vaikutuksia niiden yritysten toimintaan, joiden tarjoamia tavaroita tai palveluita markkinoidaan kuluttajille puhelimitse, sekä myös näiden yritysten lukuun puhelinmarkkinointia harjoittavien yritysten toimintaan.

Tarkkaa tietoa siitä, kuinka paljon puhelinmyyntiä harjoittavia yrityksiä on Suomessa, ei ole saatavilla. Joitakin arvioita yritysten määrästä voidaan kuitenkin esittää. Tilastokeskuksen tuoreimman Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilaston mukaan Suomessa oli vuonna 2019 yhteensä noin 370 000 yritystä. Näistä 99,8 prosenttia on alle 250 henkilöä työllistäviä yrityksiä, eli niin kutsuttuja pk-yrityksiä. Puhelinmarkkinoinnin hyödyntämistä myyinnedistämistarkoituksissa on selvitetty työ- ja elinkeinoministeriön, Finnveran ja Suomen yrittäjien pk-yritysbarometrissa, johon vastasi 4586 suomalaisen pk-yrityksen edustajaa keväällä 2020. Vastausten perusteella noin 15 prosenttia pk-yrityksistä tekee puhelinmarkkinointia. Lukumääräisesti tämä tarkoittaisi noin 44 000 pk-yritystä, ilman maa- metsä ja kalatalouden toimialaa, joka ei kuulu pk-yritysbaron piiriin.

Taulukossa 3 on havainnollistettu puhelinmarkkinointi tekevien pk-yritysten osuuksia ja määriä alueittain perustuen pk-yritysbarometrin aineistoon. Taulukosta ilmenee, että puhelinmarkkinointi on suhteellisesti yleisintä Keski-Pohjanmaan ja Etelä-Karjalan maakunnissa. Suhteellisesti vähiten puhelinmarkkinointia tehdään Varsinais-Suomen, Kymenlaakson ja Uudenmaan alueilla. Taulukosta 4 ilmenee, että puhelinmarkkinointi on yleisintä kaupan toimialalla ja harvinaisempaa rakentamisen toimialalla.

Pk-yritysbarometrin kyselyaineisto ei sisällä tietoja yli 250 henkilöä työllistävistä yrityksistä. Aineistosta kuitenkin ilmenee (taulukko 5), että suurimmista pk-yrityksistä noin 22 prosenttia hyödyntää puhelinmarkkinointia myyinnedistämistarkoituksissa. Tilastokeskuksen mukaan

HE 14/2022 vp

yli 250 henkilöä työllistäviä yrityksiä oli vuonna 2019 noin 700. Oletettuna, että vähintään 22 prosenttia näistä tekee puhelinmarkkinointia, tarkoittaisi se noin 150 suuryritystä.

On kuitenkin huomattava, että pk-yritysbarometri (kevät 2020) todennäköisesti yliarvioi puhelin- ja telemarkkinoinnin yleisyyttä pk-yrityksissä. Kysymyspatteristossa ei ole selkeästi eroteltu, tarkoitetaanko puhelinmarkkinoinnilla yritys- vai kuluttajamyyntiä. ASML:n mukaan kuluttajille suunnattu puhelinmyynti ei ole pk-yritysten hyödyntämä myynti- ja markkinointikeino, vaan koskee enemmänkin suuria yrityksiä.

Taulukko 3. Puhelinmyyntiä tekevien yritysten määrä alueittain. (Lähde: pk-yritysbarometri).

Alue	Osuus pk-yrityksistä, jotka tekevät puhelinmarkkinointia (%)	Arvio puhelinmarkkinointia tekevien yritysten määrästä alueella
Uusimaa	14 %	12 798
Pirkanmaa	15 %	3 697
Varsinais-Suomi	13 %	3 343
Pohjois-Pohjanmaa	14 %	2 212
Keski-Suomi	16 %	1 879
Satakunta	16 %	1 695
Etelä-Pohjanmaa	17 %	1 670
Päijät-Häme	16 %	1 480
Lappi	16 %	1 368
Pohjois-Savo	12 %	1 133
Pohjois-Karjala	17 %	1 059
Kanta-Häme	13 %	1 044
Pohjanmaa	12 %	996
Etelä-Savo	15 %	981
Etelä-Karjala	19 %	975
Kymenlaakso	13 %	884
Keski-Pohjanmaa	20 %	604
Kainuu	15 %	396

Taulukko 4. Puhelinmyyntiä tekevien yritysten määrä toimialoittain. (Lähde: pk-yritysbarometri).

Päätoimiala	Osuus pk-yrityksistä tekee puhelinmarkkinointia - %	Arvio puhelinmarkkinointia tekevien yritysten määrästä
Palvelut	16 %	22 509
Kauppa	24 %	9 571
Teollisuus	15 %	2 978

HE 14/2022 vp

Rakentaminen	7 %	2 896
--------------	-----	-------

Taulukko 5. Puhelinmyyntiä tekevien yritysten määrä henkilöstön koon mukaan. (Lähde: pk-yritysbarometri).

Työntekijöiden määrä	Osuus pk-yrityksistä tekee puhelinmarkkinointi - %	Arvio puhelinmarkkinointia tekevien yritysten määrästä
Alle 5 hlöä	13 %	33 065
5–9 henkilöä	19 %	3 326
10–19 henkilöä	20 %	2 069
20–49 henkilöä	22 %	1 383
50–250 henkilöä	22 %	707

Tilastokeskuksen ammattiluokitukseen perustuen suoramyyntiä harjoittavia työllisiä (5243) ja puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjä (5244) oli vuonna 2018 noin 6 386. Heistä oli naisia noin 53 prosenttia. Alle 25-vuotiaita heistä oli noin 21 prosenttia. (taulukot 6 ja 7)

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tekemässä selvityksessä (3/2020) todetaan, että puhelimitse tapahtuvan myynnin ja markkinoinnin tehtävissä työskentelevien henkilöiden määrää on hankala arvioida. Puhelinmyyjien vaihtuvuus on suurta ja osa työsuhteista voi olla hyvinkin lyhytaikaisia. Puhelinmarkkinointi työllistää henkilöitä sekä pää- että sivutoimisesti ja puhelinmyyntityötä tekevien henkilöiden nimikkeet vaihtelevat (esimerkiksi puhelinmyyjä, myyntineuvottelija, ilmoitusmyyjä). Tilastokeskuksen työllisten määrää kuvaavat tiedot (taulukot 6 ja 7) eivät näin ollen anna luotettavaa kuvaa puhelinmyyntityötä tekevien henkilöiden kokonaismäärästä. Työllisten tarkempi selvittäminen vaatisi yritys kohtaista tarkastelua, koska varsinkin isojen yritysten puhelinmyynti saattaa jakaantua omiin myyntiyksiköihin, alihankkijayrityksiin ja yrittäjämyyntiin.

Taulukko 6. Työlliset sukupuolen mukaan. (Lähde: Tilastokeskus).

Sukupuoli	Työlliset, Suoramyynti (5243) ja Puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjät (5244)	Osuus
Naiset	3 414	53 %
Miehet	2 972	47 %

Taulukko 7. Työlliset iän mukaan. (Lähde: Tilastokeskus).

Ikä	Työlliset, Suoramyynti (5243) ja Puhelin- ja asiakaspalvelukeskusten myyjät (5244)	Osuus
18–24 vuotta	1361	21 %
25–34 vuotta	1716	27 %
35–44 vuotta	1387	22 %
45–54 vuotta	1039	16 %
55–64 vuotta	802	13 %
65–74 vuotta	81	1 %

Puhelinmyyntiä harjoittavia yrityksiä edustavan ASML:n mukaan puhelinmyynti työllistää täyspäiväisesti noin 11 000–12 000 henkilöä ja vuositasolla täys- ja osa-aikaisesti noin 40 000 henkilöä. Tiedot perustuvat liiton tekemään selvitykseen, johon vastasi noin 29 yritystä.

Suomessa ASML:n jäsenyritysten (N=24, 16.4.2021) arvion mukaan myös Suomessa kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto vaikuttaisi yritysten myyntiin kielteisesti, arviolta 20–25 %. Tämä puolestaan jäsenkyselyn mukaan heikentäisi yritysten kannattavuutta johtaen toimintojen supistamistarpeeseen ja aiheuttaisi laajasti henkilöstön vähennystarpeita. Toimipisteiden sulke- mistarve ja henkilöstön vähennystarpeet kohdistuisivat niin haja-asetusalueelle kuin isompiin kaupunkeihin. ASML arvioi, että lisävahvistussääntelyn myötä noin 2000–3500 työpaikkaa häviäisi ruuhka-Suomen ulkopuolella. Arvio työllisyysvaikutuksista perustuu osin Ruotsin asiakaspalvelu- ja puhelinmarkkinointialan yrityksiä edustavan Kontaktan arvioon, että kirjallinen vahvistusmenettely vähensi alan myyntiä noin 20–25 prosenttia.

Ruotsin asiakaspalvelu- ja puhelinmarkkinointialan yrityksiä edustavan Kontakta-yhdistyksen syksyllä 2020 tekemän selvityksen mukaan kirjallisen vahvistuksen vaatimus on vaikuttanut puhelinmyyntiin negatiivisesti ja myynti on edellä mainituin tavoin keskimäärin vähentynyt 20–25 prosenttia. Kysely oli suunnattu eri toimialoille puhelinmyyntiä tekeville contact centereille, ja kyselyyn vastasi yhteensä 13 vastaajaa. Kirjallinen vahvistusmenettely on kyselyn mukaan johtanut lisääntyneeseen hallinnolliseen työhön ja myyntiprosessit ovat pidentyneet, minkä seurauksena puhelinmyynnistä on tiettyjen hyödykkeiden kohdalla tullut kannattamatonta. Joissakin tapauksissa yritykset ovat siirtyneet puhelinmarkkinoinnista muihin markkinointikanaviin. Osa Kontaktan jäsenyrityksistä on vähentänyt työvoimaansa kirjallisen vahvistusmenettelyn

seurauksena. Kontaktan selvityksen mukaan vahvistusmenettely on joidenkin yritysten mukaan aiheuttanut myös positiivisia vaikutuksia yritystoimintaan. Asiakassuhteet ovat parantuneet, sillä yritykset ovat voineet keskittyä ja kohdistaa puhelinmyyntiä asiakkaisiin, joilla on aitoa halua ostaa puhelimitse myytyjä tavaroita ja palveluja. Tästä on seurannut se, että asiakkaiden maksuhalukkuus on noussut ja maksumuistutusmenettelyyn on täytynyt käyttää vähemmän resursseja. (SOU 2021:79, s. 40)

Ruotsin data- ja markkinointialan yrityksiä edustava Swedma on puolestaan kyselytulostensa (N=21) perusteella arvioinut, että kirjallinen vahvistusmenettely on vähentänyt puhelinmyyntiä tekevien yritysten liikevaihtoa 10–25 prosenttia. Useimmat yritykset olivat kuitenkin selvityksessä tuoneet ilmi, että liikevaihdon vähentyminen ei ole johtunut pelkästään kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotosta, vaan myös muut tekijät ovat vaikuttaneet asiaan. Toisaalta ostostaan katuvien kuluttajien määrä on vastaavasti vähentynyt, mikä on ollut positiivista. Swedman mukaan kirjallinen vahvistusmenettely on aiheuttanut yrityksille kustannusten kasvua. Kustannusten kasvu on aiheutunut muun muassa uusista digitaalisista ohjelmista ja laitteista, tekstiviesteistä, ulkopuolisten konsulttien palkkaamisesta sekä lisäkoulutuksesta. (SOU 2021:79, s. 40–41)

Ennen kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönottoa Ruotsin elinkeinoelämän kehittämissivusto Tillväxtverket arvioi vuonna 2018 käyttöönoton kustannusvaikutuksia elinkeinonharjoittajille. Keväällä 2021 Tillväxtverket arvioi tosiasiaa toteutuneita kustannuksia. Vuonna 2021 arvioitiin, että kirjallisen vahvistusmenettelyn toteutuneet vuosittaiset tuotantokustannukset ovat olleet noin 518 miljoonaa Ruotsin kruunua, kun niiden vuonna 2018 arvioitiin olevan noin 1 miljardia Ruotsin kruunua. Toteutuneet investointikustannukset olivat vuoden 2021 selvityksen mukaan vain vajaat 1 miljoonaa Ruotsin kruunua, kun vuonna 2018 niiden arvioitiin olevan 18 miljoonaa Ruotsin kruunua. Vastaavasti vähentynyt liikevaihto on jäänyt noin 1,2 miljardiin Ruotsin kruunuun, kun sen vuonna 2018 arvioitiin olevan 2,1 miljardia Ruotsin kruunua. Vaikutus yritysten liikevaihtoon on ollut Ruotsissa siten merkittävästi pienempi kuin ennen sääntelyn muuttamista arvioitiin, ja myös toteutuneet kustannukset ovat huomattavasti alemmat. Lisäksi Tillväxtverket on selvityksessään kiinnittänyt huomiota siihen, että kirjallinen vahvistusmenettely on tuonut yrityksille myös mahdollisia säästöjä reklamaatioiden ja valitusten vähemmän seurauksena. (SOU 2021:79, s. 42–43; Tillväxtverket, Regler som påverkar företagens kostnader och konkurrenskraft 2013–2020, Slutrapport av uppdrag enligt Tillväxtverkets regleringsbrev 2014, s. 26–28.)

Myös Suomessa on arvioitu kirjallisen vahvistusmenettelyn vaikutuksia yrityksille. Seuraavassa esitetään joitakin yleisiä sekä toimialakohtaisia lukuja. Esityksessä ei ole käytetty työ- ja elinkeinoministeriön laatimaa sääntelytaakkalaskuria, koska saatavilla ei ollut sellaista aineistoa, jota olisi voinut laskurissa hyödyntää.

Kuten edellä on todettu, Suomessa ASML:n jäsenyritysten arvion mukaan myös Suomessa kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto vaikuttaisi yritysten myyntiin kielteisesti, arviolta 20–25 %. Myös toimialakohtaisia arvioita on esitetty. Esimerkiksi media-alalla toimivan suuren yrityksen mukaan kirjallisen vahvistuksen arvioitu vaikutus sanoma- ja aikakauslehtien myynnissä olisi järjestelmäinvestointien osalta noin 10 miljoonaa euroa. Muita aloituskustannuksia ja jatkuvia kustannuksia ei ole pystytty arvioimaan. Medialiitto on arvioinut, että noin puolet sanoma- ja aikakauslehtitilauksista tehdään puhelinmyynnin kautta. Medialiiton mukaan jälkivahvistuksen vaikutus liikevaihtoon olisi tältä osin 20–25 prosenttia, mikä tarkoittaisi sitä, että noin neljäsosa puhelinmyyntitilauksista loppuisi. Tilausmyynnin liikevaihto putoaisi arvion mukaan kokonaisuudessaan 10 prosenttia. Alan arvion mukaan lehtialan vuosittainen liikevaihto Suomessa on noin 600 miljoonaa euroa (Tilastokeskuksen mukaan noin 734 miljoonaa euroa vuonna 2020), jolloin 10 prosentin liikevaihdon aleneminen tarkoittaisi euromääräisesti

noin 60–70 miljoonaa euroa. Tämä tarkoittaisi käytännössä voimakasta negatiivista vaikutusta toimialan yritysten tulokseen sekä lehtien toimitukseen. Medialiitto on arvioinut, että vahvistusmenettelyn nettovaikutus lehtialalla olisi noin 4 prosenttia. Sanomalehtien (TOL: 5813) ja aikakauslehtien (TOL: 5814) kustantamisen toimialoilla oli Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2020 noin 1,5 miljardin liikevaihto.

Edelleen ASML:n toimittaman tiedon mukaan erään suuren vakuutusyhtiön arvion mukaan järjestelmävaikutukset hankekuluina olisivat yhtiölle noin 5–6 miljoonaa euroa. Vakuutusyhtiö on pohjannut arvionsa rahanpesusäännöksiin liittyvien järjestelmämuutosten toteutuneisiin kustannuksiin. Lisäksi vakuutusyhtiön vuotuinen jatkuvien toimiteiden kulu olisi arviolta 100 000 euroa vuodessa. Sähköisen vahvistuksen valmiuden rakentaminen kustantaisi noin 0,8–1,2 miljoonaa euroa, ja postitse tapahtuva vahvistusprosessi aiheuttaisi jatkuvia kuluja noin 4 miljoonaa euroa vuodessa. Uudistukseen liittyvä koulutustarve aiheuttaisi noin miljoonan euron kustannukset.

Puhelinmyyntiä harjoitetaan yrityksistä suoraan, mutta myös niin kutsutuista contact centeristä, jotka palvelevat puhelinmyynnin alihankkijoina useita eri toimialoja. Yhdellä contact centerillä voi olla kymmeniä toimeksiantajia. ASML:ltä saadun tiedon mukaan puhelin- ja asiakaspalvelukeskuksia tai muita telemarkkinoinnin palveluita tarjoavia yrityksiä on Suomessa noin 400. ASML:n toimittaman tiedon mukaan eräs keskisuuri contact center on arvioinut, että kirjallinen vahvistusmenettely aiheuttaisi yritykselle noin 300 000 euron perustamiskustannukset. Perustamiskustannukset pitäisivät sisällään muun muassa uudistuksesta johtuvat tietojärjestelmähankinnat. Lisäksi koulutukseen, rekrytointiin ja muihin alkuvaiheen järjestelyihin kului arviolta 100 000 euroa. Contact centerin arvion mukaan puheluiden pidentymiseen liittyvät työvoimakustannukset ovat merkittävät. Jatkuvat kustannukset olisivat noin 40 000 euroa kuukaudessa. Arvio jatkuvista kustannuksista perustuu oletukseen, että puhelut pidentyvät 20–40 prosentilla. Kustannuksia syntyisi myös esimerkiksi dokumentaatioon, raportointiin, lisenseihin, tietosuojaan, tietoturvaan, laajempaan sopimushallintaan sekä uuteen asiakaspalveluun liittyvästä hallinnollisesta työstä. Näistä aiheutuvia kustannuksia ei ole kuitenkaan pystytty määrittämään. Contact centerin mukaan kustannusrasitteesta seuraava myyntikatteen aleneminen olisi kriittistä yrityksen toiminnan jatkuvuudelle, ja sääntely tarkoittaisi toiminnan leikkaamista ja supistamista.

Selvää on, että kirjallinen vahvistusmenettely aiheuttaa elinkeinonharjoittajille hallinnollista taakkaa ja kuluja. Tarkkaa tietoa aiheutuvista kuluista ei ole saatavissa. Edellä viitatus lehti- ja vakuutusosalta saadut tiedot vahvistusmenettelyn käyttöönotosta aiheutuvista kuluista ovat huomattavan korkeat verrattuna arvioituihin toteutuneisiin investointikustannuksiin Ruotsissa. On myös huomattava, että kirjallinen vahvistusmenettely voisi vähentää sopimuksen syntymiseen liittyviä reklamaatioita ja sen johdosta niiden käsittelystä elinkeinonharjoittajille aiheutuvaa hallinnollista taakkaa. On kuitenkin oletettavaa, että vahvistusmenettelyn käyttöönotto vaikuttaa kielteisesti niiden yritysten liikevaihtoon, joiden tarjoamia tavaroita tai palveluita markkinoidaan kuluttajille puhelimitse, mutta tältäkin osin luotettavien euromääräisten arvioiden tekeminen on vaikeaa.

Varmaa tietoa ei ole etukäteen saatavissa myöskään vaikutuksista toisten yritysten lukuun puhelinmarkkinointia harjoittavien yritysten eli niin kutsuttujen contact centereihin toimintaan. Edellä kuvatut lisääntyvät kustannukset voivat johtaa näiden yritysten toiminnan supistumiseen ja sen myötä kielteisiin työllisyysvaikutuksiin. Toisaalta on myös mahdollista, että contact centerit voivat veloittaa kirjallisesta vahvistusmenettelystä aiheutuva lisääntyvät kustannukset tilaajaryyksiltä.

Viime kädessä kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto voi vähentää myös puhelimitse myytävien tavaroiden ja palveluiden valikoimaa ja sitä kautta kilpailua markkinoilla, mikä puolestaan voi johtaa hintojen nousuun. Lehtialalla, jolla puhelinmyynti on tärkeä myyntikanava, myynnin väheneminen voi pahimmillaan johtaa sanoma- ja aikakauslehtien määrän vähenemiseen, mikä voisi heikentää tiedonvälityksen monipuolisuutta.

Kotimyyntisääntelyn kiristäminen

Peruuttamisoikeuden laajentaminen kotimyyntissä parantaa erityisesti niiden kuluttajien asemaa, jotka tekevät kotimyyntissä remonttisopimuksia, joihin sisältyy mittatilaustavaroiden toimitus. Esityksen 3.2.2 jaksossa mainitun mukaisesti kotimyyntiä koskevia kuluttajien yhteydenottoja KKV:hen on ollut vuosina 2018–2021 1 100:sta 1 600:een ja näistä ilmoituksista remonteja on koskenut 49:stä 64:ään prosenttia. Koska vain osa ongelmia kohdanneista kuluttajista tekee ilmoituksen viranomaiselle, voidaan arvioida, että ehdotetulla muutoksella on myönteinen vaikutus huomattavaan määrään kuluttajia. Erityisesti myönteisen vaikutuksen arvioidaan kohdistuvan vanhuksiin ja muutoin haavoittuvassa asemassa oleviin kuluttajiin. Saman suuntainen vaikutus on myös peruuttamisoikeutta koskevan elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnin seurauksista säätämällä.

Vaikkakaan esityksessä ehdotetut muutokset kotimyyntisääntelyyn eivät rajoita kotimyyntiä harjoittavien yritysten toimintaa, muutoksilla voi olla kielteisiä vaikutuksia kotimyyntiä harjoittaviin yrityksiin. Kotimyyntin yleisyydestä tai sitä harjoittavien yritysten määrästä ei ole saatavissa tarkkaa tietoa. Kotimyyntiä harjoittavat yritykset eivät ole järjestäytyneet, eikä myöskään esimerkiksi Tilastokeskus tilastoi erikseen kotimyyntiä harjoittavia yrityksiä. Tilastokeskus tilastoi kuitenkin muualla kuin myymälöissä tapahtuvaa vähittäiskauppaa (TOL: 479). Luokkaan kuuluu uusien ja käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppa pääasiassa kuluttajille henkilökohtaiseen tai kotitalouskäyttöön. Kyseinen toimialaluokitus pitää sisällään myös kotimyyntin. Tilastokeskus luokittelee muualla kuin myymälöissä tapahtuvan vähittäiskaupan edelleen ”vähittäiskaupaksi postimyyntiliikkeiden tai internetin välityksellä” sekä ”muuksi vähittäiskaupaksi muualla kuin myymälöissä”. Kotimyynti kuuluu jälkimmäiseen luokkaan (TOL: 4799). Tilastokeskuksen mukaan vuosina 2018–2020 tällaisia muuta vähittäiskauppaa muualla kuin myymälöissä harjoittavia yrityksiä oli Suomessa yhteensä noin 1 200. Vuonna 2020 tällaisten yritysten liikevaihto on ollut yhteensä noin 159 miljoonaa euroa, vuonna 2019 noin 160 miljoonaa euroa ja vuonna 2018 noin 158 miljoonaa euroa. Henkilöstön lukumäärä näissä yrityksissä on vuosina 2018–2020 ollut noin 800–900 henkilötyövuotta. On huomattava, että kyseiset luvut eivät pidä sisällään kotimyyntin kautta myytyjä palveluita. Esitystä kirjoittaessa ei ollut saatavissa vielä vuoden 2021 tietoja.

Kotimyyntiä koskevilla ehdotuksilla voi olla negatiivista vaikutusta myös kotimyyntiä tarjoavien elinkeinonharjoittajien määrään sellaisten hyödykkeiden osalta, joiden osalta sopimuksen peruuttaminen tulee mahdolliseksi. Kotimyyntiä harjoittaville yrityksille aiheutuu lisää hallinnollista työtä mahdollisesti lisääntyvien peruutusten käsittelystä ja niihin liittyvistä selvitystöistä. Erityisesti lisääntyvä hallinnollinen työ ja siitä aiheutuvat kustannukset kohdistuvat yrityksiin, jotka tarjoavat sellaisia hyödykkeitä, joita koskevissa sopimuksissa kuluttajalla ei voimassa olevan sääntelyn nojalla ole peruuttamisoikeutta. Toisaalta hallinnollinen taakka todennäköisesti vähentyy siltä osin kuin sopimukseen liittyvien riitatilanteiden määrä vähenee.

Kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muutos

Ehdotuksen mukaan kuluttajansuojalain 5 a luvun säännöksiä sovellettaisiin tietyiltä osin myös ennen 1.1.2022 tehtyihin digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja koskeviin sopimuksiin. Muutoksen käytännön vaikutukset sopimusosapuoliin arvioidaan kokonaisuutena vähäiseksi. Tämä johtuu ensinnäkin siitä, että vaikka nimenomaisia säännöksiä digitaalisen sisällön tai palvelun toimittamisesta ja virheestä ei ole aiemmin ollut laissa, tällaisiin sopimuksiin on sovellettu kuluttajapalvelusopimuksia koskevan 8 luvun säännöksiä siltä osin kuin ne ovat ilmentäneet sopimusoikeuden yleisiä periaatteita. Vastaavasti on oletettavaa, että vaikka säännöksiä ei olisi nyt ehdotettavalla tavalla ulotettu koskemaan vanhoja sopimuksia, jatkossa uusia 5 a luvun säännöksiä olisi saatettu joka tapauksessa soveltaa analogisesti ainakin joiltakin osin myös vanhoihin sopimuksiin.

Toiseksi muutoksen vaikutus arvioidaan vähäiseksi sen johdosta, että digitaalisissa sisällöissä ja palveluissa on tavanomaista, että samaa kokonaisuutta tarjotaan lähtökohtaisesti kaikille yhtäläisen sopimuksen tehneille kuluttajille riippumatta siitä, milloin sopimus on tehty. Näin ollen on oletettavaa, että uudet säännökset on jo monilta osin huomioitu myös ennen 1.1.2022 tehdyissä sopimuksissa. Muutos voi kuitenkin merkitä sitä, että jos digitaalisessa sisällössä tai palvelussa on elinkeinonharjoittajan vastuulla oleva virhe, josta elinkeinonharjoittaja ei olisi ollut jo ennen uusien säännösten voimaantuloa vastuussa yleisten sopimusoikeudellisten periaatteiden nojalla, virheestä kärsivien kuluttajien joukko on muutoksen myötä aiempaa suurempi, mikä kasvattaa samalla elinkeinonharjoittajalle virheestä aiheutuvia kustannuksia.

4.2.2.2 Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muutokset

Ehdotetut seuraamussäännökset ovat omiaan parantamaan EU:n kuluttajansuojasäännösten noudattamista. Seuraamussäännöksiä koskevilla tiukennuksilla on vaikutuksia erityisesti niihin yrityksiin, jotka eivät huolellisesti noudata EU:n kuluttajansuojasäännöksiä. Suoria taloudellisia vaikutuksia aiheutuisi niille elinkeinonharjoittajille, joille esitetään tai määrätään lakiehdotuksen mukaisesti seuraamusmaksu ehdotetun kuluttajansuojasäännöksen rikkomisesta. Toisaalta jo nykyisin huolellisesti lain velvoitteita noudattavien yritysten kannalta ehdotetut seuraamukset ovat omiaan luomaan reilummat kilpailuedellytykset markkinoilla. Seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen parantaakin niiden elinkeinonharjoittajien asemaa, jotka noudattavat huolellisesti kuluttajansuojasäännöksiä vähentämällä sitä perusteetonta kilpailuetua, jota säännöksiä rikkovat elinkeinonharjoittajat menettelystään saavat. Yleisesti ottaen elinkeinonharjoittajille voi syntyä jonkin verran kustannuksia varautumisesta ehdotettujen säännösten laajentamisesta johtuvaan prosessiin, mahdollisten puolustautumisoikeuksien käytöstä sekä seuraamusmaksun tuoman riskin hallinnoimisesta.

Toisaalta kustannusvaikutusten osalta on huomattava, että Omnibus-direktiivin sisältämät seuraamuksia koskevat artiklat on jo pääosin pantu Suomessa täytäntöön vuonna 2020 voimaan tulleella kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetulla lailla. Oletettavaa on, että elinkeinonharjoittajat ovat jo varautuneet mahdollisiin kustannuksiin, eikä seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen aiheuta enää merkittäviä uusia kustannuksia.

Seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen parantaa kuluttajien asemaa markkinoilla edistäänsä sitä, että tiettyjä kuluttajansuojasäännöksiä noudatetaan nykyistä tehokkaammin. Tämä on omiaan vähentämään kuluttajille aiheutuvia taloudellisia menetyksiä tiettyjen kuluttajansuojasäännösten vastaisesta toiminnasta. Uudistukset voivat paitsi vähentää niitä tilanteita, joissa lain säännöksiä rikotaan, myös nopeuttaa elinkeinonharjoittajan markkinoinnin tai muun menettelyn oikaisemista lain mukaiseksi. Suorien taloudellisten vaikutusten lisäksi kuluttajaviranomaisten keinovalikoiman laajentaminen on omiaan vaikuttamaan ennaltaehkäisevästi rikkomusten taantumiseen.

4.2.3 Ympäristövaikutukset

Esityksellä ei arvioida olevan merkittäviä ympäristövaikutuksia.

Vähäisiä negatiivisia ympäristövaikutuksia erityisesti jätemäärään ja hiilijalanjälkeen voi olla ehdotuksella, jonka mukaan kuluttajalla olisi kotimyyynnissä peruuttamisoikeus myös mittatilaustavaroita koskevissa sopimuksissa. Tällaisessa tapauksessa, jos kuluttaja peruuttaa tavaran kauppaa koskevan sopimuksen, kuluttajan vaatimusten mukaisesti valmistettu tai muunneltu tavara voi osoittautua sellaiseksi, ettei elinkeinonharjoittaja pysty tavaraa enää myymään eteenpäin tai muutoin hyödyntämään. Tämä voi aiheuttaa turhaa hävikkiä.

Kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto puhelinmyynnissä voi puolestaan johtaa myönteisiin ympäristövaikutuksiin, kun sellaiset sopimukset, joita kuluttaja ei ole tosiasiallisesti halunnut tehdä, vähenevät vahvistusmenettelyn johdosta. Oletettavaa on, että kuluttajat harkitsevat puhelinmyynnin kautta tehtyjä ostoksiaan tarkemmin, mikä puolestaan vaikuttaa siihen, ettei tavaroita lähetetä kuluttajalle ja palauteta elinkeinonharjoittajalle turhaan. Toisaalta on myös mahdollista, että kirjallinen vahvistusmenettely puhelinmyynnissä aiheuttaa jossakin määrin paperin käytön lisääntymistä yrityksissä, jos kirjallisia tarjouksia lähetetään kuluttajille paperisessa muodossa. Toisaalta esimerkiksi Ruotsissa yritykset ovat pääasiassa siirtyneet sähköiseen vahvistusmenettelyyn ja paperisten tarjousten lähettäminen on varsin rajoittunutta. Oletettavaa on, että myös Suomessa pääosa kirjallisista tarjouksista ja vahvistuksista lähetetään sähköisessä muodossa.

4.2.4 Muut yhteiskunnalliset vaikutukset

Kuluttajansuojasääntelyyn tehtävillä muutoksilla voidaan katsoa olevan myös muita hyötyjä kuluttajille edellä jaksossa 4.2.2 mainittujen hyötyjen lisäksi. Etenkin puhelin- ja kotimyyntisääntelyyn kohdistuvien muutosten voidaan arvioida jossakin määrin vähentävän kuluttajille aiheutuvia erilaisia haittoja, kuten taloudellisia, sosiaalisia ja terveydellisiä haittoja.

OECD on määritellyt kuluttajalle aiheutuvan haitan puutteena tai vahinkona, joka on seurannut kuluttajan ostamaan tuotteeseen tai palveluun liittyvästä ongelmasta. Tällainen haitta voi ilmetä taloudellisena tai ei-taloudellisena häiriönä. Taloudellinen haitta voi esimerkiksi muodostua virheellisestä tuotteesta, virheellisen tuotteen korjaamisesta tai vaihtamisesta aiheutuvista kuluista tai virheen selvittämisestä aiheutuvista kuluista. Ei-taloudellinen haitta voi puolestaan olla psykologista häiriötä, kuten aiheutunutta stressiä, ongelmien selvittämiseen kulunutta aikaa tai käytettävissä olevien vaihtoehtojen vähäisyyttä. (OECD, Measuring consumer detriment and the impact of consumer policy. Feasibility Study. 2020).

Kuten esityksen 3.2.1 jaksosta ilmenee, yksi keskeinen kuluttaja-asiamiehen puhelinmyyntiä koskevissa valvontatapauksissa esille noussut ongelma on, että kuluttajalle ei puhelinmyynnissä kerrota selkeästi sopimuksen sisältöä, kuten tuotteen hintaa tai sopimuksen kestoja. Kuluttajia saatetaan myös johtaa harhaan joko puhelun luonteen tai markkinoitavan hyödykkeen luonteen osalta. Raportoituissa ongelmissa nousevat esiin myös tilanteet, joissa kuluttajat eivät ole ymmärtäneet puhelinkeskustelun perusteella sitoutuneensa sopimukseen lainkaan tai sopimuksen sisältö on jäänyt keskeisiltä osiltaan epäselväksi. Edelleen KKV:n mukaan puhelinmyyntiin liittyviä ongelmia yhdistää usein se, että niillä on vaikutuksia etenkin sellaisiin kuluttajiin, jotka ovat muita kuluttajia heikommassa tai haavoittuvammassa asemassa. Tällaisia heikommassa asemassa olevia kuluttajaryhmiä ovat esimerkiksi muistisairaat tai muut sellaiset kuluttajat, joiden kyky ymmärtää puhelimesta selostettu sopimuksen sisältö on heikentynyt esimerkiksi sairauden tai iän takia.

Puhelinmyyntisääntelyyn ehdotettavan vahvistusmenettelyn voidaan arvioida vähentävän puhelinmyynnissä tehtyihin sopimuksiin liittyviä epäselvyyksiä ja tähän liittyvää kuluttajille aiheutuvaa haittaa. Kuluttajilla on kirjallisen tarjouksen saamisen johdosta mahdollisuus tutustua sopimukseen huolellisesti ja rauhassa. Kirjallinen vahvistusmenettely auttaa myös heikommassa asemassa olevia kuluttajia. Esimerkiksi Muistiliiton mukaan muistisairaana henkilön on usein haastavaa toimia uusissa, yllättävissä tilanteissa, kuten äkkiä eteen tulevassa myyntitilanteessa. Heikentynyt kognitiivinen kyky vaikeuttaa kykyä tulkita ja ymmärtää tilannetta ja toimia siinä tarkoituksenmukaisesti. Myös esimerkiksi kehitysvammaisen tai vastaavaa tukea tarvitsevan, kognition haasteita omaavan kuluttajan voi olla vaikeaa omaksua puhelinmyyntitilanteessa suullisesti kerrottuja etämyynnin ennakkotietoja ja muita sopimuksen tekemisen kannalta olennaisia tietoja, jolloin henkilö saattaa puutteellisten tai virheellisten käsitysten perusteella sitoutua sellaiseen sopimukseen, johon ei olisi muutoin sitoutunut. Selvää on toisaalta, että myös kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla toimitettu tarjous sekä tarjouksen hyväksyminen pysyvällä tavalla voivat aiheuttaa haasteita tietyille kuluttajaryhmille. Kirjallinen vahvistusmenettely mahdollistaa kuitenkin muun muassa sen, että tukea tarvitseva kuluttaja voi saada mahdollisesti tarvitsemaansa tukea ostopäätöksen tekemiseen ja aikaa oleellisen informaation hankkimiseen ja ymmärtämiseen, minkä vuoksi menettelyn käyttöön ottamista voidaan pitää hyödyllisenä myös heikommassa asemassa olevien kuluttajien näkökulmasta.

KKV on selvittänyt puhelinmyynnistä kuluttajille aiheutuvia emotionaalisia ja terveydellisiä haittoja. Emotionaalisilla haitoilla viitataan esimerkiksi kuluttajien kokemaan stressiin. Terveydellisillä haitoilla tarkoitetaan puolestaan esimerkiksi unettomuuden, ahdistuneisuuden ja pelkotilojen kokemuksia sekä fyysisiä oireita. KKV:n selvityksessä tiedusteltiin viimeisimmän puhelinmyyntitilanteen aiheuttamaa stressiä ja terveydellisiä haittoja kaikilta vastaajilta, jotka olivat saaneet soiton puhelinmyyjältä viimeisen 12 kuukauden aikana (N = 1 887). Stressin kaltaisia haittoja oli aiheutunut puhelinmyynnistä ja siihen liittyvistä sopimuksista noin puolelle kuluttajista. Muita useammin stressin kaltaisia oireita olivat kokeneet 45–54-vuotiaat, naiset ja työttömät. Muita harvemmin taas tämän tyyppisiä oireita olivat kokeneet yli 74-vuotiaat, miehet sekä yrittäjät ja eläkeläiset. Puhelinmyyntitilanteesta aiheutuneet terveydelliset oireet olivat harvinaisia: suurimmalla osalla ei ollut esiintynyt mitään terveydellisiä oireita puhelinmyyntitilanteen vuoksi. Vastaajista vain kaksi prosenttia ilmoitti kokeneensa erittäin paljon terveydellisiä oireita puhelinmyyntitilanteen takia, neljä prosenttia oli kokenut melko paljon terveydellisiä oireita ja 12 prosenttia melko vähän. (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 2/2020, s. 23–24).

Kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotto voi jossakin määrin vähentää kuluttajien kokemaa stressiä puhelinmyyntitilanteissa, kun kuluttajalta ei voida enää edellyttää lopullista päätöksentekoa puhelimesta ja kuluttaja saa halutessaan rauhassa tutustua tehtyyn tarjoukseen. Vaikutukset ovat oletettavasti suurimmat niissä kuluttajaryhmissä (45–54-vuotiaat, naiset ja työttömät), jotka ovat kokeneet stressin kaltaisia oireita eniten. Myös terveydellisten oireiden voidaan arvioida vähenevän jossakin määrin, joskin tällaisia oireita ei ainakaan KKV:n selvityksen mukaan ole erityisemmin ilmennyt.

Tavanomaisesta puhelinmyyntitilanteesta on erotettava edelleen kuluttajiin kohdistuvat huijaukset. KKV:n mukaan kuluttajahuijauksista aiheutuvat vahingot voidaan jakaa taloudellisiin, ei-taloudellisiin sekä kansantaloudellisiin ja yhteiskunnallisiin menetyksiin. Huijauksen kohteeksi joutuminen saattaa aiheuttaa sekä taloudellisia menetyksiä, mutta vaikuttaa myös henkilön fyysiseen ja psyykkiseen terveyteen (stressi, pelko, ahdistus, viha), työkykyyn ja ihmissuhteisiin. Huijaukset voivat myös vaikuttaa kuluttajien luottamukseen markkinoiden toimivuudesta, mikä puolestaan voi vaikuttaa negatiivisesti rehellisten ja lain mukaan toimivien elinkeinonharjoittajien liiketoimintaan. Huijarit voivat monesti saada epäoikeudenmukaista kilpailuetua muihin elinkeinonharjoittajiin nähden antaessaan esimerkiksi väärää tietoa kuluttajille. KKV on kiinnittänyt huomiota siihen, että huijauksista Suomen kansantaloudelle aiheutuvia menetyksiä on

käytännössä vaikea arvioida, koska huijauksille ei ole yhtä yksiselitteistä määritelmää. Lisäksi huijausten kokonaismäärän arviointi on vaikeaa (Kilpailu- ja kuluttajaviraston selvityksiä 1/2016, Kuluttajahuijaukset, s. 13–15).

Ruotsin kuluttajaviranomaisen Konsumentverketin tekemän selvityksen mukaan kokemukset huijatuksi tulemisesta puhelinmyynissä vähentyivät kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönoton seurauksena (Konsumentverket, Telefonförsäljning 2019 – en lägesbild. Underlagsrapport 2020:6).

Ruotsin tavoin myös Suomessa on oletettavaa, että kuluttajien kokemukset huijatuksi tulemisesta voivat jossakin määrin vähentyä. Koska puhelimesta suullisesti esitetty tarjous olisi esityksen mukaan vastaisuudessa lähetettävä kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle, virheellisen tiedon antaminen sopimuksesta vaikeutuu. Selvää on kuitenkin se, ettei huijauksia pystytä kirjallisella vahvistusmenettelyllä täysin ehkäisemään. Huijausten väheneminen voi kuitenkin vaikuttaa positiivisesti myös kuluttajien luottamukseen markkinoiden ja puhelinmyynnin toimivuudesta ja luotettavuudesta, mikä voi puolestaan lisätä joidenkin kuluttajien halukkuutta tehdä sopimuksia puhelinmyynissä.

Myös kotimyyntisääntelyn kiristäminen on omiaan parantamaan kuluttajien asemaa. Kuten esityksen 3.2.2 jaksossa on todettu, kotimyyntisääntelyssä ongelmalliseksi on osoittautunut erityisesti kuluttajan peruuttamisoikeutta koskeva kuluttajansuojalain 6 luvun 16 §:n 3 kohdan säännös, jonka mukaan kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta mittatilaustavaroita koskevissa sopimuksissa. Ongelmia tilanteissa on aiheuttanut kuluttajille paitsi peruuttamisoikeuden puuttuminen myös se, että jotkut yritykset ovat lainvastaisesti soveltaneet poikkeusta myös niin sanottuihin standarditavaroihin sekä palvelusopimuksiin. Lisäksi tapauksissa, joissa lainkohta tosiasiaa soveltuu, peruuttamisoikeuden puuttumisesta on KKV:n mukaan kerrottu usein puutteellisesti tai asia on saatettu jättää kokonaan kertomatta. Peruuttamisoikeuden puuttumisesta kertomatta jättämisestä ei ole myöskään yksittäisissä sopimuksissa sanktioitu lainsäädännössä mitenkään.

Esityksen johdosta kuluttajan peruuttamisoikeus laajenisi myös mittatilaustavaroita koskeviin sopimuksiin tietyissä tilanteissa. Tämä on omiaan vähentämään näihin tuotteisiin kuluttajille aiheutunutta haittaa. Peruuttamisoikeuden puuttumisen vuoksi kuluttaja ei ole voinut sopimuksen teon jälkeen harkita tehtyä sopimusta uudelleen. Tästä on voinut aiheutua kuluttajille esimerkiksi taloudellista haittaa, kun he ovat joutuneet sitoutumaan sellaisiin sopimuksiin, joita he eivät olisikaan halunneet tehdä. Tilanne voi olla myös sellainen, että mittatilaustavara ei olekaan ollut kuluttajalle mieluisa ja kuluttaja on joutunut esimerkiksi muuttamaan tai korjauttamaan sitä, mistä syntyy lisäkustannuksia. Joissakin tapauksissa kuluttaja on voinut tehdä päätöksen mittatilaustavaran ostamisesta ilman suurempaa harkintaa. Jos kuluttaja on myöhemmin tullut asiassa toisiin ajatuksiin, peruuttamisoikeuden puuttuminen on voinut aiheuttaa kuluttajalle esimerkiksi ylimääräistä stressiä. Kuluttajalle peruuttamisoikeus on merkityksellinen, sillä se mahdollistaa sen, että kuluttajan turvana on helposti irtaantua sopimuksesta, jos hän niin haluaa tehdä. Mittatilaustavarat voivat olla taloudelliselta arvoltaan suuria, minkä vuoksi peruuttamisoikeus lisää kuluttajien harkintavaltaa tällaisten tuotteiden myyntitilanteissa.

Myös seurausten säätäminen tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja ei ole kertonut kuluttajalle peruuttamisoikeuden puuttumista, on omiaan lisäämään kuluttajan harkintavaltaa kotimyyntitilanteissa. Seurausten säätäminen oletettavasti vähentää ainakin jossakin määrin elinkeinonharjoittajien laiminlyöntejä tältä osin ja kuluttajat saavat useammin tietoa peruuttamisoikeuden puuttumisesta, mikä on olennaista kuluttajien päätöksenteon kannalta. Oletettavaa on myös se, että peruuttamisoikeuden laajentaminen mittatilaustavaroihin ja peruuttamisoikeudesta kertomatta jättämisen sanktioiminen voivat jossakin määrin vähentää kotimyyntitilanteisiin liittyvien huijaustapausten määriä.

Kotimyynnitilanteet painottuvat usein tietynlaisille asuinalueille, kuten pientalo- ja haja-asutusalueille. Siten kotimyynntisääntelyn kiristämisestä aiheutuvat hyödyt kohdistuvat luonnollisesti tällaisilla alueilla asuville kuluttajille.

4.2.5 Kuluttajansuojasääntelyn muutoksista aiheutuvat yhteisvaikutukset

1.1.2022 voimaan tulleilla kuluttajansuojalain 5 luvun uudistuksella ja lakiin lisätyllä 5 a luvulla ei arvioida olevan merkittäviä yhteisvaikutuksia nyt ehdotettavien muutosten kanssa, sillä ensiksi mainitut muutokset koskevat kuluttajan oikeuksia elinkeinonharjoittajan täyttäessä sopimuksen mukaiset velvoitteensa viivästyneenä tai virheellisesti, kun taas pääosa käsillä olevista muutoksista koskee elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuuksia sekä menettelytapoja kotija etämyynneissä. Esityksen 1. lakiehdotuksen 2 luvun 15 a § kuluttajan oikeussuojakeinoista täydentää kuluttajansuojalain 5 ja 5 a luvun mukaisia oikeuksia tapauksissa, joissa elinkeinonharjoittaja on esimerkiksi käyttänyt kuluttajansuojalain 2 luvussa tarkoitettua sopimatonta menettelyä myydessään tavaroita tai palveluita ja joissa elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välille on syntynyt sopimus. Edellä 4.2.1 jaksossa todetun mukaisesti tässä mainituilla muutoksilla ei ole sellaisia yhteisvaikutuksia, että ne kokonaisuutena aiheuttaisivat tarpeen lisätä valvontaviranomaisen tai tuomioistuinten resursseja.

5 Muut toteuttamisvaihtoehdot

5.1 Vaihtoehdot ja niiden vaikutukset

5.1.1 Omnibus-direktiivin täytäntöönpano

Kansallisen harkintavallan käyttö direktiivin täytäntöönpanossa

Omnibus-direktiivin antaa jäsenvaltioille harkintavaltaa tiettyjen seikkojen sääntelyssä. Harkintavalta koskee erityisesti seuraamusmaksusääntelyä, hintamerkintädirektiivin hinnanalennusilmoitusta koskevaa sääntelyä sekä peruuttamisoikeutta koskevaa sääntelyä kotimyynneissä.

Sopimusehtodirektiivi

Sopimusehtodirektiivin 8 b artiklan 2 kohdan perusteella on mahdollista rajoittaa kansallisesti seuraamusten soveltaminen tilanteisiin, joissa sopimusehdot määrittellään kansallisessa lainsäädännössä nimenomaisesti kohtuuttomiksi kaikissa olosuhteissa tai joissa myyjä tai toimittaja käyttää edelleen sopimusehtoja, jotka on todettu kohtuuttomiksi 7 artiklan 2 kohdan mukaisesti tehdyllä lainvoimaisella päätöksellä. Ehdotuksen mukaan Suomi käyttäisi direktiivin option hyväkseen. Seuraamusmaksun määrääminen rajattaisiin legaliteetti-periaatteen vaatimusten täyttämiseksi vain tapauksiin, joissa elinkeinonharjoittaja käyttäisi edelleen sopimusehtoa, joka on tuomioistuimen tai viranomaisen lainvoimaisella päätöksellä todettu kohtuuttomaksi. Näin elinkeinonharjoittajalle asetettu velvoite on tarpeeksi tarkkarajainen ja täsmällinen, jotta sen rikkomiseen voidaan kytkeä seuraamusmaksu. Seuraamusmaksun määrääminen tilanteissa, joissa sopimusehdot määrittellään kansallisessa lainsäädännössä nimenomaisesti kohtuuttomiksi kaikissa olosuhteissa, on Suomessa pantu täytäntöön jo aiemmin säätämällä kuluttajansuojavirnaomaisien eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa mahdollisuudesta määrätä seuraamusmaksu tilanteissa, joissa elinkeinonharjoittaja on käyttänyt sellaisia kuluttajansuojalain vastaisia sopimusehtoja, jotka katsotaan mitättömiksi.

Hintamerkintädirektiivi

Hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 3–5 kohta mahdollistaa jäsenvaltioille erinäisten optioiden käytön hinnanalennusilmoituksia koskevassa sääntelyssä. Artiklan 3 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat ottaa käyttöön erilaisia sääntöjä tavaroille, jotka voivat pilaantua tai vanhentua nopeasti. Esityksessä ehdotetaan kyseisen option hyödyntämistä. Nopeasti pilaantuvia elintarvikkeita myydään usein ennen viimeistä käyttöpäivää tai parasta ennen -päiväystä alennuksella mahdollisen ruokahävikin minimoimiseksi. Velvollisuus ilmoittaa aiempi alin myyntihinta nopeasti pilaantuvissa elintarvikkeissa aiheuttaisi elinkeinonharjoittajille kohtuutonta hallinnollista lisätaakkaa, minkä vuoksi option käyttöönotto on perusteltua.

Artiklan 4 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat säätää 30 päivää lyhyemmästä ajanjaksosta alimman hinnan ilmoittamisen osalta, jos tuote on ollut markkinoilla alle 30 päivää. Esityksessä ei ehdoteta hyödynnettävän kyseistä optiota, sillä sille ei katsota olevan tarvetta.

Edelleen artiklan 5 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat säätää, että kun hinnanalennusta suurennetaan asteittain, aiempi hinta on hinta ilman hinnanalennusta ennen hinnanalennuksen ensimmäistä soveltamista. Optiota esitetään hyödynnettäväksi. Option hyödyntäminen katsotaan tarpeelliseksi, koska elinkeinonharjoittajat järjestävät perinteisesti useamman viikon kestäviä kausittaisia alennusmyyntikampanjoita, joissa tavaroiden hintoja alennetaan asteittain kampanjan edetessä. Tällaisessa tilanteessa alennetun hinnan vertailuhintana on tavanmaista pitää tuotteen alennettua hintaa edeltävää lähtöhintaa. Lisäksi 30 päivän aikarajasta luopuminen vähentää elinkeinonharjoittajien hallinnollista taakkaa tällaisissa kampanjoissa, kun vertailuhintaa ei jouduta muuttamaan kampanjan kuluessa. Esityksen mukaan markkinointikampanjan tulisi olla yhtäjaksoisesti kestävä, ja sen kesto voisi säännöksen mukaan olla enintään 60 päivää.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 3 artiklan 5 kohta mahdollistaa jäsenvaltioille option antaa säännöksiä kuluttajien oikeutettujen etujen suojaamiseksi, kun kyseessä ovat aggressiiviset tai harhaanjohtavat markkinointi- tai myyntimenettelyt elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tuotteiden esittelemine tai myyminen kuluttajalle. Jäsenvaltioiden antamissa kansallisissa säännöksissä voitaisiin esimerkiksi määrittää vuorokausittaiset ajankohdat, jolloin käynnit kuluttajan kotiin tämän sitä nimenomaisesti pyytämättä eivät ole sallittuja, tai kieltää tällaiset käynnit, kun kuluttaja on näkyvästi ilmaissut, etteivät tällaiset käynnit ole hyväksyttäviä, taikka vahvistaa maksumenettely (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 55 kappale).

Esityksessä ei ehdoteta hyödynnettävän mainittua optiota. Kotimyyntiin liittyvät ongelmat koskevat ennen kaikkea kotimyyntisopimuksen peruuttamiseen liittyviä seikkoja, minkä vuoksi tarpeelliseksi ei katsota annettavan sääntelyä esimerkiksi siitä, mihin vuorokauden aikaan kotimyyntiä voi harjoittaa. Vaikka kotimyyntin harjoittamista rajoittavista ajankohdista ei säädetä, on kuitenkin huomattava, että puhelin- tai kotimyynti pyhänä tai myöhään illalla taikka varhain aamulla voi olla kuluttajansuojalain 2 luvun 9 §:n 2 momentissa tarkoitettua häirintää (HE 32/2008 vp, s. 27).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 11 a artiklassa säädetyn kansallisen harkintavallan käyttöä selvitetään edellä 4.1.2 jaksossa.

Seuraamuksia koskevan 13 artiklan 3 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat valtiosääntönsä liittyvistä syistä rajoittaa sakkojen määräämisen direktiivin 6, 7, 8 ja 9 artiklassa ja liitteessä I

tarkoitettuihin rikkomuksiin ja sellaiseen elinkeinonharjoittajan jatkuvaan kaupallisen menettelyn käyttämiseen, jonka toimivaltainen kansallinen viranomainen tai tuomioistuin on todennut sopimattomaksi. Ehdotuksessa esitetään, että seuraamusmaksu voitaisiin määrätä tilanteissa, joissa elinkeinonharjoittaja jatkaa markkinoinnissa tai asiakassuhteessa sellaista kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettua menettelyä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 17 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty. Seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen yleisesti tilanteeseen, jossa elinkeinonharjoittaja harjoittaa sopimatonta kaupallista menettelyä, ei olisi tarpeeksi täsmällinen ja tarkkarajainen hallinnollisen seuraamusmaksun määräämisen näkökulmasta.

Kuluttajaoikeusdirektiivi

Kuluttajaoikeusdirektiivi antaa jäsenvaltioille varaa peruuttamisoikeutta koskevassa sääntelyssä. Direktiivin 9 artiklan 1 a kohtaan tehdyn lisäyksen mukaan jäsenvaltiot voivat antaa sääntelyä, jonka mukaisesti 14 päivän pituinen peruuttamisaika pidennetään 30 päivään sopimuksissa, jotka tehdään elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tuotteiden esittelemine tai myyminen kuluttajalle. Ehdotuksessa ei esitetä peruuttamisajan pidentämistä 14 päivästä 30 päivään. Voimassa olevaa 14 päivän peruuttamisaikaa voidaan pitää kohtuullisena, eikä ongelmia peruuttamisajan pituuden suhteen ole ilmennyt.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 16 artiklan 2 kohdan mukaan jäsenvaltiot voivat poiketa artiklan 1 kohdan a, b, c ja e alakohdan mukaisista peruuttamisoikeuteen tehtävistä poikkeuksista sopimuksissa, jotka tehdään elinkeinonharjoittajan kuluttajan kotiin pyytämättä tekemän käynnin tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän tutustumiskäynnin yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tavaroiden tai palvelujen esittelemine tai myyminen kuluttajalle. Artiklan 1 kohdan a alakohta koskee esimerkiksi palvelusopimuksia, joiden osalta palvelu on kokonaan suoritettu; b alakohta koskee sellaisten tavaroiden toimittamista tai sellaisten palvelujen suorittamista, joiden hinta on riippuvainen rahoitusmarkkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa ja jotka voivat ilmetä peruuttamisen määräaikaana; c alakohta koskee sellaisten tavaroiden toimittamista, jotka on valmistettu kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaaviksi ja e alakohta koskee sellaisten sientöityjen tavaroiden toimittamista, joita ei voida palauttaa terveydensuojelu- tai hygieniasyistä ja joiden sinetti on avattu toimituksen jälkeen.

Esityksen 3.2.2 jaksossa selvitettävien kotimyyntiä koskevien ongelmien vuoksi peruuttamisoikeutta koskeva optio otettaisiin käyttöön 16 artiklan 1 kohdan a ja c alakohdan osalta. Siten kuluttajalla olisi näissä tilanteissa peruuttamisoikeus, kun kyse on sellaisesta kotimyyntistä, jossa sopimus on tehty elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä. Muiden kohtien käyttöönottoa ei ehdoteta, koska peruuttamisoikeuden puuttumiseen kyseessä olevien hyödykkeiden myynnissä ei ole liittynyt merkittäviä käytännön ongelmia.

5.1.2 Puhelinmyyntisääntelyn kiristäminen

Esityksen valmisteluvaiheessa on arvioitu eri vaihtoehtoja puhelinmyyntisääntelyn kiristämiseksi. Valmistelussa on päädytty siihen, että tällä hetkellä ei ole perusteita siirtymään puhelinmyynnissä opt out -mallista opt in -malliin, joka on esillä olevista sääntelyvaihtoehdoista ankarin ja joka saattaisi merkittävälläkin tavalla vähentää elinkeinonharjoittajien mahdollisuuksia käyttää puhelinmyyntiä markkinointi- ja myyntitapana. Oletettavaa olisi, että puhelinmyynnin potentiaalisten asiakkaiden määrä vähenisi huomattavasti opt in -mallin myötä. Opt in -mallilla voisi olla laajoja vaikutuksia puhelinmyynnin kannattavuuteen ja siten myös työllisyyteen.

Malli hankaloittaisi uusien yritysten markkinoille pääsyä ja malli voisi siirtää ongelmat muihin myyntitapoihin ongelmayritysten osalta. (KKV, Puhelinmyynti, kuluttajat ja markkinoiden toiminta 2020).

Kuluttajien näkökulmasta pakollinen prefiksi markkinointipuheluissa lisäisi kuluttajan mahdollisuuksia päättää kulloisenkin puhelinsoiton yhteydessä siitä, haluaako hän vastaanottaa puhelinmarkkinointia vai ei. Prefiksin käyttöönotto rajoittaisi myös oletettavasti vähemmän puhelinmyynnin käyttöä kuin opt in -mallin käyttöönotto ja sillä olisi siten vähemmän kielteisiä vaikutuksia puhelinmyyntiin ja siten myös työllisyyteen. Pakollisen prefiksin käyttöön markkinointipuheluiden yhteydessä liittyy kuitenkin käytännön toteuttamisen osalta haasteita, jotka osittain liittyvät globaalin televerkon toimivuutta koskeviin standardeihin puhelinnumeron tunnistamisen ja takaisinsoitto-ominaisuuden osalta.

Viranomaisen ylläpitämä ja valvoma kieltoverkko yhdistettynä seuraamussäännöksiin kieltoa rikottaessa tehostaisi voimassa olevan opt out -mallin toimivuutta, mutta aiheuttaisi merkittäviä kustannuksia niin perustamisvaiheessa kuin myöhemminkin. Kustannukset koostuisivat esimerkiksi järjestelmän perustamis- ja ylläpitokustannuksista sekä muista hallinnointikustannuksista. Ennen tämän vaihtoehdon tarkempaa selvittämistä on syytä pyrkiä vähentämään puhelinmyynnistä aiheutuvia ongelmia muilla keinoilla. Kieltoverkkojen osalta tässä vaiheessa parempana ratkaisuna voidaan pitää sitä, että kuluttajien tietoisuutta toimialan omista kieltoverkkoista lisättäisiin. Esimerkiksi kansalaisjärjestöt eivät tiettävästi ole järjestäneet kieltoverkkoista tiedotuskampanjoita jäsenistölleen. Tiedottamisella ja kieltoverkkoja koskevan tietoisuuden lisäämisellä voitaisiin jossakin määrin vähentää ei-toivottua puhelinmyyntiä.

On myös syytä huomata, että niin sanottua ePrivacy-asetusehdotusta koskevissa neuvotteluissa on EU-tasolla harkittavana opt in -mallin, EU-tasoisien Do Not Call -rekisterin ja prefiksin käyttöönotto puhelinmyynnin sallimisen edellytyksenä. Asetusehdotusta koskevat niin sanotut kolmikantaneuvottelut neuvoston ja Euroopan parlamentin välillä ovat kesken, eikä asetuksen lopullinen sisältö ole siten tiedossa. Tämänkin johdosta opt in -mallia, prefiksiä tai viranomaisen ylläpitämää kansallista rekisteriä ei ole tarkoituksenmukaista tässä vaiheessa ottaa käyttöön.

5.2 Muiden jäsenvaltioiden suunnittelemat tai toteuttamat keinot

Ruotsi

Ruotsissa työryhmä on antanut mietintönsä Omnibus-direktiivin täytäntöönpanosta maaliskuussa 2021 (SOU 2021:17: Ett moderniserat konsumentskydd. Delbetänkande av utredningen Ett moderniserat konsumentskydd, 2021). Hallituksen esitystä ei ole vielä annettu.

Ruotsissa ehdotetaan hinnanalennusilmoituksia koskevan sääntelyn osalta, että ilmoitettava alin hinta olisi hinta, jolla tuotetta on myyty viimeisten 30 päivän aikana ennen hinnanalennusta. Lisäksi Ruotsissa ehdotetaan hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 3 ja 5 kohdan optioiden hyödyntämistä. Ehdotuksen mukaan hintamerkintälakiin (prisinformationslag, 2004:347) lisättäisiin säännös siitä, että jos hinnanalennusta on 30 päivän aikana suurennettu asteittain, alimpana hintana on pidettävä hintaa, jolla hyödykettä on markkinoitu ennen ensimmäistä alennusta. Velvollisuus ei kuitenkaan koske tavaroita, jotka voivat pilaantua tai vanhentua nopeasti.

Mietinnön mukaan Ruotsissa ei ehdoteta pidennettävän kotimyyntin peruuttamisaikaa 14 päivästä 30 päivään eikä hyödynnettävän muitakaan kuluttajaoikeusdirektiivin mahdollistamia optioita koskien kuluttajan peruuttamisoikeutta.

Ruotsissa koti- ja etämyynnistä säädetään etäsopimuksista ja elinkeinonharjoittajan toimitilojen ulkopuolella tehdyistä sopimuksista annetussa laissa (lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, 2005:59). Lisäksi markkinointiin sovelletaan markkinointilakia (marknadsföringslag, 2008:486). Ruotsin markkinointilaissa on säännös siitä, että puhelinmyyntiä saa harjoittaa vain sellaisille kuluttajille, jotka eivät ole kieltäneet sitä (21 §). Ruotsissa puhelinmarkkinoinnin kieltorekisteriä ylläpitää NIX-Telefon.

Ruotsissa on syksyllä 2018 tullut voimaan lakimuutos, jonka myötä puhelinmyynnissä on käytettävä kirjallista vahvistusta sopimuksesta. Edellä viitatus etäsopimuksista annetun lain 2 luvun 3 a §:ssä säädetään, että elinkeinonharjoittajan on puhelun jälkeen vahvistettava kuluttajalle kirjallisesti puhelimitse tehty tarjous. Jotta sopimus katsottaisiin tehdyksi, kuluttajan on kirjallisesti hyväksyttävä elinkeinonharjoittajan tekemä tarjous. Jos tätä vaatimusta ei ole noudatettu, sopimus on pätemätön. Tällöin kuluttaja ei ole velvollinen maksamaan tavaroista tai palveluista. Kirjallisuusvaatimus koskee ainoastaan tilanteita, joissa aloite sopimuksen tekemiseen on tullut elinkeinonharjoittajalta. Kirjallista vahvistusmenettelyä sovelletaan myös rahoituspalveluja ja rahoitusvälineitä koskevaan puhelinmyyntiin (lain 3 luvun 4 §). Kuluttajaluotot on kuitenkin rajattu sääntelyn ulkopuolelle.

Norja

Norjassa on annettu ehdotus Omnibus-direktiivin täytäntöönpanemiseksi kansalliseen lainsäädäntöön marraskuussa 2020 (Høringsnotat om gjennomføring av moderniseringsdirektivet. Forslag til gjennomføring av direktivet (EU) 2019/2161 om endring av direktivet 93/13/EØF og direktiv 98/6/EF, 2005/29/EF og 2011/83/EU om bedre håndheving og modernisering av EU-reglene om forbrukerbeskyttelse).

Hinnanalennusilmoituksista ehdotetaan säädettäväksi Norjan hintamerkintäasetuksessa (forskrift om prisopplysninger for varer og tjenester). Säännöksen mukaan myyjän olisi markknoidessaan tuotteita alennettuun hintaan ilmoitettava tuotteen alkuperäinen hinta. Alkuperäinen hinta on alin hinta, jolla tuotetta on myyty edeltävän kuuden viikon aikana ennen hinnanalennusta. Norjassa ehdotetaan hyödynnettävän myös hintamerkintädirektiivin optioita. Siten edellä todetusta pääsäännöstä ehdotetaan tiettyjä poikkeuksia, jotka koskevat herkästi pilaantuvia tuotteita ja kausituotteita. Näissä tapauksissa alkuperäisenä hintana pidettäisiin hintaa, jolla tuotetta markkinoitiin välittömästi ennen hinnan alentamista. Herkästi pilaantuva tuote olisi tuote, joka pilaantuisi kuuden viikon kuluessa. Vastaavasti kausituotteella viitattaisiin tuotteeseen, jonka myyntiaika olisi alle kuusi viikkoa. Edelleen jos hinnanalennus suurenee asteittain yhtäjaksoisen markkinointikampanjan kuluessa, markkinoinnissa on alimpana hintana ilmoitettava hinta, jolla tuotetta myytiin kuuden viikon ajan ennen markkinointikampanjan alkamista.

Norjassa puhelin- ja kotimyynnistä säädetään tiedonantovelvollisuudesta ja peruuttamisoikeudesta etämyynnissä ja elinkeinonharjoittajan toimitilojen ulkopuolella tehdyistä sopimuksista annetussa laissa (lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (LOV-2014-06-20-27)), jäljempänä Norjan etä- ja kotimyynnilaki) sekä markkinointilaissa (lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (LOV-2009-01-09-2)).

Norjassa ehdotetaan kotimyynnin osalta säädettäväksi, että kuluttaja voisi kieltää kotimyynnin ilmoittamalla tästä selkeästi esimerkiksi kiinnittämällä oveensa ilmoituksen. Lisäksi esitetään, että kotimyynti olisi kiellettyä tiettyinä kellonaikoina (arkipäivinä ennen kello 9:ää ja kello 21:n jälkeen). Kotimyynti olisi myös kielletty viikonloppuisin ja arkipäivinä. Edellä mainittu rajoitus ei kuitenkaan koske vapaaehtoisjärjestöjä. Sellaisessa kotimyynnissä, jota ei olisi nimenomai-

sesti kuluttajan toimesta pyydetty, olisi kotimyynnin alussa välittömästi tuotava ilmi markkinoinnin tarkoitus ja ilmoitettava kuluttajalle, että tämä voi kieltäytyä kotimyynnistä. Vastaavia säännöksiä sovelletaan jo puhelinmyyntiin Norjan markkinointilain (lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv., LOV-2009-01-09-2) 14 ja 16 §:n mukaisesti. Lisäksi sellaisessa kotimyynnissä, jota ei ole nimenomaisesti pyydetty ja jossa hyödykkeen hinta ylittää 1 500 Norjan kruunua, elinkeinonharjoittaja voisi vaatia kuluttajalta maksua vasta vähintään 14 päivän kuluttua palvelun tai tavarantoimituksen.

Norjassa ehdotetaan kuluttajan peruuttamisosoikeuden laajentamista kotimyynnissä tilanteisiin, joissa palvelu on kokonaan suoritettu ja joissa on kyse sellaisten tavaroiden toimituksesta, jotka on valmistettu kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaaviksi. Norjassa ei ehdoteta peruuttamisajan pidentämistä 14 päivästä 30 päivään.

Norjan etä- ja kotimyynnilaissa säädetään Ruotsin lainsäädännön tavoin kirjallisesta vahvistuksesta puhelinmyynnissä. Lain 10 §:n mukaan elinkeinonharjoittajan on puhelinmyynnissä lähetettävä puhelun jälkeen kuluttajalle kirjallinen vahvistus tarjouksesta pysyvällä välineellä. Kuluttajan on hyväksyttävä tarjous kirjallisesti. Elinkeinonharjoittajan on pystyttävä dokumentoimaan kuluttajan kirjallinen hyväksyntä. Kirjallista vahvistusta ja hyväksyntää ei sovelleta lehdistilauksiin eikä vapaaehtoisjärjestöjen myyntiin. Pykälää sovelletaan myös rahoituspalvelujen puhelinmyyntiin. Jos elinkeinonharjoittaja toimittaa kuluttajalle tavarantoimituksen tai palvelun ilman, että kuluttaja on kirjallisesti hyväksynyt tarjouksen, kuluttaja ei ole velvollinen maksamaan tai palauttamaan toimitettua hyödykettä (markkinointilain 11 §).

Lisäksi Norjassa on vuoden 2018 alusta lukien ollut markkinointilain 14 §:n nojalla kiellettyä harjoittaa puhelinmarkkinointia tuntemattomasta puhelinnumerosta. Puhelinmarkkinointia tekevien elinkeinonharjoittajien ja yhdistysten on rekisteröitävä puhelinnumeronsa siten, että kuluttaja pystyy tarvittaessa selvittämään, mistä numerosta on kyse. Markkinointilain 14 §:ssä on lisäksi säännökset siitä, mihin aikoihin puhelinmarkkinointia saa harjoittaa. Puhelinmarkkinointi on kiellettyä arkisin ennen kello 9:ää ja kello 21:n jälkeen sekä lauantaisin ja pyhäpäivisin. Norjassa kuluttajat voivat kieltäytyä puhelinmarkkinoinnista ilmoittamalla puhelinnumeronsa julkiseen telemarkkinointikieltorekisteriin.

Tanska

Tanskassa koti- ja etämyynnistä säädetään kuluttajasopimuslaissa (lov om forbrugeraftaler, LOV nr 1457 af 17/12/2013) ja markkinointilaissa (lov om markedsføring, LOV nr 426 af 03/05/2017). Tanskassa puhelinmyynti kuluttajille on kuluttajasopimuslain 4 §:n nojalla kiellettyä, ellei kuluttaja ole antanut markkinointiin etukäteen suostumustaan. Tanskassa on siis voimassa niin kutsuttu opt in -malli. Puhelinmyynti on kuitenkin sallittua ilman etukäteissuostumusta, jos kyseessä on lehtien, kirjojen, vakuutusten, pelastuspalveluiden tai terveydenhuoltokuljetusten myynti. Edellä mainittujen hyödykkeiden myynnin yhteydessä ei saa markkinoida tai myydä muita tuotteita. Tanskassa kuluttajat voivat kieltäytyä kaikesta puhelinmarkkinoinnista ilmoittamalla puhelinnumeronsa telemarkkinointikieltorekisteriin (Robinson-rekisteri) tai ilmoittamalla markkinointikiellosta suoraan puhelinmarkkinointia tekevään yritykseen. Tutkimuslaitosten edustajat voivat kuitenkin soittaa kuluttajalle yleisissä markkinatutkimustarkoituksissa ilman, että tämä on nimenomaisesti suostunut tutkimukseen. Myös hyväntekeväisyysjärjestöt voivat soittaa kuluttajille varainkeruutarkoituksissa. Näiden puheluiden yhteydessä ei ole sallittua myydä tavaroita tai palveluja kuluttajille.

Tanskassa on kiellettyä myös harjoittaa ilman etukäteissuostumusta sellaista kotimyyntiä, joka kohdistuu kuluttajan kotiin, työpaikalle tai muuhun yksityiseen paikkaan (kuluttajasopimuslain

4 §). Tanskan mietinnössä Omnibus-direktiivin täytäntöönpanemiseksi (Delbetænkning II om gennemførelse af visse dele af direktivpakken New Deal for Consumers. Betænkning nr. 1577. København 2021) ehdotetaan edellä mainitun kotimyyntikiellon säilyttämistä. Mietinnössä katsotaan, että koska lain mukainen kotimyyntikielto on ensisijaisesti perusteltu yksityisyyden suojan vuoksi, kotimyyntikielto on mahdollista säilyttää. Kotimyyntikiellon vastaisesti tehdyt sopimukset ovat pätemättömiä (kuluttajasopimuslain 5 §). Mietinnössä katsotaan, että kotimyyntikiellon vuoksi Tanskassa ei ole tarpeen esimerkiksi pidentää peruuttamisaikaa 14 päivästä 30 päivään tai laajentaa kuluttajan peruuttamisoikeutta. Tarvetta tähän ei ole myöskään sellaisen kotimyyntin osalta, joka on sallittua.

Tanskassa on Omnibus-direktiivin säännösten täytäntöön panemiseksi muutettu hintailmoituksia koskevaa asetusta (bekendtgørelse om oplysning om salgspris og enhedspris for forbrugsvarer, BEK nr 2292 af 03/12/2021) siten, että hinnanalennuksen yhteydessä on ilmoitettava alin hinta, jolla tuotetta on myyty viimeisten 30 päivän aikana ennen hinnanalennusta. Tanskassa on hyödynnetty hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 3 ja 5 kohdan optiot. Jos kyseessä on sellainen tavara, joka voi pilaantua tai vanhentua nopeasti, alimpana hintana on ilmoitettava hinta, jolla tavaraa on myyty viimeisten 14 päivän aikana ennen hinnanalennusta. Jos hinnanalennusta on suurennettu asteittain, alimpana hintana on pidettävä hintaa, jolla hyödykettä on markkinoitu ennen ensimmäistä alennusta.

6 Lausuntopalaute

Oikeusministeriö pyysi työryhmämietinnöstä lausuntoa Lausuntopalvelu.fi-sivuston kautta 38 viranomaiselta ja yhteisöltä. Näistä lausunnon antoi 23 tahoa. Lisäksi lausunnon antoi 33 muuta tahoa. Lausunnoista on laadittu oikeusministeriössä tiivistelmä (Oikeusministeriön mietintöjä ja lausuntoja 2022:5, <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-259-936-0>).

Lausunnonantajat suhtautuivat pääosin myönteisesti Omnibus-direktiivin täytäntöönpanoon liittyviin ehdotuksiin. Kuluttajansuojalain 2 lukuun ehdotettu hinnanalennusilmoituksia koskeva pykälä jakoi jossakin määrin mielipiteitä. Pykälää pidettiin tulkinnallisena ja muutamat lausunnonantajat ehdottivat harkittavaksi, että hinnanalennusilmoituksissa alimpana hintana saisi käyttää alinta normaalia hintaa, jolla hyödykettä on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Direktiivin sanamuoto edellyttää kuitenkin alimman hinnan ilmoittamista, eikä direktiivi siten mahdollista käyttää ehdotettavassa säännöksessä alinta normaalia hintaa. Optioiden käyttöönottoa kyseisessä pykälässä pidettiin annetussa lausuntopalautteessa perusteltuna.

KKV sekä Kuluttajaliitto katsoivat, että ehdotetut kuluttajien oikeussuojakeinot tilanteessa, jossa kuluttaja on joutunut sopimattoman menettelyn kohteeksi, ovat riittämättömiä ja kuluttajille pitäisi säätää paremmat oikeussuojakeinot. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei kuitenkaan edellytä, että kuluttajalle annettaisiin tällaisessa tilanteessa esimerkiksi aina oikeus purkaa sopimus eikä sitä myöskään pidetä perusteltuna kansallisesti ehdottaa. Kuten esityksen 3.1.2 jaksossa selvitetään, kuluttajalla olisi uuden ehdotetun sääntelyn lisäksi edelleen käytössään muut sopimusoikeudelliset suojakeinot, joista säädetään esimerkiksi kuluttajansuojalain 5, 5 a, 8 ja 9 luvussa. Tämän lisäksi kuluttaja voi tietyissä tapauksissa vedota oikeustoi- milain pätemättömyysperusteisiin.

Suurin osa annetuista lausunnoista koski puhelinmyyntisääntelyn kiristämistä. Näkemykset puhelinmyyntisääntelyn kiristämistarpeesta sekä -keinoista olivat jakautuneita. Pääosa lausunnonantajista katsoi, että puhelinmyyntisääntelyä tulisi kiristää. Erityisesti viranomaiset, kansalaisjärjestöt sekä kantaa ottaneet yksittäiset kansalaiset kannattivat sääntelyn tiukentamista ja taas

elinkeinoelämää edustavat tahot, yhtä järjestöä lukuun ottamatta, yhtyivät työryhmän näkemykseen siitä, ettei sääntelyä tule kiristää.

Puhelinmyyntisääntelyn kiristämisvaihtoehdoista siirtyminen opt in -malliin sai kannatusta. Jotkut lausunnonantajat kannattivat myös prefiksin ja valtakunnallisen, viranomaisen ylläpitämän kieltorekisterin käyttöönottoa. Myös kirjallista vahvistusmenettelyä pidettiin hyvänä, joskin jotkut lausunnonantajat katsoivat sen olevan riittämätön toimenpide. Erityisesti kansalaisjärjestöt kiinnittivät huomiota siihen, että puhelinmyyntisääntelyn kiristäminen on tärkeää esimerkiksi ikäihmisten, kehitysvammaisten ja muistisairaiden suojaamiseksi.

Kirjallisen vahvistusmenettelyn eri vaihtoehdoista suurinta kannatusta sai kirjallinen vahvistusmenettely ilman soveltamisalapoikkeuksia. Esimerkiksi työryhmässä mukana ollut työ- ja elinkeinoministeriö katsoi launnonssaan, että puhelinmyynnin ongelmat eivät näytä liittyvän vain yksittäisiin tuoteryhmiin, kuten esimerkiksi sähkösopimuksiin, vaan itse myyntitapaan, jolloin sääntelyn mahdollista tiukentamista pohdittaessa on syytä harkita, että kirjallinen vahvistusmenettely koskisi kaikkien kulutushyödykkeiden puhelinmyyntiä ilman toimialaan liittyviä rajoituksia. Muutama lausunnonantaja kannatti kirjallisen vahvistusmenettelyn rajaamista ainoastaan sähkönmyyntisopimuksiin. Myös lehtien ja alle 30 euroa maksavien hyödykkeiden rajaaminen soveltamisalan ulkopuolelle sai jonkin verran kannatusta. Etenkin sellaiset lausunnonantajat, jotka eivät kannattaneet puhelinmyyntisääntelyn kiristämistä, pitivät jälkimmäistä rajausta perusteltuna, jos kirjallista vahvistusmenettelyä tulaisiin ehdottamaan. Launnonissa tuotiin myös esiin, että vahvistusmenettelyn laiminlyönti tulisi lisätä seuraamusmaksusääntelyn piiriin.

Esityksen jatkovalmisteluvaiheessa on päädytty esittämään kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönottoa puhelinmyynnissä ilman erityisiä soveltamisalarajoituksia. Asiaa on käsitelty edellä jaksossa 4.1.3.

Eräät lausunnonantajat katsoivat lausuntopalautteessaan myös, että kirjalliseen vahvistusmenettelyyn tulisi säätää pakollinen harkinta-aika kuluttajalle. Tämä tarkoittaisi sitä, että kuluttaja ei voisi hyväksyä elinkeinonharjoittajan lähettämää kirjallista tarjousta ennen kuin tietty aika on kulunut. Yksittäisten kuluttajien näkökulmasta ei voida pitää asianmukaisena, että kuluttajan sopimusvapautta rajoitettaisiin siten, että tämä ei saisi halutessaan puhelinkeskustelun jälkeen heti kirjallisen tarjouksen saatuaan hyväksyä tarjousta. Joidenkin hyödykkeiden, kuten vakuutusten, osalta kuluttajalle voi olla myös erityisen tärkeää, että sopimus saadaan voimaan mahdollisimman pian. Epäselvää on myös se, olisiko kuluttajaoikeusdirektiivin nojalla tällainen harkinta-aika edes mahdollinen, sillä kirjallista vahvistusmenettelyä koskeva optio ei sisällä säännöstä tällaisesta harkinta-ajasta. Rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevan direktiivin 2002/65/EY mukaan harkinta-aika on mahdollinen vain niissä jäsenvaltioissa, joissa tällainen oikeus oli direktiivin antamishetkellä vuonna 2002 (direktiivin 6 artiklan 3 kohdan toinen alakohta).

Ehdotusta kotimyyntisääntelyn muuttamisesta pidettiin lausuntopalautteessa pääosin hyvänä. Eräät lausunnonantajat, kuten Kuluttajaliitto ja Marttaliitto ry, katsoivat, että ehdotus on riittämätön ja kotimyyntisääntelyä tulisi kiristää edelleen. Joidenkin ehdotusten mukaan myös kotimyyntisääntelyä tulisi säätää kirjallisesta vahvistusmenettelystä ja pakollisesta harkinta-ajasta.

Esityksen jatkovalmisteluvaiheessa on päädytty siihen, ettei kotimyyntisääntelyssä ole tarpeen ottaa käyttöön kirjallista vahvistusmenettelyä tai pakollista harkinta-aikaa. Kotimyyntisääntelyssä esiintyvät ongelmat ovat koskeneet ennen kaikkea peruuttamisoikeuden puuttumista eräissä tilanteissa. Ongelmia on aiheuttanut myös se, ettei laissa ole säädetty seuraamuksista tilanteesta, jossa elinkeinonharjoittaja laiminlyö antaa kuluttajalle tietoa peruuttamisoikeuden puuttumisesta. On

myös syytä kiinnittää huomiota siihen, että kotimyyntitilanteissa edellytetään, että elinkeinonharjoittajan antaa kuluttajalle laissa säädetty tiedot ennen sopimuksen tekemistä paperilla tai tämän suostumuksella muulla pysyvällä tavalla. Siten kuluttaja saa jo voimassa olevan lainsäädännön nojalla sopimusta koskevat tiedot kirjallisesti ennen sopimuksen tekemistä, ja kuluttaja voi halutessaan rauhassa tutustua annettuihin tietoihin ennen sopimuksen tekemistä. Näin ollen tarvetta erityiselle kirjalliselle vahvistusmenettelylle ei kotimyyntissä ole. Vastaavasti kuin puhelinmyyntissä myöskään kotimyyntissä ei pidetä yksittäisten kuluttajien näkökulmasta asianmukaisena, että kuluttaja ei saisi edes halutessaan heti hyväksyä elinkeinonharjoittajan tekemää tarjousta.

Työryhmän mietinnön mukaan seuraamusmaksusääntely laajennettaisiin koskemaan tilanteita, joissa elinkeinonharjoittaja käyttää menettelyä, jonka käyttämisen tuomioistuin tai kuluttaja-asiamies on kieltänyt kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n sopimattoman menettelyn kiellon vastaisena. Seuraamusmaksu voitaisiin mietinnön mukaan vastaavasti myös määrätä tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja käyttää sopimusehtoa, jonka käyttämisen tuomioistuin tai kuluttaja-asiamies on kieltänyt kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:n vastaisena kohtuuttomana sopimusehtona. Markkinaoikeus kiinnitti lausunnossaan huomiota ehdotetun seuraamusmaksusääntelyn osalta muun muassa siihen, että tuomioistuimille kuuluvassa lainkäyttötoiminnassa on lähtökohtaisesti kyse oikeussuojan antamisesta oikeudenkäynnin osapuolten välillä kussakin tuomioistuimen ratkaistavaksi saatetussa yksittäistapauksessa, tuomioistuimen ratkaisun omatessa sitovan vaikutuksensa ainoastaan kyseisen oikeudenkäynnin osapuolten välillä. Tästä periaatteesta poiketen säännösehdotuksen mukaan vastaisuudessa kaikkien elinkeinonharjoittajien tulisi noudattaa tuomioistuimen tai jopa kuluttaja-asiamiehen yksittäistapauksellisia kieltopäätöksiä uhalla, että elinkeinonharjoittajalle voitaisiin kyseisen aikaisemman kieltopäätöksen rikkomisen perusteella määrätä seuraamusmaksu. Markkinaoikeuden mukaan ehdotettu säännös on erityisen ongelmallinen, koska seuraamusmaksun määrääminen voisi perustua myös kuluttaja-asiamiehen lainvoiman saaneen kiellon rikkomiseen, mikä tarkoittaisi sitä, että tällainen päätös sitoisi tuomioistuinta seuraamusmaksua koskevassa päätöksenteossa.

Markkinaoikeuden esittämien huomioiden johdosta ehdotusta on muutettu siten, että seuraamusmaksu voitaisiin edellä mainituissa tilanteissa määrätä ainoastaan elinkeinonharjoittajalle, johon kieltopäätös on kohdistunut ja joka on kiellosta huolimatta jatkanut vastaavanlaista, kiellettyä menettelyä. Muilta osin ehdotusta ei ole markkinaoikeuden lausunnon johdosta muutettu, sillä direktiivi ei mahdollista kuluttaja-asiamiehen antaman kiellon rajaamista sääntelyn ulkopuolelle. Esityksen jatkovalmisteluvaiheessa on kuitenkin pohdittu sitä, voisiko seuraamusmaksua määräävä tuomioistuin arvioida kuluttaja-asiamiehen tai tuomioistuimen kieltämän ja elinkeinonharjoittajan jatkaman menettelyn lainvastaisuuden arvioidessaan seuraamusmaksun määräämisen edellytysten täyttymistä. Menettelyn lainvastaisuuden arviointia seuraamusmaksua määrättäessä voidaan kuitenkin pitää ongelmallisena, sillä kuluttajilla ja elinkeinonharjoittajilla voidaan lähtökohtaisesti katsoa olevan oikeus luottaa lainvoimaiseksi jääneiden ratkaisujen pysyvyyteen ja lopullisuuteen. Asianosaisilla on oikeus luottaa siihen, että lainvoimaiseksi jäänyt kieltopäätös saa pysyvän ja sitovan vaikutuksen tulevaisuuteen nähden. Olisi myös yllättävää ja omiaan synnyttämään oikeudellista epäselvyyttä, jos lainvoimaisena ja lopullisena pidetyn kuluttaja-asiamiehen ratkaisun oikeellisuutta arvioitaisiinkin uudelleen, kun sen perusteella määrättävää seuraamusmaksua käsiteltäisiin erillisessä oikeudenkäynnissä markkinaoikeudessa. Tämän vuoksi esityksen jatkovalmisteluvaiheessa ei ole päädytty ehdottamaan, että seuraamusmaksua määräävä tuomioistuin voisi arvioida kuluttaja-asiamiehen tai tuomioistuimen kieltämän ja elinkeinonharjoittajan jatkaman menettelyn lainvastaisuuden arvioidessaan seuraamusmaksun määräämisen edellytysten täyttymistä.

Edellä mainitun lisäksi esitykseen on tehty saadun lausuntopalautteen johdosta jatkovalmisteluvaiheessa muita täydennyksiä ja tarkennuksia. Esimerkiksi esityksen vaikutustenarviointia on

laajennettu. Niin ikään lainsäädännön arviointineuvoston esitysluonnoksesta antaman lausunnon johdosta esitykseen on tehty täydennyksiä siltä osin kuin se on käytettävissä oleva tilastotieto ja muu tieto huomioon ottaen ollut mahdollista.

7 Säännöskohtaiset perustelut

7.1 Kuluttajansuojalaki

1 luku Yleiset säännökset

2 §. Pykälän 1 momentti vastaa voimassa olevaa 2 §:ää.

Pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 2 momentti. Momentilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 1 a kohta. Kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklassa säädetään direktiivin soveltamisalasta, ja artiklaan lisättyssä 1 a kohdassa täsmennetään direktiivin soveltamisalaa. Kuluttajaoikeusdirektiivi on Suomessa pantu täytäntöön kuluttajansuojalain 6 luvun säännöksillä sekä erällä kuluttajansuojalain 2 luvun säännöksillä. Lisäksi kuluttajansuojalain 5, 6 a, 7 ja 12 lukuun on tehty joitakin muutoksia direktiivistä johtuen.

Ehdotetun 2 momentin mukaan lain 3, 4 ja 6 luvun säännöksiä sovellettaisiin myös sellaisiin kulutushyödykkeitä koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja.

Kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 1 a kohta on rajattu koskemaan tilanteita, joissa elinkeinonharjoittaja toimittaa tai sitoutuu toimittamaan kuluttajalle digitaalisen palvelun tai sähköisesti toimitettavan digitaalisen sisällön. Ehdotuksen mukaan soveltamisalan laajennus ulotettaisiin koskemaan kulutushyödykkeitä koskevia sopimuksia yleisesti. Vaikka käytännössä erityisesti digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja toimitetaan usein verkossa sellaisten sopimusten nojalla, joissa kuluttaja ei maksa digitaalisesta sisällöstä tai palvelusta kauppahintaa vaan luovuttaa elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, on mahdollista, että myös muita kulutushyödykkeitä koskevien sopimusten nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja. Tämän vuoksi säännöksen soveltamisala ehdotetaan laajemmaksi kuin mitä kuluttajaoikeusdirektiivin 3 artiklan 1 a kohdassa edellytetään. Momentissa tarkoitettuihin sopimuksiin sovellettaisiin paitsi kuluttajaoikeusdirektiivin täytäntöön panemiseksi annettuja lain 6 luvun säännöksiä, myös lain 3 ja 4 luvun säännöksiä. Viimeksi mainituilta osin kyse on puhtaasti kansallisesta sääntelystä. Näiden lukujen säännöksiä sovelletaan jo nyt lähtökohtaisesti kaikkiin lain soveltamisalaan kuuluviin elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisiin sopimuksiin.

Lain 3, 4 ja 6 luvun soveltuminen säännöksessä tarkoitettussa tilanteessa edellyttää sitä, että osapuolten välille voidaan katsoa syntyneen sopimus. Se, milloin sopimuksen voidaan katsoa syntyvän osapuolten välille, määräytyisi yleisten sopimusoikeudellisten periaatteiden mukaisesti. Joka tapauksessa sopimuksen syntymisen voidaan katsoa edellyttävän vähintäänkin jonkinlaista aktiivista menettelyä sopimuksen tekemiseksi myös kuluttajan puolelta. Säännöksessä tarkoitettua sopimusta ei katsottaisi syntyvän yksinomaan esimerkiksi sillä perusteella, että kuluttaja on antanut evästeiden käyttöä koskevan suostumuksensa siirtyessään käyttämään palvelua, esimerkiksi lukemaan verkkolehteä. Arvioitaessa sitä, onko sopimus syntynyt, huomiota tulisi kiinnittää erityisesti siihen, voidaanko osapuolten katsoa mieltäneen sitoutuneensa sopimukseen, jonka perusteella kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja elinkeinonharjoittajalle saadakseen tältä kulutushyödykkeen.

Säännöksessä mainituilla henkilötiedoilla tarkoitetaan yleisen tietosuoja-asetuksen 4 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuja henkilötietoja eli kaikkia tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan luonnolliseen henkilöön liittyviä tietoja. Säännöksen soveltamisen kannalta merkitystä ei olisi sillä, onko henkilötiedot luovutettu sopimuksen tekoajankohtana vai luovutetaanko ne sopimuksen mukaan vasta myöhemmin. Ehdotettu sääntely ei vaikuta yleisen tietosuoja-asetuksen soveltamiseen. Esimerkiksi henkilötietojen käsittelyperusteet ja rekisteröidyn oikeuksien toteuttaminen määräytyisivät siten yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisesti.

Vaikka sopimuksen voitaisiinkin katsoa syntyneen, mainittujen lukujen säännökset eivät tästä huolimatta tulisi momentin mukaan sovellettavaksi silloin, kun elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan kulutushyödykkeen toimittamista varten. Jos kuitenkin henkilötietoja käytettäisiin samalla muihin tarkoituksiin, säännökset voisivat tulla sovellettavaksi.

Lukujen säännökset eivät tulisi sovellettavaksi sopimuksen syntymisestä huolimatta myöskään silloin, kun elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan täyttääkseen itseään koskevat lakisääteiset vaatimukset. Esimerkkinä voidaan mainita tilanne, jossa sovellettava lainsäädäntö edellyttää kuluttajan rekisteröitymistä turvallisuussyistä ja tunnistamista varten.

On mahdollista, että kuluttaja maksaa samasta kulutushyödykkeestä sekä kauppahintaa että luovuttaa elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja. Jos kuluttaja maksaa kulutushyödykkeestä kauppahinnan, kuten rahavastiketta, sovelletaan tällaiseen sopimukseen lähtökohtaisesti sellaisia säännöksiä, joissa merkitystä on sillä, että kuluttaja on maksanut kulutushyödykkeestä vastikkeena kauppahintaa.

Edelleen ehdotetun momentin mukaan myös lain 2 luvun säännökset koskisivat kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia silloin, kun elinkeinonharjoittajan tarkoituksena on, että kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja. Tällöin merkitystä ei ole sillä, onko kuluttaja vielä tehnyt elinkeinonharjoittajan kanssa sopimuksen vai ei tai tuleeko hän tosiasiansa luovuttamaan henkilötietoja tai sitoutumaan niiden luovuttamiseen asiakassuhteen aikana. Säännökset eivät tulisi tällöinkään sovellettavaksi silloin, kun elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan kulutushyödykkeen toimittamista varten tai kun elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan täyttääkseen itseään koskevat lakisääteiset vaatimukset.

Momentissa olisi myös informatiivinen viittaus lain 5 a lukuun. Viittauksen mukaan lain 5 a luvun säännösten soveltamisesta sellaisiin digitaalista sisältöä ja digitaalista palvelua koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, säädetään mainitussa luvussa.

2 luku **Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa**

6 §. *Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja.* Pykälään 2 momenttiin ehdotetaan lisättäväksi uusi 10 kohta. Kohdan mukaan totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voisivat koskea erityisesti tavaran samanlaisuutta toisissa jäsenvaltioissa markkinoitavan tavaran kanssa, vaikka markkinoitava tavara olisi koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, ellei tämä ole oikeutettujen syiden vuoksi perusteltua.

Kohdassa tarkoitetaan siis tilannetta, jossa markkinoidaan samaa yksilöityä tuotemerkkiä olevaa tavaraa esittäen sen olevan samanlainen kuin toisissa jäsenvaltioissa myytävä tavara, vaikka tämä ei pidä paikkaansa. Säännöksessä esiintyvä sanapari ”toisissa jäsenvaltiossa” merkitsee

sitä, että säännös soveltuu tilanteisiin, joissa tavaraa markkinoidaan useammassa kuin kahdessa jäsenvaltiossa.

Kyse ei olisi totuudenvastaisista tai harhaanjohtavista tiedoista, jos kyse on saman tuotemerkin tavaroiden mukauttamisesta eri maantieteellisille markkinoille, jos mukauttaminen on oikeutettujen syiden vuoksi perusteltua. Tällaisia syitä voivat olla esimerkiksi kansallinen lainsäädäntö, raaka-aineiden saatavuus tai kausiluonteisuus. Elinkeinonharjoittajalla olisi myös esimerkiksi oikeus tarjota eri maantieteellisillä markkinoilla samalla tuotemerkillä tavaroita painoltaan tai tilavuudeltaan erilaisissa pakkauksissa. (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 53 kappale.)

Kohdalla pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muutettu 6 artiklan 2 kohdan c alakohta.

Momentin 9 kohdan muutos on puhtaasti lakitekkinen.

8 §. *Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä.* Pykälän 1 momentin 5 kohtaa ehdotetaan muutettavaksi siten, että säännöksestä poistetaan maininta asiakasvalituksia koskevista käytännöistä. Muutetulla kohdalla pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan d alakohta.

Lisäksi pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 2 momentti. Momentin mukaan tarjottaessa verkossa toimivalla markkinapaikalla yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista olisi lisäksi käytävä ilmi, onko kulutushyödykkeen tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Säännöksen tarkoituksena on antaa kuluttajalle tietoa siitä, kenen kanssa tämä on tekemässä sopimuksen ja mikä on tämän tahon oikeudellinen asema.

Verkossa toimivalla markkinapaikalla tarkoitettaisiin palvelua, jossa annetaan kuluttajalle mahdollisuus tehdä etäsopimuksia muiden elinkeinonharjoittajien kuin verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan kanssa taikka yksityishenkilöiden kanssa ja jossa hyödynnetään verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan käyttämää tai hänen puolestaan käytettyä verkkosivustoa, sovellusta tai muuta ohjelmaa tai sen osaa. Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalla tarkoitettaisiin puolestaan elinkeinonharjoittajaa, joka tarjoaa kuluttajille verkossa toimivan markkinapaikan. Verkossa toimivan markkinapaikan ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan määritelmät ehdotetaan lisättäväksi lain 6 lukuun jäljempänä mainituin tavoin.

Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalla ei olisi velvollisuutta tarkastaa ulkopuolisten tahojen oikeudellista asemaa, vaan tieto kulutushyödykkeen tarjoavan kolmannen osapuolen oikeudellisesta asemasta voitaisiin antaa kolmannen osapuolen verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalle tekemän ilmoituksen perusteella. Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan olisi kuitenkin vaadittava kulutushyödykkeen tarjoajaa ilmoittamaan tälle, onko se kuluttajan-suojalainsäädännössä tarkoitettu elinkeinonharjoittaja vai ei.

Momentilla pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin uusi 7 artiklan 4 kohdan f alakohta.

8 a §. *Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot.* Pykälän 1 momentissa säädetään kuluttajalle muussa kuin kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynissä ennen kulutushyödykesopimuksen tekemistä annettavista tiedoista. Säännös vastaisi muilta osin voimassa olevaa 1 momenttia, mutta sen 6 ja 8 kohtaa ehdotetaan muutettavaksi.

Momentin 6 kohtaa ehdotetaan täydennettäväksi siten, että siinä mainitaan tavaroiden lisäksi digitaaliset sisällöt ja palvelut. Kohtaa on tarpeen täydentää näin sen johdosta, että laissa säädetään elinkeinonharjoittajan virhevastuusta myös digitaalisten sisältöjen ja digitaalisten palvelujen osalta. Toiseksi kohdasta ehdotetaan poistettavaksi maininta asiakastuesta. Muutoksilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 5 artiklan 1 kohdan e alakohta.

Momentin 8 kohtaa ehdotetaan muutettavaksi siten, että säännös koskisi paitsi digitaalista sisältöä myös digitaalisia elementtejä sisältävää tavaraa ja digitaalista palvelua. Ensimmäinen kohdan mukaan olisi annettava tiedot kaikkien näiden kulutushyödykkeiden toimivuudesta. Toimivuudella viitattaisiin muun ohella tekniseen suojaukseen. Lisäksi olisi annettava tieto tällaisen hyödykkeen yhteensopivuudesta ja yhteentoimivuudesta siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän.

Digitaalisia elementtejä sisältävän tavaran kaupan määritelmä lisättiin tavarankauppadirektiivin (EU) 2019/771 täytäntöönpanon yhteydessä kuluttajansuojalain 5 lukuun (laki 1242/2021; HE 180/2021 vp, s. 44–45), eikä sitä ole sen johdosta tarpeen käsiteltävässä luvussa määritellä. Säännöksessä tarkoitettujen toimivuuden, yhteensopivuuden ja yhteentoimivuuden määritelmät lisättiin samassa yhteydessä digisopimusdirektiivin (EU) 2019/770 täytäntöön panemiseksi lakiin lisättyyn uuteen 5 a lukuun (laki 1242/2021; HE 180/2021 vp, s. 69).

Kohdan muutoksilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 5 artiklan 1 kohdan h alakohta.

Pykälän 2 momentin 5 kohdan viittaus jo kumottuun asumisoikeusasunnoista annettuun lakiin ehdotetaan korvattavaksi viittauksella uuteen asumisoikeusasunnoista annettuun lakiin (393/2021). Vastaavasti saman momentin 8 kohdan viittaus jo kumottuun valmismatkalakiin ehdotetaan korvattavaksi viittauksella matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa (901/2017) tarkoitettuun matkapakettiin.

8 d §. *Velvollisuus pitää saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista.* Pykälä on uusi, ja siinä säädettäisiin velvollisuudesta pitää kuluttajien saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista. Pykälän 1 momentin mukaan elinkeinonharjoittajan, joka tarjoaa kuluttajalle mahdollisuuden etsiä eri elinkeinonharjoittajien tai yksityishenkilöiden tarjoamia kulutushyödykkeitä, olisi annettava kuluttajalle tieto hakukyselyn tuloksena tälle esitettävien tarjousten järjestyksen määrittävistä keskeisistä muuttujista. Kuluttajalle olisi lisäksi annettava tieto keskeisten muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Tietojen olisi ehdotetun säännöksen mukaan oltava kuluttajan saatavilla suoraan hakutulosten esittämissivulta ja helposti saatavilla olevassa verkkorajapinnan osiossa.

Järjestyksellä tarkoitettaisiin suhteellista sijoitusta, jonka elinkeinonharjoittaja antaa kulutushyödykkeille, kun kulutushyödykkeitä esitellään, järjestellään tai niistä annetaan tietoa kuluttajalle. Tällainen järjestys voi perustua esimerkiksi algoritmiseen yhdistely-, luokitus- tai arvostelumekanismiin, visuaaliseen korostukseen taikka muuhun tärkeysjärjestyksen määrittämismenetelmään tai niiden yhdistelmään (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 19 kappale). Järjestyksen määritelmä ehdotetaan lisättäväksi lain 6 lukuun jäljempänä mainituin tavoin.

Järjestyksen määrittävillä muuttujilla tarkoitetaan puolestaan kaikkia yleisiä perusteita, prosesseja, algoritmeihin sisältyviä erityisiä signaaleja tai muita mukautus- tai alentamismekanismia, joita käytetään järjestykseen asettamisen yhteydessä.

Tarjousten järjestystä määrittävien keskeisten muuttujien ilmoitusvelvollisuus ei merkitsisi sitä, että elinkeinonharjoittajalla olisi velvollisuus julkistaa järjestykseen asettamisen yksityiskohtaisia toimintamekanismeja, kuten algoritmeja. Sen sijaan elinkeinonharjoittajan olisi asetettava kuluttajan saataville järjestystä määrittävien muuttujien yleinen kuvaus, jossa kerrotaan elinkeinonharjoittajan käyttämät keskeiset muuttujat. Kyseistä kuvausta ei kuitenkaan tarvitsisi esittää räätälöidysti kustakin yksittäisestä hakukyselystä. (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 23 kappale)

Ehdotettua säännöstä ei sovellettaisi tilanteisiin, joissa hakutulos koskee vain yhden elinkeinonharjoittajan tai yksityishenkilön tarjoamia kulutushyödykkeitä. Jos siis esimerkiksi elinkeinonharjoittajan tarjoama hakupalvelu koskee ainoastaan tämän itsensä myymiä tavaroita, hakukyselyn tuloksia määrittävistä keskeisistä muuttujista ei pykälän nojalla tarvitse antaa tietoa. Sen sijaan pykälän soveltumisen kannalta keskeisiä olisivat muun muassa erilaiset vertailusivustot, joita käytetään nykyisin yleisesti esimerkiksi matka-, majoitus ja vapaa-ajanpalvelujen sekä luottojen tarjonnassa.

Pykälän 2 momentin mukaan pykälää ei sovellettaisi oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämiseksi verkossa toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjiä varten annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2019/1150 2 artiklan 6 alakohdan mukaisesti verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajiin. Mainitun 2 artiklan 6 alakohdan mukaan verkossa toimivan hakukoneen tarjoajalla tarkoitetaan luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä, joka tarjoaa tai ehdottaa tarjoavansa verkossa toimivia hakukoneita kuluttajille. Saman artiklan 5 alakohdassa määritellään verkossa toimiva hakukone, jolla kyseisen alakohdan mukaan tarkoitetaan digitaalista palvelua, joka antaa käyttäjille mahdollisuuden suorittaa kyselyjä hakujen tekemiseksi periaatteessa kaikilta verkkosivustoilta tai kaikilta tietynkielisiltä verkkosivustoilta mitä tahansa aihetta koskevan hakusanan, äänikomennon, lausekkeen tai muun syöttötiedon muodossa tehdyn kyselyn perusteella ja joka antaa missä tahansa muodossa tuloksia, joista voi saada pyydettyyn sisältöön liittyvää tietoa. Verkossa toimivat hakukoneiden tarjoajat ovat jo edellä mainitun asetuksen nojalla velvollisia ilmoittamaan säännöksessä tarkoitettuja keskeisiä muuttujia, minkä vuoksi niitä ei ole tarpeen käsiteltävässä pykälässä velvoittaa antamaan kuluttajalle tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista.

Pykälällä pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin liittäty 7 artiklan 4 a kohta.

8 e §. *Velvollisuus antaa tietoa kuluttaja-arvosteluista.* Pykälä on uusi, ja siinä säädettäisiin elinkeinonharjoittajan velvollisuudesta antaa tietoa kuluttajan saataville asetetuista kulutushyödykettä koskevista kuluttaja-arvosteluista. Jos elinkeinonharjoittaja asettaa kuluttajan saataville kulutushyödykettä koskevia kuluttaja-arvosteluja, kuluttajalle olisi pykälän mukaan annettava tieto siitä, onko elinkeinonharjoittaja varmistanut, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen.

Jos elinkeinonharjoittaja ilmoittaa varmistaneensa tietojen olevan kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, elinkeinonharjoittajan olisi myös säännöksen mukaan annettava tieto siitä, miten elinkeinonharjoittaja on tämän varmistanut. Käytännössä elinkeinonharjoittajan olisi annettava kuluttajille tieto niistä toimenpiteistä tai menettelytavoista, joilla elinkeinonharjoittaja varmistaa, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti ostaneet kulutushyödykkeen tai käyttäneet sitä (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 47 kappale). Tällainen toimenpide tai menettelytapa voisi esimerkiksi olla sellainen, että tuotearvostelun kirjoittaminen mahdollistetaan vain niille kuluttajille, jotka ovat kulutushyödykkeen ostaneet. Kulutushyödykkeen ostaneille kuluttajille voitaisiin esimerkiksi lähettää sähköpostitse linkki arvostelulomakkeeseen.

Pykälällä pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin liittäty 7 artiklan 6 kohta.

11 §. *Tavaroita koskevat hinnanalennusilmoitukset.* Voimassa olevan pykälän otsikkoa ”Hinnanalennusilmoitukset” ehdotetaan täsmennettäväksi siten, että siinä viitattaisiin tavaroita koskeviin hinnanalennusilmoituksiin. Tällöin otsikko vastaisi täsmällisemmin pykälän sisältöä.

Voimassa olevan pykälän mukaan kulutushyödykkeen hintaa ei saa ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan. Pykälä ehdotetaan korvattavaksi säännöksellä, jonka *1 momentin* mukaan markkinoitaessa tavaraa alennuksella tai alennettuun hintaan markkinoinnissa olisi ilmoitettava lisäksi alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Jos tavarahan hintaa on näiden 30 päivän aikana alennettu, markkinoinnissa on alimpana hintana ilmoitettava tämä alennettu hinta, vaikka tavarahan hinta olisi sittemmin nostettu uudelleen aiemmalle tasolle.

Säännös soveltuisi paitsi tilanteisiin, joissa tavarahan hinta tai hinnanalennus ilmoitettaisiin euroääräisenä, myös esimerkiksi tilanteisiin, joissa tavaraa koskeva hinnanalennus ilmoitettaisiin prosentuaalisesti, sanallisesti tai numeraalisesti. Tällöin markkinoinnissa olisi ilmoitettava ilmoitetun alennuksen lisäksi myös alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Jos tavara, kuten sohvakalusto tai auto, on varusteltavissa eri materiaalein tai lisäosin, alimpana aikaisempaan hintana tulee ilmoittaa hinta, jolla tavaraa on markkinoitu ilman maksullisia lisäosia ja kalliimpia materiaaleja, paitsi jos kyse on nimenomaan tietyllä materiaalilla tai lisäosilla varustellun tavarahan markkinoinnista.

Jos yhtäjaksoisessa markkinointikampanjassa suurennetaan hinnanalennusta asteittain, alimpana hintana voidaan momentin toisen virkkeen mukaan ilmoittaa alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu ensimmäistä hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Esimerkiksi kausitaisissa alennusmyynneissä on tavanomaista, että alennettujen tavaroiden hintaa alennetaan asteittain. Tällöin elinkeinonharjoittaja voisi ilmoittaa hinnanalennusta edeltävänä hintana sen alimman hinnan, jolla tavaraa on markkinoitu ensimmäistä hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Markkinointikampanjan tulisi olla yhtäjaksoisesti kestävä, ja sen kesto voisi säännöksen mukaan olla enintään 60 päivää. Jos markkinointikampanja kestää kauemmin kuin 60 päivää, sovellettavaksi tulee momentin ensimmäisen virkkeen pääsääntö.

Ehdotettua säännöstä sovellettaisiin ainoastaan tavaroihin, kun voimassa olevaa pykälää sovelletaan yleisesti kulutushyödykkeisiin. Ehdotetun momentin mukainen velvollisuus ilmoittaa alin hinta koskisi paitsi tilanteita, joissa markkinoinnissa on yksilöity jokin tavara ja ilmoitettu sitä koskevasta hinnanalennuksesta, myös tilanteita, joissa tavaraa ei ole yksilöity, vaan alennus koskee tarkemmin yksilöimätöntä tavarajoukkoa. Jälkimmäisestä tilanteesta voi olla esimerkiksi kyse, kun elinkeinonharjoittaja ilmoittaa markkinoinnissaan, että ”kaikki tuotteet –50 %” tai ”kaikki kosmetiikkatuotteet –20 %”. Tällaisessa tilanteessa riittävää on, että alin hinta, jolla tavaraa on myyty edeltävien 30 päivän aikana, käy selkeästi ilmi tavarasta tai sen päällyksestä taikka tavarahan välittömään läheisyyteen tai yhteyteen sijoitetusta erillisestä merkinnästä tai hintataulukosta. Alinta hintaa ei siis tällöin tarvitse ilmoittaa esimerkiksi sanomalehdessä tai muussa mediassa olevassa mainoksessa, jossa tällaisesta alennusmyynnistä ilmoitetaan.

Alimman hinnan ilmoitusvelvollisuus ei koske kohdennettuja kanta-asiakasalennuksia tai tilanteita, joissa kuluttaja on esimerkiksi saanut yksittäisen alennuskoodin, jolla hän voi saada alennusta jostakin tietystä tuotteesta, tuoteryhmästä tai koko valikoimasta. Tällaisten alennusten tulee olla kohdennettuja ja rajattuja tietylle kuluttajalle tai kuluttajaryhmälle. Jos alennuskoodi on sen sijaan esimerkiksi yleisesti saatavilla verkkokaupan etusivulla tai kivijalkaliikkeessä, säännökset tulevat sovellettavaksi.

Momentilla pannaan täytäntöön hintamerkintädirektiiviin lisätyn 6 a artiklan 1, 2 ja 5 kohta.

Pykälään ehdotetaan lisättäväksi myös uusi 2 momentti, jonka mukaan ehdotettua 1 momenttia ei sovellettaisi tilanteisiin, joissa markkinoinnin kohteena ovat nopeasti pilaantuvat elintarvikkeet. Elintarvikkeella tarkoitettaisiin elintarvikelainsäädäntöä koskevista yleisistä periaatteista ja vaatimuksista, Euroopan elintarviketurvallisuusviranomaisen perustamisesta sekä elintarvikkeiden turvallisuuteen liittyvistä menettelyistä annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 178/2002 2 artiklassa tarkoitettua elintarviketta. Kyseisen artiklan mukaan elintarvikkeella tarkoitetaan mitä tahansa ainetta tai tuotetta, myös jalostettua, osittain jalostettua tai jalostamatonta tuotetta, joka on tarkoitettu tai jonka voidaan kohtuudella olettaa tulevan ihmisten nautittavaksi. Nopeasti pilaantuvalla elintarvikkeella tarkoitettaisiin puolestaan sellaista elintarviketta, josta voi tulla luonnostaan tai sen jalostusvaiheessa myytäväksi kelpaamaton 30 päivän kuluessa korjaamisesta, tuottamisesta tai jalostamisesta. Pilaantuvan elintarvikkeen määritelmä perustuu elintarvikemarkkinalain (1121/2018) 2 §:n 7 kohtaan.

Momentti perustuu hintamerkintädirektiivin 6 a artiklan 3 kohtaan.

Pykälän säännökset täydentävät kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa annetun valtioneuvoston asetuksen (553/2013) säännöksiä, joiden mukaan elinkeinonharjoittajan on muun muassa markkinoidessaan yksilöityä tavaraa tietyllä myyntihinnalla ilmoitettava samalla tavaran yksikköhinta.

15 a §. *Seuraamukset markkinontia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta.* Pykälä on uusi, ja sillä pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin lisätty 11 a artikla.

Pykälän *1 momentissa* säädetään kuluttajan oikeudesta kohtuulliseen hinnanalennukseen, kun elinkeinonharjoittaja on käyttänyt 2 luvun säännöksissä tarkoitettua sopimatonta menettelyä taikka luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelyä ja menettely on voinut vaikuttaa kuluttajan tekemään ostopäätökseen. Hinnanalennuksen suuruus määriteltäisiin tapauskohtaisesti. Hinnanalennuksen tulee olla elinkeinonharjoittajan menettelyyn nähden kohtuullinen. Hinnanalennuksen suuruuteen vaikuttaisi siten esimerkiksi se, miten moitittavasti elinkeinonharjoittaja on menetellyt.

Pykälän *2 momentissa* säädetään kuluttajan oikeudesta vahingonkorvaukseen. Ehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittaja, joka rikkoo tai laiminlyö 2 luvun 1 §:ssä tarkoitettua sopimattoman menettelyn kieltoa, olisi velvollinen korvaamaan kuluttajalle tästä aiheutuneen vahingon. Menettelyn sopimattomuudesta säädetään kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä. Lisäksi elinkeinonharjoittaja, joka rikkoo tai laiminlyö luvun 4–8, 8 d, 8 e tai 9 §:n säännöksiä, olisi vastaavasti vahingonkorvausvelvollinen kuluttajalle aiheutuneesta vahingosta. Elinkeinonharjoittaja olisi myös velvollinen korvaamaan vahingon, joka on aiheutunut siitä, että elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta käyttänyt 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohtavia tai aggressiivisia menettelytapoja.

Velvollisuus vahingon korvaamiseen edellyttäisi, että elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta aiheuttanut kuluttajalle vahinkoa menetellessään vastoin luvun tiettyjä säännöksiä. Lähtökohtaisesti luvun säännösten vastainen menettely voi aiheuttaa vahinkoa niin sopimussuhteen ulkopuolella kuin sopimussuhteessa. Yleensä aiheutettu vahinko on tällöin niin sanottu puhdas varallisuusvahinko, joka ei liity henkilö- tai esinevahinkoon. Tällainen puhdas varallisuusvahinko tulisi tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittajan menettely ei ole johtanut sopi-

mukseen kuluttajan kanssa, korvattavaksi ilman vahingonkorvauslaissa (412/1974) edellytetyjä erittäin painavia syitä. Kuluttajalle aiheutunut vahinko voi koostua esimerkiksi kuluttajalle aiheutuneiden matkakulujen korvaamisesta.

Huolimattomuuden arvioinnissa lähtökohtana olisi elinkeinonharjoittajan menettelyn objektiivinen arviointi. Arvioitavana olisi se, poikkeako elinkeinonharjoittajan menettely objektiivisesti arvioituna laissa asetetusta veloitteesta ja osoittaako menettely elinkeinonharjoittajalta vaaditun huolellisuuden laiminlyöntiä

19 a §. *Seuraamusmaksu markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta.* Voimassa olevan pykälän otsikko ehdotetaan muutettavaksi vastaamaan paremmin pykälän sisältöä. Pykälään ehdotetaan lisättäväksi viittaukset luvun 1, 8 d, 8 e ja 11 §:ään, koska kyseiset pykälät tulevat ehdotuksen mukaan seuraamusmaksusääntelyn piiriin. Muilta osin pykälä vastaa asiallisesti voimassa olevaa pykälää.

6 luku **Kotimyynti ja etämyynti**

4 §. *Säännösten soveltaminen eräisiin palveluihin.* Pykälän 1 momenttia ehdotetaan muutettavaksi. Säännökseen lisättäisiin viittaus jäljempänä ehdotettuun 12 a §:ään. Ehdotuksen johdosta kirjallinen vahvistusmenettely puhelinmyynnissä tulisi sovellettavaksi myös matkustajaliikenteen palveluja koskeviin sopimuksiin sekä matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa tarkoitettuihin matkapaketteihin.

Pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 3 momentti, jonka mukaan jäljempänä ehdotettua kirjallista vahvistusmenettelyä puhelinmyynnissä ei sovellettaisi sähköisen viestinnän palveluista annetussa laissa tarkoitettuihin viestintäpalveluihin. Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 106 b §:ssä säädetään muun muassa sopimustiivistelmän antamisesta kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä.

8 §. *Muut määritelmät.* Pykälään ehdotetaan lisättäväksi kuluttajaoikeusdirektiivin ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin perustuvia määritelmiä. Pykälän 3 kohdan muutos on puhtaasti lakitekninen.

Uudessa 4 kohdassa määriteltäisiin verkossa toimiva markkinapaikka. Sillä tarkoitettaisiin palvelua, jossa tarjotaan kuluttajalle mahdollisuutta tehdä etäsopimuksia muiden elinkeinonharjoittajien kuin markkinapaikan tarjoajan kanssa taikka yksityishenkilöiden kanssa hyödyntäen markkinapaikan tarjoajan käyttämää tai hänen puolestaan käytettyä verkkosivustoa, sovellusta tai muuta ohjelmaa tai sen osaa. Kohdalla pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin lisätty 2 artiklan 1 kohdan m alakohta ja kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 2 artiklan 1 kohdan 17 alakohta.

Pykälän 5 kohdassa määriteltäisiin verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja. Sillä tarkoitettaisiin elinkeinonharjoittajaa, joka tarjoaa kuluttajille verkossa toimivan markkinapaikan. Kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 2 artiklan 1 kohdan 18 alakohta.

Pykälän 6 kohdassa määriteltäisiin järjestys. Sillä tarkoitettaisiin suhteellista sijoitusta, jonka elinkeinonharjoittaja antaa kulutushyödykkeille esitellessään tai järjestäessään niitä tai antaessaan niistä tietoa kuluttajalle. Tällainen järjestys voi perustua esimerkiksi algoritmiseen yhdistely-, luokitus- tai arvostelumekanismiin, visuaaliseen korostukseen taikka muuhun tärkeysjärjestyksen määrittämismenetelmään tai niiden yhdistelmään (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 19 kappale). Kohdalla pannaan täytäntöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin lisätty 2 artiklan 1 kohdan m alakohta.

9 §. *Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot.* Voimassa olevan 1 momentin 4 kohdassa edellytetään, että elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle puhelin- ja faksinumeron sekä sähköpostiosoitteen, jos nämä ovat käytettävissä. Ehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittajalla ei olisi enää velvollisuutta antaa faksinumeroaan. Elinkeinonharjoittaja olisi sitä vastoin aina velvollinen antamaan puhelinnumeronsa ja sähköpostiosoitteensa. Faksinumeron ilmoittamisvelvollisuuden poistaminen perustuu siihen, että faksia käytetään nykyään enää harvoin ja se on viestimenä pitkälti vanhentunut.

Lisäksi, jos kuluttaja voi olla elinkeinonharjoittajaan yhteydessä myös jollakin muulla sähköisellä viestintäkeinolla, kuluttajalle olisi kohdan mukaan annettava tieto tällaisesta viestintäkeinosta. Jotta tiedonantovelvollisuus syntyisi, keinon tulee olla sellainen, että kuluttaja voi olla sillä nopeasti ja tehokkaasti yhteydessä elinkeinonharjoittajaan ja että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa elinkeinonharjoittajan kanssa käymänsä viestinvaihdon muuttumattomana. Säilytystä kirjeenvaihdosta on käytävä ilmi myös kirjeenvaihdon päivämäärä ja kellonaika. Tällainen sähköinen viestintäkeino voi olla esimerkiksi elinkeinonharjoittajan verkkosivustolla oleva palautelomake, chatti tai sovelluksessa oleva keskustelukanava, jos kyseinen viestintäkeino täyttää säännöksessä asetetut vaatimukset. Jos tällainen keino siis on kuluttajan käytettävissä, elinkeinonharjoittajan tulee antaa siitä kuluttajalle tieto. Muutetulla 4 kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 6 artiklan 1 kohdan c alakohta.

Momentin 6 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi, että elinkeinonharjoittajan on annettava tieto myös siitä, jos kulutushyödykkeen hinta on määritelty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella. Elinkeinonharjoittajat saattavat määrittää tarjoustensa hinnan yksilöllisesti tietyille kuluttajille tai kuluttajaryhmille hyödyntäen automaattista päätöksentekoa ja kuluttajakäyttämisen profilointia, jonka avulla elinkeinonharjoittajat arvioivat kuluttajan ostovoimaa. On tärkeää, että kuluttaja saa tiedon siitä, että hänelle esitetty hinta on määritetty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella.

Kyseistä tiedonantovaatimusta ei olisi sovellettava dynaamisen tai reaaliaikaisen hinnoittelun kaltaisiin menetelmiin, joissa hinta muuttuu erittäin joustavasti ja nopeasti markkinakysynnän mukaan, jos kyseisiin menetelmiin ei liity automaattiseen päätöksentekoon perustuvaa hinnan yksilöllistä määrittämistä. Jos hinta muuttuu esimerkiksi sään tai kysynnän perusteella, kyseessä ei olisi kohdassa tarkoitettu hinnan yksilöllinen määrittäminen. Säännöstä ei myöskään sovellettaisi tilanteisiin, joissa hintamerkinnän tekninen vienti alustaan toteutetaan automaattisesti, mutta itse hinnoittelupäätöstä ei ole tehty automaattisella päätöksenteolla. Jos kuluttaja ostaa hyödykkeen, jonka hän voi itse koota eri osista tai varusteista, kuten ostaessaan ajoneuvon lisävarusteineen, taikka tilaa mittatilaushyödykkeen, tällaisten hyödykkeiden myötä muodostuva yksilöllinen hinta ei ole säännöksessä tarkoitettu yksilöllisesti määritelty hinta, ellei hinnoittelupäätös perustu automaattiseen päätöksentekoon. Muutetulla 6 kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 6 artiklan 1 kohdan e a alakohta.

Momentin 14 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi maininta digitaalisten sisältöjen ja digitaalisten palveluiden lakisääteisestä virhevastuusta. Muutetulla kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 6 artiklan 1 kohdan l alakohta.

Momentin 20 kohtaa ehdotetaan muutettavaksi siten, että säännös koskisi paitsi digitaalista sisältöä myös digitaalisia elementtejä sisältävää tavaraa ja digitaalista palvelua. Ensinnäkin kohdan mukaan olisi tarvittaessa annettava tieto tällaisen kulutushyödykkeen toimivuudesta. Toimivuudella tarkoitettaisiin myös teknistä suojausta. Lisäksi olisi tarvittaessa annettava tieto tällaisen kulutushyödykkeen yhteensopivuudesta ja yhteentoimivuudesta siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän. Muutetulla kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 6 artiklan 1 kohdan r ja s alakohta.

9 a §. *Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tiedonantovelvollisuus.* Pykälä on uusi, ja siinä säädettäisiin verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tiedonantovelvollisuudesta ennen etämyyntisopimuksen tekemistä. Pykälällä pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 6 a artikla.

Ehdotetun pykälän 1 kohdan mukaan verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan olisi annettava kuluttajalle ensinnäkin lain 2 luvun 8 d §:n 1 momentin mukaisesti esitetty tieto niistä keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien kulutushyödykkeiden järjestyksen, ja tieto näiden keskeisten muuttujien suhteellista merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Tarkoituksena on siis ennakkotiedoissa toistaa hakutulosten yhteydessä saatavilla ollut tieto.

Ehdotetun pykälän 2 kohdan mukaan verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan olisi lisäksi annettava kuluttajalle tieto siitä, onko kulutushyödykkeitä tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho. Jos kulutushyödykkeen tarjoava kolmas osapuoli ilmoittaa olevansa asemaltaan muu kuin elinkeinonharjoittaja, kuluttajalle olisi kohdan mukaan annettava tieto siitä, että tehtävää sopimusta eivät koske kuluttajansuojalainsäädäntöön perustuvat oikeudet.

Pykälän 3 kohdan mukaan kuluttajalle olisi lisäksi annettava tarvittaessa tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat kulutushyödykkeen tarjoavan kolmannen tahon ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä. Verkossa toimivalla markkinapaikalla oleva kulutushyödykettä tarjoava taho myyjä voi olla elinkeinonharjoittaja tai yksityishenkilö. Lisäksi on mahdollista, että verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja toimii itse kulutushyödykkeen tarjoajana markkinapaikalla. Kulutushyödykkeen myyjän henkilöllisyydellä on vaikutusta siihen, koskevatko kuluttajansuojalainsäädännöstä johtuvat velvollisuudet myyjää vai ei. Jos myyjä on yksityishenkilö, hänellä ei ole velvollisuutta noudattaa kuluttajansuojalainsäädäntöä, ellei niin ole sovittu.

Annettavan tiedon sisältö voisi riippua osaltaan myös verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan ja asianomaisen ulkopuolisen kulutushyödykkeen tarjoajan välisistä sopimusjärjestelyistä. Vaikka verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja ei yleensä ole kuluttajan sopimusosapuoli, on mahdollista, että verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja tarjoaa kuluttajalle esimerkiksi peruuttamisoikeuden tämän ostamalle tuotteelle tai erityisen sitoumuksen ostettavan tuotteen kestävydestä tilanteessa, jossa laki ei edellytä tällaisten etujen antamista. Tällöin kuluttajalle olisi annettava lisäedusta tietoa sekä ilmoitettava se, mihin tällainen kuluttajalle annettava lisäetu perustuu.

Tilanteesta riippuen kuluttajalle voitaisiin siis antaa tieto siitä, että kulutushyödykkeen tarjoaja on yksin vastuussa sopimukseen liittyvien velvoitteiden täyttämistä tai että ne jakautuvat tarkemmin ilmoitetulla tavalla verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan ja kulutushyödykkeen tarjoajan välillä. Myyjän velvoitteisiin puolestaan vaikuttaisi edellä todetun mukaisesti se, onko tämä kuluttajansuojalainsäädännössä tarkoitettu elinkeinonharjoittaja vai ei. Riittävää olisi yleispiirteinen kuvaus velvoitteista ja niiden jakautumisesta mainittujen tahojen välillä. Esimerkiksi luetteloa sovellettavista kuluttajan oikeuksista koskevista säännöksistä ei ennakkotietoihin olisi sisällytettävä.

Tiedot olisi annettava kuluttajalle selvällä, ymmärrettävällä ja etäviestimeen soveltuvalla tavalla. Riittävää ei esimerkiksi olisi se, että tiedot annettaisiin vakioehdoissa (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 27 kappale).

Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja voi olla myös itse etämyyntiä harjoittava elinkeinonharjoittaja. Näitä kahta roolia koskee kuitenkin eri sääntely. Jos verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja harjoittaa verkossa toimivalla markkinapaikalla etämyyntiä, sovellettavaksi tulevat tällöin myös etämyyntiä harjoittavaa elinkeinonharjoittajaa koskeva 9 §:n mukainen tiedonantovelvollisuus. Lisäksi on huomattava, että voimassa olevan 10 §:n 2 momentissa edellytetään, että verkkosivustoilla, joilla harjoitetaan kaupankäyntiä, on ilmoitettava selkeällä tavalla viimeistään tilausmenettelyn käynnistyessä mahdollisista toimitusrajoituksista sekä siitä, mitkä maksuvälineet hyväksytään. Tämä tiedonantovelvollisuus koskee myös verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajaa.

12 a §. Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä. Pykälä on uusi ja siinä säädettäisiin kirjallisesta tai muulla pysyvällä tavalla tehdystä tarjouksesta ja tarjouksen hyväksymisestä puhelinmyynnissä. Pykälän 1 momentin mukaan jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimessa kulutushyödykettä ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla. Jos kuluttaja ei ole kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sido kuluttajaa.

Elinkeinonharjoittajan on toimitettava tarjousvahvistus pysyvällä tavalla puhelun päättymisen jälkeen. Tarjous voidaan lähettää paitsi paperisena myös sähköisesti edellyttäen, että tiedot annetaan pysyvällä tavalla. Tarjous olisi siis toimitettava siten, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina. Kuluttajalle on annettava tarjous siten, että tarjous on hänen saatavillaan myöhempää käyttöä varten tarjouksen käyttötarkoituksen kannalta asianmukaisen ajan ja että hän voi tarvittaessa vedota tarjouksessa esitettäviin tietoihin. Jos tarjous toimitetaan sähköisesti, kuten toimittamalla tarjous kuluttajan sähköpostiosoitteeseen tai henkilökohtaiseen asiakaskansioon, olennaista on, että kuluttaja saa tarjouksen henkilökohtaisesti ja että hänellä on tosiasiallinen mahdollisuus tallentaa ja toisintaa tarjous. Myös esimerkiksi puhelimeen lähetetty tekstiviesti voi puhelimen teknisistä ominaisuuksista riippuen usein täyttää pysyvän tavon edellytykset, jos kuluttaja saa tekstiviestillä lähetetyn tarjouksen henkilökohtaisesti ja hänellä on tosiasiallinen mahdollisuus tallentaa ja toisintaa tekstiviestitse lähetetty tarjous. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tarjouksen on kokonaisuudessaan mahdollista tekstiviestiin, eikä esimerkiksi tekstiviestissä oleva linkki elinkeinonharjoittajan verkkosivustolle olisi riittävä.

Tarjouksen hyväksymisen tulee tapahtua sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on lähettänyt kuluttajalle tarjouksen pysyvällä tavalla. Jos kuluttaja haluaa tarjouksen saatuaan lisätietoa elinkeinonharjoittajalta suullisesti ja elinkeinonharjoittaja soittaa uudelleen kuluttajalle, säännöksen edellyttämän velvoitteen täyttää se, että tarjous on toimitettu pysyvällä tavalla ensimmäisen puhelun jälkeen. Kuluttajan on hyväksyttävä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, jotta sopimus sitoisi kuluttajaa.

Jos sopimus ei ehdotetun momentin mukaisesti sido kuluttajaa, kuluttaja ei olisi velvollinen maksamaan hyödykkeestä eikä tältä voitaisi vaatia hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Pykälän 2 momentin ensimmäisen virkkeen mukaan kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos hän ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa eikä hänellä ole velvollisuutta maksaa hyödykettä eikä palauttaa tai säilyttää sitä. Edelleen 2 momentin toisen virkkeen mukaan elinkeinonharjoittajalla olisi todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitettua ilmoituksen.

Pykälän 3 *momentin* mukaan pykälää ei sovelleta, jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä.

Ehdotettu pykälä tulisi siten ensinnäkin sovellettavaksi tilanteissa, joissa elinkeinonharjoittaja ottaa puhelimitse yhteyttä kuluttajaan ilman kuluttajan tekemää aloitetta. Merkitystä ei ole sillä, onko kuluttaja jo elinkeinonharjoittajan asiakas tai onko kuluttaja aiemmin ollut elinkeinonharjoittajan asiakas. Jos kuluttaja soittaa elinkeinonharjoittajalle takaisin sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on ensin soittanut kuluttajalle, olisi kyse säännöksen soveltamisalaan kuuluvasta tilanteesta, koska kuluttaja ei ole oma-aloitteisesti ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan.

Jos kuluttaja itse oma-aloitteisesti soittaa elinkeinonharjoittajalle, säännös ei tule sovellettavaksi. Pykälä ei tulisi myöskään sovellettavaksi, jos kuluttaja on pyytänyt elinkeinonharjoittajaa ottamaan yhteyttä. Esimerkiksi jos elinkeinonharjoittaja soittaa kuluttajalle kuluttajan yhteydenoton tai soittopyynnön johdosta, pykälä ei tulisi sovellettavaksi. Tällöin kuluttajan pyynnön on oltava nimenomainen. Riittävää ei ole se, että kuluttaja on esimerkiksi internetissä kilpailuun osallistuessaan hyväksynyt sen, että hänelle voidaan soittaa markkinointipuheluita tai että hän on muutoin asioidessaan elinkeinonharjoittajan kanssa hyväksynyt markkinointipuhelut.

13 §. Tietojen vahvistaminen. Pykälän 3 *momenttia* ehdotetaan muutettavaksi siten, että vahvistuksen tulisi sisältää voimassa olevassa säännöksessä edellytetyn ilmoituksen sijasta tietokuluttajan hyväksynnästä koskien peruuttamisoikeuden menettämistä. Muutoksella pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin 7 artiklan 2 kohta.

13 a §. Todistustaakka tietojen antamista koskevien velvoitteiden täyttämisestä. Pykälään ehdotetaan lisättäväksi viittaus edellä ehdotettuun 9 a §:ään. Lisäksi pykälään tehdään tekninen muutos siten, että pykälässä viitattaisiin 9, 10–12 ja 13 §:n mukaisiin velvoitteisiin.

15 §. Palvelun suorittaminen ennen peruuttamisajan päättymistä. Pykälää ehdotetaan täydennettäväksi muutetun kuluttajaoikeusdirektiivin johdosta. Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus, muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen voidaan pykälän 1 *momentin* mukaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä edellyttäen, että kuluttaja on tehnyt tätä koskevan nimenomaisen pyynnön ja antanut hyväksyntänsä sille, että hänellä ei ole enää peruuttamisoikeutta sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Kuten nykyisinkin, kotimyynnissä pyyntö on tehtävä pysyvällä tavalla. Erikseen voi todeta, että kuluttajaoikeusdirektiivin mukaisen palvelusopimuksen määritelmän johdosta säännös soveltuu myös digitaalista palvelua koskeviin sopimuksiin.

Voimassa olevassa säännöksessä maksuvelvollisuusedellytystä ei ole, eikä kuluttajalta myöskään vaadita hyväksyntää sille, että hänellä ei ole enää peruuttamisoikeutta sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Tältä osin oikeustila muuttuisi. Maksuvelvollisuusedellytyksen lisääminen liittyy erityisesti siihen, että osassa digitaalisia palveluja koskevissa sopimuksissa kuluttajalta ei peritä kauppahintaa, vaan kuluttaja sen sijaan luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja. Muutettu 1 momentti ei siis koskisi mainitun kaltaisia sopimuksia. Jos kyseessä on sellaista palvelua koskeva sopimus, jossa elinkeinonharjoittaja ei pysty palvelun luonteesta johtuen täyttämään sopimusta kokonaisuudessaan ennen peruuttamisajan päättymistä, kuluttaja ei menettäisi peruuttamisoikeutta. Momentilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 7 artiklan 3 kohta.

Pykälän 2 *momentti* koskee digitaalisen sisällön toimittamista siinä tapauksessa, että kuluttajalle on asetettu sopimuksessa maksuvelvollisuus. Digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti voidaan tällaisissa sopimuksissa aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos

kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisoikeuden voimassaoloaikana ja kuluttaja on antanut hyväksyntänsä sille, että hän näin menettää peruuttamisoikeutensa. Elinkeinonharjoittajan on toimitettava vahvistus kuluttajan nimenomaisesta ennakkosuostumuksesta ja kuluttajan hyväksynnästä 6 luvun 13 §:ssä tarkoitetulla tavalla. Myös digitaalista sisältöä koskevissa sopimuksissa on tavanomaista, että kuluttaja kauppahinnan sijasta luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja. Myöskään muutettu 2 momentti ei koskisi tällaisia sopimuksia. Momentilla pannaan osittain täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 16 artiklan 1 kohdan m alakohta.

Jos ei ole selvää, onko sopimus palvelusopimus vai sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskeva sopimus, sopimukseen olisi sovellettava palvelujen peruuttamisoikeutta säännöksiä pykälän 1 momentin mukaisesti (Omnibus-direktiivin johdanto-osan 30 kappale).

16 §. *Peruuttamisoikeuden rajoitukset.* Pykälän 1 momentin 1 kohtaa ehdotetaan muutettavaksi. Lisäksi pykälän 1 momenttiin lisättäisiin uusi 12 kohta ja pykälään uusi 3 momentti. Muilta osin pykälä vastaisi voimassa olevaa pykälää.

Pykälän *1 momentin* 1 kohdan mukaan kuluttajalla ei olisi 14 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos palvelu on kokonaan suoritettu ja, jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle, sopimuksen täyttäminen on alkanut kuluttajan 15 §:n 1 momentissa tarkoitetulla pyynnöllä ja hyväksynnän ilmaisemisella siitä, että hän menettää peruuttamisoikeutensa, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Kuten muidenkin peruuttamisoikeuden rajoitusten osalta, kuluttaja ja elinkeinonharjoittaja voivat kuitenkin sopia peruuttamisoikeudesta tällaisessakin tapauksessa.

Kohtaa täsmennettäisiin kuluttajaoikeusdirektiivin mukaiseksi lisäämällä siihen peruuttamisoikeuden rajoitusta koskevat edellytykset, kun kyse on sopimuksesta, jossa asetetaan kuluttajalle maksuvelvollisuus. Toisin kuin voimassa oleva 1 kohta, säännös ei koskisi enää sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevia sopimuksia. Näitä sopimuksia koskevista peruuttamisoikeuden rajoituksista säädetäisiin momenttiin lisättävässä uudessa 12 kohdassa. Muutetulla kohdalla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 16 artiklan 1 kohdan a alakohta.

Lisäksi momenttiin ehdotetaan lisättäväksi uusi 12 kohta, jonka mukaan kuluttajalla ei olisi 14 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on alkanut. Lisäksi jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle, edellytyksenä on, että kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisoikeuden voimassaolon aikana, kuluttaja on ilmaissut hyväksyvänsä, että peruuttamisoikeus puuttuu tällaisessa tapauksessa, ja elinkeinonharjoittaja on toimittanut kuluttajalle 6 luvun 13 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen.

Uudella kohdalla pannaan osittain täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 16 artiklan 1 kohdan m alakohta. Momentin 11 kohdan muutos on puhtaasti lakitekninen.

Pykälän uuden *3 momentin* mukaan kuluttajalla olisi 1 momentin 1 ja 3 kohdassa säädetyn estämättä oikeus peruuttaa kotimyyntisopimus, jos sopimus tehdään elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä.

Kuluttajan pyynnöllä tarkoitettaisiin kuluttajan oma-aloitteista elinkeinonharjoittajalle tekemää pyyntöä tulla kuluttajan kotiin markkinoimaan kulutushyödykkeitä. Kuluttajan oma-aloitteisena pyyntönä ei ole pidettävä sitä, että elinkeinonharjoittaja soittaa kuluttajalle ja tiedustelee kulut-

tajalta, voiko hän tulla kotikäynnille markkinoimaan kulutushyödykkeitä. Kuluttajan oma-aloitteisena pyyntönä ei olisi myöskään pidettävä sitä, että kuluttaja esimerkiksi soittaa elinkeinonharjoittajalle takaisin elinkeinonharjoittajan ensin yritettyä tavoittaa kuluttajaa siinä onnistumatta. Kuluttajan pyynnön on siis oltava täysin oma-aloitteinen. Oma-aloitteisena voidaan pitää esimerkiksi sitä, että kuluttaja täyttää elinkeinonharjoittajan verkkosivustolla yhteydenotto-pyyntön kotikäyntiä varten ja elinkeinonharjoittaja yhteydenottopyynnön seurauksena soittaa kuluttajalle ennen kotikäyntiä.

Momentti perustuu kuluttajaoikeusdirektiivin 16 artiklan 2 kohdan optioon. Syitä option käyttämiseen selvitetään yleisperustelujen 3.2.4 jaksossa.

17 a §. *Osapuolten oikeudet ja velvollisuudet kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen.* Pykälä on uusi, ja siinä säädettäisiin digitaalisen sisällön tai palvelun käyttämisestä peruutettaessa sopimus.

Pykälän 1 momentin ensimmäisen virkkeen mukaan kuluttajan peruuttaessa sopimuksen hänen tulisi pidättäytyä käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua ja saattamasta sitä kolmansien osapuolten saataville. Mainitulla virkkeellä pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 14 artiklan 2 a kohta. Laissa ei ehdoteta säädettäväksi seuraamuksista siltä varalta, että kuluttaja menettelisi säännöksen vastaisesti.

Edelleen pykälän 1 momentin toisen virkkeen mukaan elinkeinonharjoittajalla olisi oikeus estää kuluttajan pääsy digitaaliseen sisältöön tai palveluun. Sen lisäksi elinkeinonharjoittajalla olisi oikeus sulkea kuluttajan käyttäjätili tai muulla tavoin estää tätä käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua. Momentin mukainen elinkeinonharjoittajan oikeus kattaisi kuitenkin vain ne tapaukset, joihin ei sovelleta pykälän 3 momenttia. Mainitussa momentissa säädetään tilanteista, joissa elinkeinonharjoittajalla on velvollisuus saattaa kuluttajan saataville kaikki sisältö, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua. Pykälän 1 momentin 2 virkkeellä pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 13 artiklan 8 kohta.

Pykälän 2 momentin mukaan lähtökohtana peruuttamistilanteissa olisi, että elinkeinonharjoittajan on pidättäydyttävä käyttämästä sellaista sisältöä, jonka kuluttaja on luonut tai luovuttanut elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua käyttäessään. Kuluttajan luomaa tai luovuttamaa sisältöä voivat olla esimerkiksi digitaaliset kuvat sekä video- ja äänitiedostot. Velvollisuus pidättäytyä käyttämästä kuluttajan luomaa tai luovuttamaa sisältöä ei kuitenkaan olisi poikkeukseton. Ensinnäkään tämä velvollisuus ei koskisi 1 kohdan mukaan tapauksia, joissa kyseinen sisältö ei ole käyttökelpoista muutoin kuin elinkeinonharjoittajan toimittaman digitaalisen sisällön tai palvelun, esimerkiksi jonkin tietyn pelin, yhteydessä. Velvollisuus ei koskisi 2 kohdan mukaan myöskään tapauksia, joissa kyseinen sisältö liittyy yksinomaan kuluttajan toimintaan elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua käytettäessä. Momentin 3 kohdan mukaan elinkeinonharjoittajan ei edellytettäisi pidättäytyvän sisällön käyttämisestä myöskään silloin, kun elinkeinonharjoittaja on yhdistänyt tällaisen sisällön muihin tietoihin, joista sitä ei voi erottaa tai sen erottaminen aiheuttaisi kohtuutonta vaivaa. Edelleen 4 kohdan mukaan elinkeinonharjoittajan ei edellytettäisi pidättäytyvän sisällön käyttämisestä myöskään silloin, kun kuluttaja on luonut sisällön yhdessä muiden kanssa, esimerkiksi pelattuaan peliä yhdessä muiden kanssa, ja muut kuluttajat voivat edelleen käyttää kyseistä sisältöä. Momentilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 13 artiklan 5 kohta.

Pykälän 3 momentissa säädettäisiin elinkeinonharjoittajan velvollisuudesta antaa kuluttajan saataville tämän pyynnöstä kaikki sisältö, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään

elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua. Säännöksellä pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 13 artiklan 6 kohta.

Sisällön saataville asettaminen olisi tehtävä maksutta, kohtuullisessa ajassa ja yleisesti käytetyssä ja koneellisesti luettavassa tallennusmuodossa. Maksuttomuusvaatimus koskee kustannuksia, jotka liittyvät erityisesti sisällön takaisinsaantiin, eikä vaatimus siis merkitse sitä, etteikö kuluttaja olisi velvollinen vastaamaan omasta digitaalisesta ympäristöstään, kuten verkkoyhteydestä, aiheutuvista kustannuksista. Kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätyssä 13 artiklan 7 kohdassa, joka 3 momentilla pannaan täytäntöön, todetaan myös, että kuluttajalla on oltava oikeus saada kyseinen digitaalinen sisältö elinkeinonharjoittajan estämättä, mutta tätä pidetään siinä määrin itsestään selvänä vaatimuksena, ettei sen mainitsemista erikseen säännöksessä pidetä tarpeellisenä.

Elinkeinonharjoittajan velvollisuus asettaa sisältö kuluttajan saataville ei kuitenkaan olisi poikkeuksen, ja 3 momentissa rajattaisiinkin velvollisuuden ulkopuolelle 2 momentin 1–3 kohdassa tarkoitettu sisältö. Velvollisuutta asettaa sisältöä saataville ei siis sovellettaisi silloin, jos sisältö on käyttökelpoista vain elinkeinonharjoittajan toimittaman digitaalisen sisällön tai palvelun yhteydessä, jos se liittyy ainoastaan kuluttajan toimintaan digitaalista sisältöä tai palvelua käytettäessä taikka jos elinkeinonharjoittaja on yhdistänyt siihen muita tietoja, joista sitä ei voida erottaa tai se voidaan erottaa vain kohtuuttomien ponnistuksien avulla. Rajauksen tarkoituksena on kattaa tapaukset, joissa sisällöstä ei olisi kuluttajalle merkittävää käytännön hyötyä samaan aikaan kun sisällön poistaminen voisi edellyttää elinkeinonharjoittajalta merkittäviä ponnisteluja.

Pykälän 4 momentti sisältää informatiivisen viittaussäännöksen yleiseen tietosuojasetukseen, jossa säädetään henkilötietojen käytöstä. Pykälässä tarkoitettujen edellä selvitettyjen säännösten eivätköisi henkilötietoja, vaan niiden suhteen elinkeinonharjoittajan olisi noudatettava yleisen tietosuojasetuksen mukaisesti sovellettavia velvoitteita. Momentilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty 13 artiklan 4 kohta sekä samaan artiklaan lisätyt 5 ja 6 kohta siltä osin kuin niiden ulkopuolelle on rajattu henkilötiedot.

24 §. Seuraamukset eräiden luvun säännösten rikkomisesta. Pykälän 2 momentin 1 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi maininta siitä, että kuluttajalla ei olisi velvollisuutta maksaa kokonaan tai osittain suoritettua palvelusta, jos digitaalisen sisällön toimittaminen on aloitettu peruuttamisaikana ilman 15 §:n 2 momentissa tarkoitettua kuluttajan hyväksyntää nimenomaisen ennako-suostumuksen lisäksi. Muutetulla momentilla pannaan täytäntöön kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 14 artiklan 4 kohdan b alakohta.

Pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 3 momentti. Ehdotetun momentin mukaan sopimus ei sitoisi kuluttajaa, jos elinkeinonharjoittaja on kotimyyntinä laiminlyönyt antaa kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä 9 §:n 1 momentin 13 kohdassa tarkoitettujen tietojen 11 §:ssä säädetyllä tavalla. Siten jos elinkeinonharjoittaja ei anna kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä tietoa siitä, että peruuttamisoikeus puuttuu tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää, kotimyyntisopimus ei sitoisi kuluttajaa. Vastaavasti jos edellä mainittuja tietoja ei ole annettu kuluttajalle paperilla tai tämän suostumuksella muulla pysyvällä tavalla, sopimus ei sitoisi kuluttajaa. Kyseisissä tilanteissa sopimus sitoisi kuitenkin elinkeinonharjoittajaa, ja kuluttaja voisi tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnistä huolimatta vaatia sopimuksen täyttämistä.

Sitomattomuutta on ajallisesti rajoitettu. Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle 12 kuukauden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoit-

tajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavarain tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut. Kuluttajalla ei olisi kuitenkaan velvollisuutta korvata elinkeinonharjoittajalle tavarain arvon alentumista eikä maksaa jo suoritettua palvelusta.

25 §. *Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta.* Pykälän 2 momenttiin ehdotetaan lisättäväksi viittaukset luvun 9 a §:ään ja 17 a §:n 1–3 momenttiin, koska kyseiset säännökset tulevat ehdotuksen mukaan seuraamusmaksusääntelyn piiriin. Muilta osin momentti vastaa voimassa olevaa momenttia.

6 a luku **Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti**

2 §. *Säännösten soveltamisen rajoitukset eräissä tapauksissa.* Pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 3 momentti, jonka mukaan jäljempänä ehdotettavaa 11 b §:ää ei sovellettaisi kuluttajansuojalain 7 tai 7 a luvun soveltamisalaan kuuluvaan luottoon. Luottosopimuksista säädetään erikseen kuluttajansuojalain 7 ja 7 a luvussa. Poikkeus kattaisi myös ne kuluttajaluotot, joihin sovelletaan 7 tai 7 a luvun säännöksiä vain osittain.

11 b §. *Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä.* Pykälä on uusi ja siinä säädettäisiin kirjallisesta tarjouksesta ja tarjouksen hyväksymisestä rahoituspalveluiden puhelinmyynnissä. Luvun 1 §:n 2 momentin nojalla luvussa rahoituspalveluista säädetty koskee rahoitusvälineitä. Siten myös ehdotettu uusi pykälä koskee rahoitusvälineiden puhelinmyyntiä. Pykälä vastaisi pääosin edellä ehdotettua 6 luvun 12 a §:ää sillä erotuksella, että rahoituspalveluiden ja -välineiden osalta kuluttajan tulisi vedota sopimuksen sitomattomuuteen määräajassa.

Pykälän 1 momentti vastaa asiallisesti edellä ehdotetun 6 luvun 12 a §:n 1 momenttia, minkä vuoksi momentin perusteluiden osalta viitataan 6 luvun 12 a §:n perusteluihin. Säännös ei vaikuta vakuutus sopimuksissa vakuutuksenantajan vastuun alkamisajankohtaan, josta säädetään vakuutus sopimuslain (543/1994) 11 §:ssä, jonka 1 momentin mukaan vakuutuksenantajan vastuu alkaa, jollei muusta ajankohdasta ole yksilöllisesti sovittu vakuutuksenottajan kanssa, kun vakuutuksenantaja tai vakuutuksenottaja antaa tai lähettää hyväksyvän vastauksen toisen sopijapuolen tarjoukseen. Vakuutuksenottaja voi sopia vakuutuksenottajan kanssa yksilöllisesti siitä, että vakuutuksenantajan vastuu alkaa vasta siitä hetkestä, kun vakuutuksenottaja on lähettänyt vakuutuksenantajan tarjoukseen kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla hyväksyvän vastauksen.

Pykälän 2 momentin mukaan jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen olisi ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset siitä, kun kuluttaja on ilmoittanut vetoavansa sopimuksen sitomattomuuteen. Sääntely eroaa tältä osin ehdotetusta 6 luvun 12 a §:stä.

Pykälän 3 momentin ensimmäisen virkkeen mukaan kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos tämä ei puhelinkeskustelun jälkeen hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa, jos hän ilmoittaa siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Edelleen 3 momentin toisen virkkeen mukaan elinkeinonharjoittajalla olisi todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitettua ilmoituksen.

Pykälän 4 momentti vastaa asiallisesti edellä ehdotetun 6 luvun 12 a §:n 3 momenttia minkä vuoksi momentin perusteluiden osalta viitataan 6 luvun 12 a §:n perusteluihin.

19 §. *Seuraamusmaksu rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevien säännösten rikkomisesta.* Voimassa olevan pykälän otsikko ehdotetaan muutettavaksi vastaamaan paremmin pykälän sisältöä. Pykälään ehdotetaan lisättäväksi viittaus luvun 11 b §:ään sen johdosta, että säännös ehdotetaan otettavaksi seuraamusmaksusääntelyn piiriin. Muilta osin pykälä vastaa voimassa olevaa lakia.

7.2 Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta

6 luku Kotimyynti ja etämyynti

25 §. *Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta.* Pykälän 2 momenttiin ehdotetaan lisättäväksi viittaus 12 a §:ään, koska kyseinen pykälä tulee ehdotuksen mukaan seuraamusmaksusääntelyn piiriin.

Ehdotus annetaan omana lakiehdotuksenaan säännöksen voimaantuloon liittyvistä lakiteknisistä syistä.

7.3 Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista

3 luku Hallinnolliset seuraamukset

13 §. *Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta.* Pykälän 1 momentin 1 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:n vastainen menettely. Muutos on kansallinen, sillä hintamerkintädirektiivi ei edellytä direktiiviin perustuvien säännösten saattamista seuraamusmaksumenettelyn piiriin.

Pykälän 1 momentin 2 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi 17 a §:n 1–3 momentin vastainen menettely. Säännös on tarpeen kuluttajaoikeusdirektiivin 24 artiklan 3 kohdan täytäntöön panemiseksi. Säännös koskisi kuitenkin myös tilanteita, joissa olisi kyse säännöksen kansallisesta rikkomisesta. Tältä osin sääntely olisi kansallista.

Pykälän 1 momentin 3 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 6 a luvun 11 b §:n vastainen menettely. Ehdotus on kansallinen.

15 §. *Seuraamusmaksu eräiden muiden kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta.* Pykälään ehdotetaan lisättäväksi uusi 6 kohta. Kohdan mukaan seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo maksupalvelulain (290/2010) 60 §:n 2 momentin kieltoa periä maksunsaajalle aiheutuneita tosiasiallisia kustannuksia suurempia kuluja maksuvälineen käytöstä. Kyseinen maksupalvelulain säännös vastaa kuluttajaoikeusdirektiivin 19 artiklaa. Jos elinkeinonharjoittaja perii kuluttajalta tosiasiallisia kustannuksia suurempia kuluja maksuvälineen käytöstä, tälle voidaan määrätä lain mukainen seuraamusmaksu. Säännös on tarpeen kuluttajaoikeusdirektiivin 24 artiklan 3 kohdan täytäntöön panemiseksi. Säännös koskisi kuitenkin myös tilanteita, joissa olisi kyse säännöksen kansallisesta rikkomisesta. Tältä osin sääntely olisi kansallista. Pykälän 5 kohdan muutos on puhtaasti lakitekkinen.

16 §. *Seuraamusmaksu tietojen antamista koskevien säännösten rikkomisesta.* Pykälän 1 momentin 1 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 2 luvun 8 d ja 8 e §:n vastainen menettely. Säännös on tarpeen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13

artiklan 3 kohdan täytäntöön panemiseksi. Säännös koskisi myös tilanteita, joissa olisi kyse säännöksen kansallisesta rikkomisesta. Tältä osin sääntely olisi kansallista.

Pykälän 1 momentin 2 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 6 luvun 9 a §:n mukaisen tiedonantovelvollisuuden laiminlyönti. Säännös on tarpeen kuluttajaoikeusdirektiivin 24 artiklan 3 kohdan täytäntöön panemiseksi. Koska säännös koskisi myös tilanteita, joissa olisi kyse säännöksen kansallisesta rikkomisesta, sääntely olisi osittain kansallista.

Pykälän 2 momentin muutos on lakitekninen.

16 a §. *Seuraamusmaksu kielletyn menettelyn käyttämisestä.* Pykälä on uusi, ja siinä säädettäisiin seuraamusmaksun määräämisestä elinkeinonharjoittajalle tilanteessa, jossa tämä jatkaa tiettyjen kuluttajansuojalain 2 tai 3 luvun säännösten vastaista menettelyä tilanteessa, jossa kyseinen menettely on tuomioistuimen päätöksellä tai kuluttaja-asiamiehen kiellolla kielletty.

Säännös soveltuisi ensinnäkin tilanteeseen, jossa elinkeinonharjoittaja on käyttänyt markkinoinnissa tai asiakassuhteessa kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n vastaisesti mainitun luvun 3 §:ssä tarkoitettua sopimatonta menettelyä, elinkeinonharjoittajaa on kielletty jatkamasta menettelyä ja elinkeinonharjoittaja edelleen tuomioistuimen tai kuluttaja-asiamiehen päätöksestä huolimatta jatkaa kyseistä menettelyä. Jotta säännös tulisi sovellettavaksi, menettelyn on asiallisesti vastattava sitä menettelyä, jota elinkeinonharjoittajan on tuomioistuimen päätöksellä tai kuluttaja-asiamiehen kiellolla kielletty harjoittamasta. Tuomioistuimen tai kuluttaja-asiamiehen päätöksen tai kiellon on oltava lainvoimainen, jotta seuraamusmaksu voidaan määrätä. Päätöksestä tai kiellosta ilmenevän oikeusohjeen on myös oltava selkeä ja yksiselitteinen, jotta elinkeinonharjoittaja voi sitä toiminnassaan noudattaa.

Säännös soveltuisi myös tilanteisiin, jossa elinkeinonharjoittaja on käyttänyt kulutushyödykkeitä tarjotessaan sopimusehtoa, jota kulutushyödykkeen hinta ja muut asiaan vaikuttavat seikat huomioon ottaen on pidettävä kuluttajien kannalta kohtuuttomana, elinkeinonharjoittajaa on tuomioistuimen tai kuluttaja-asiamiehen päätöksellä kielletty käyttämästä tällaista sopimusehtoa ja elinkeinonharjoittaja on päätöksestä huolimatta jatkanut tällaisen ehdon käyttämistä.

Kuten edellä on todettu kuluttajansuojalain 2 luvun mukaisesta menettelystä, myös tässä tapauksessa menettelyn on asiallisesti vastattava sitä menettelyä, jota elinkeinonharjoittajan on kielletty harjoittamasta, jotta säännös voisi tulla sovellettavaksi. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että käytettävän sopimusehdon on oltava saman sisältöinen kuin kohtuuttomaksi katsotun sopimusehdon. Vastaavasti tuomioistuimen päätöksen tai kuluttaja-asiamiehen kiellon on oltava lainvoimainen, jotta seuraamusmaksu voitaisiin määrätä. Päätöksestä tai kiellosta ilmenevän oikeusohjeen on myös oltava selkeä ja yksiselitteinen, jotta elinkeinonharjoittaja voi sitä toiminnassaan noudattaa.

On huomattava, että säännös soveltuu ainoastaan tilanteisiin, joissa sama elinkeinonharjoittaja on jatkanut lainvoimaisella päätöksellä kiellettyä menettelyä tai kohtuuttoman ehdon käyttämistä.

Pykälällä pannaan täytäntöön sopimusehtodirektiiviin lisätyn 8 b artiklan 2 kohta ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muutetun 13 artiklan 3 kohdan b alakohta.

18 §. *Seuraamusmaksun suuruus.* Pykälän 1 momenttiin siihen ehdotetaan lisättäväksi uusi 5 ja 6 kohta. Ehdotettavan 5 kohdan mukaan seuraamusmaksua määrittäessä olisi otettava huomioon muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävästä rikkomuksesta elinkeinonharjoittajalle mää-

rätty seuraamus, jos tieto tällaisesta seuraamuksesta on saatavilla yhteistyöasetuksella perustetun mekanismin kautta. Tällainen muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävästä rikkomuksesta määrätty seuraamusmaksu voisi alentaa määrättävää seuraamusmaksua.

Jotta kyseisen kohdan mukaan seuraamusmaksua määrättäessä voidaan ottaa huomioon muussa jäsenvaltiossa elinkeinonharjoittajalle määrätty seuraamus, kyseinen seuraamus on täytynyt määrätä ensinnäkin samasta rikkomuksesta kuin määrättävänä oleva seuraamus. Arvioitaessa sitä, milloin kyseessä on sama rikkomus, olisi kiinnitettävä huomiota muun ohella siihen, onko muualla seuraamusmaksua määrättäessä otettu huomioon myös suomalaisiin kuluttajiin kohdistunut menettely. Lisäksi tällaisesta jo määrätystä seuraamuksesta on oltava kirjattuna tieto yhteistyöasetuksella perustettuun mekanismiin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että seuraamus on tullut kirjata jäsenvaltioiden väliseen niin kutsuttuun IMI-tietojärjestelmään (Internal Market Information System).

Kohdalla pannaan täytäntöön sopimusehtodirektiiviin lisätyn 8 b artiklan 3 kohdan e alakohta, hintamerkintädirektiivin muutettu 8 artiklan 2 kohdan e alakohta, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muutettu 13 artiklan 2 kohdan e alakohta ja kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 24 artiklan 2 kohdan e alakohta.

Momentin 6 kohdan mukaan seuraamusmaksua määrättäessä voidaan ottaa huomioon myös mahdolliset muut kuin 1–5 kohdassa tarkoitetut tapauksen olosuhteisiin vaikuttaneet tekijät. Tällaisesta tekijästä voi olla esimerkiksi kyse silloin, jos seuraamusmaksua määrävän viranomaisen tiedossa on, että elinkeinonharjoittajalle on muussa jäsenvaltiossa määrätty seuraamusmaksu samasta rikkomuksesta, vaikka tällaisesta seuraamuksesta ei ole mainintaa yhteistyöasetuksella perustetussa mekanismissa.

Kohdalla pannaan täytäntöön sopimusehtodirektiiviin lisätyn 8 b artiklan 3 kohdan f alakohta, hintamerkintädirektiivin muutettu 8 artiklan 2 kohdan f alakohta, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muutettu 13 artiklan 2 kohdan f alakohta ja kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 24 artiklan 2 kohdan f alakohta.

Momentin 4 kohdan muutos on puhtaasti lakitekkinen.

Pykälän 2 momenttiin ehdotetaan lisättäväksi säännös seuraamusmaksun enimmäismäärästä tilanteessa, jossa tiedot elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta eivät ole saatavilla ja kyseessä on rikkomus, johon on kohdistettava yhteistyöasetuksen 21 artiklan mukaisesti koordinoituja täytäntöönpanotoimia. Tällöin elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään kaksi miljoonaa euroa.

Jotta säännös voisi ylipäänsä tulla sovellettavaksi, kyseessä tulisi olla yhteistyöasetuksessa tarkoitettu laajalle levinnyt rikkomus tai sellainen laajalle levinnyt rikkomus, jolla on unionin laajuinen ulottuvuus. Asetuksen 3 artiklan mukaan laajalle levinneellä rikkomuksella tarkoitetaan kuluttajien etuja suojaavan unionin lainsäädännön vastaisia tekoja tai laiminlyöntejä, jotka ovat vahingoittaneet, vahingoittavat tai ovat omiaan vahingoittamaan sellaisten kuluttajien yhteisiä etuja, joiden asuinpaikka on vähintään kahdessa muussa jäsenvaltiossa kuin siinä, jossa teko tai laiminlyönti sai alkunsa tai tapahtui, johon teosta tai laiminlyönnistä vastuussa oleva elinkeinonharjoittaja on sijoittautunut tai jossa tekoon tai laiminlyöntiin liittyvä näyttö tai elinkeinonharjoittajan varat sijaitsevat (3 artiklan 3 alakohdan a alakohta). Laajalle levinneellä rikkomuksella tarkoitetaan myös kuluttajien etuja suojaavan unionin lainsäädännön vastaisia tekoja tai laiminlyöntejä, jotka ovat vahingoittaneet, vahingoittavat tai ovat omiaan vahingoittamaan sellaisten kuluttajien yhteisiä etuja ja jolla on yhteisiä piirteitä, kuten sama lainvastainen menettely

tai samat edut rikkomuksen kohteena, ja jonka tekijä on sama elinkeinonharjoittaja vähintään kolmessa jäsenvaltiossa (3 artiklan 3 alakohdan b alakohta).

Laajalle levinneellä rikkomuksella, jolla on unioninlaajuinen ulottuvuus, tarkoitetaan puolestaan laajalle levinnyttä rikkomusta, joka on vahingoittanut, vahingoittaa tai on omiaan vahingoittamaan kuluttajien yhteisiä etuja kahdessa kolmasosassa jäsenvaltioista, joissa yhteensä on vähintään kaksi kolmasosaa unionin väestöstä (3 artiklan 4 alakohta).

Säännöksellä pannaan täytäntöön sopimusehtodirektiiviin lisätyn 8 b artiklan 5 kohta, sopimatonta kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muutettu 13 artiklan 4 kohta ja kuluttajaoikeusdirektiivin muutettu 24 artiklan 4 kohta.

7.4 Laki kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta

13 §. *Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta.* Pykälän 1 momentin 2 kohtaan ehdotetaan lisättäväksi kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:n vastainen menettely. Seuraamusmaksu voitaisiin määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka esimerkiksi laiminlyö lähettää vahvistuksen kuluttajalle pysyvällä tavalla taikka ei edellytä kuluttajalta tarjouksen hyväksymistä pysyvällä tavalla. Seuraamusmaksu voitaisiin määrätä myös muun muassa tilanteissa, jossa elinkeinonharjoittaja lähettää tarjouksen pysyvällä tavalla kuluttajalle puhelun aikana, eikä vasta puhelun jälkeen. Ehdotus on kansallinen.

Ehdotus annetaan omana lakiehdotuksenaan säännöksen voimaantuloon liittyvistä lakiteknisistä syistä.

7.5 Sähkömarkkinalaki

13 luku Sähkösopimuksia koskevat säännökset

87 §. *Sopimuksen tekeminen.* Pykälään lisätään uusi 3 momentti. Momentilla selvennettäisiin pykälän säännösten suhdetta 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:n sääntelyyn. Momentin mukaan jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta pykälän 1 tai 2 momentissa tarkoitettua sopimusta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

Pykälän 4 momentti vastaa voimassa olevaa 3 momenttia.

88 §. *Vahvistusilmoitus.* Pykälään lisätään uusi 5 momentti. Momentilla selvennettäisiin pykälän 3 ja 4 momentin säännösten suhdetta 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:n sääntelyyn. Momentin mukaan mitä 3 ja 4 momentissa säädetään, ei sovellettaisi sopimukseen, jos sitä tehtäessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia.

7.6 Maakaasumarkkinalaki

14 luku Maakaasusopimuksia koskevat säännökset

71 §. *Maakaasuverkkosopimuksen tekeminen.* Pykälän 1 momenttiin lisätään uusi säännös, jolla selvennettäisiin momentin säännösten suhdetta 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:n sääntelyyn. Momenttiin lisättävän kolmannen virkkeen mukaan jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasuverkkosopimusta kuluttajalle puhelimesta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6

luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu. Muilta osin pykälä säilyy ennallaan.

72 §. Maakaasun myyntisopimuksen tekeminen. Pykälän 1 momenttiin lisätään 71 §:ään tehtävän lisäyksen tavoin säännös, jolla selvennettäisiin momentin säännösten suhdetta 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:n sääntelyyn. Momenttiin lisättävän kolmannen virkkeen mukaan jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasun myyntisopimusta kuluttajalle puhelimesta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu. Muilta osin pykälä säilyy ennallaan.

7.7 Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta

Ehdotuksen mukaan kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain (1242/2021) voimaantulosäännöstä muutettaisiin siten, että 5 a luvun säännöksiä sovellettaisiin myös ennen 1.1.2022 tehtyihin sopimuksiin lukuun ottamatta sopimuksen muuttamista koskevaa luvun 27 §:ää. Kyse voi olla paitsi määräaikaisista myös toistaiseksi voimassa olevista sopimuksista, ja kyse voi olla digitaalisen sisällön tai palvelun toimittamisesta pidemmän ajan kuluessa joko jatkuvasti tai useina erillisinä toimituksina (digisopimusdirektiivin johdanto-osan 83 kappale). Luvun säännöksiä sovellettaisiin näihin vanhoihin sopimuksiin kuitenkin vain siltä osin kuin digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan kuluttajalle ehdotetun lain voimaantulosta eli 28.5.2022 lukien. Muutos perustuu digisopimusdirektiivin 24 artiklan 2 kohtaan, joka muutoksella pantaisiin täytäntöön siltä osin kuin täytäntöönpano on jäänyt puutteelliseksi 1.1.2022 voimaan tullessa laissa.

8 Lakia alemman asteinen sääntely

Omnibus-direktiivin täytäntöönpano edellyttää muutoksia kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annettuun valtioneuvoston asetukseen 601/2008 sekä kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annettuun oikeusministeriön asetukseen 110/2014.

Asetukset annetaan keväällä 2022. Hallituksen esityksen liitteenä on luonnokset valtioneuvoston asetukseksi kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun valtioneuvoston asetuksen muuttamisesta ja oikeusministeriön asetukseksi kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annetun oikeusministeriön asetuksen muuttamisesta.

9 Voimaantulo

Omnibus-direktiivi on pantava täytäntöön 28 päivänä marraskuuta 2021 mennessä, ja direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavia säännöksiä on sovellettava 28 päivästä toukokuuta 2022.

Omnibus-direktiivin täytäntöönpanon viivästymisen johdosta direktiivin täytäntöönpanoon liittyvien lakien antaminen 28.11.2021 mennessä ei ole ollut mahdollista. Lakien ehdotetaan tulevan voimaan 28.5.2022, jolloin direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavia säännöksiä on ryhdyttävä soveltamaan.

Muutokset sopimusoikeudellisissa säännöksissä vaikuttaisivat vain lain voimaantulon jälkeen tehtäviin sopimuksiin. Kirjallista vahvistusmenettelyä koskevia 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:n ja 6 a luvun 11 b §:n säännökset tulisivat kuitenkin voimaan vasta 1.12.2022. Voimaantuloajankohta on näiden säännösten osalta kansallisessa harkinnassa, sillä säännöksillä ei panna

täytäntöön Ombus-direktiiviä, vaan edellä 4.1.3 jaksossa todetun mukaisesti ne perustuvat osaltaan kuluttajaoikeusdirektiivin 8 artiklan 6 kohdan sisältämään optioon. Vahvistusmenettelyn käyttöönotto voi edellyttää elinkeinonharjoittajilta erilaista hallinnollista työtä ja investointeja, kuten tietojärjestelmämuutoksia, minkä vuoksi säännösten myöhäisempi voimaantulo on perusteltua. Myös muut vahvistusmenettelyyn liittyvät säännökset eli 1. lakiehdotuksen 6 luvun 4 §:n 1 ja 3 momentti sekä 6 a luvun 2 §:n 3 momentti ja 19 §, 2. lakiehdotuksen 6 luvun 25 §, 3. lakiehdotuksen 13 §:n 1 momentin 3 kohta, 4. lakiehdotuksen 13 §:n 1 momentin 2 kohta, 5. lakiehdotuksen 87 §:n 3 momentti ja 88 §:n 5 momentti sekä 6. lakiehdotuksen 71 §:n 1 momentti ja 72 §:n 1 momentti, tulisivat voimaan 1.12.2022.

Kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muutos liittyy digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon. Kyseisen direktiivin täytäntöön panemiseksi annettavia kansallisia säännöksiä on tullut soveltaa 1 päivästä tammikuuta 2022. Tämä voimaantuloajankohta ei luonnollisesti ole enää mahdollinen. Selkeyssyistä ehdotetaan, että laki tulisi voimaan samanaikaisesti muiden tähän esitykseen sisältyvien lakien kanssa eli 28.5.2022. Kuluttajansuojalain 5 a luvun säännöksiä sovellettaisiin tietyin poikkeuksin ennen 1.1.2022 tehtyyn sopimukseen, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan kuluttajalle 28.5.2022 lukien.

10 Seuranta

Kuten edellä 9 jaksossa todetaan, puhelinmyyntiä koskevan vahvistusmenettelysäännösten ehdotetaan tulevan voimaan 1.12.2022. Tavanomaisen vaikutusten arviointia koskevan seurannan lisäksi tarkoituksena on seurata vahvistusmenettelyn vaikutuksia erityisesti lehtialaan ja kahden vuoden kuluttua säännösten voimaantulosta arvioida, miten kirjallinen vahvistusmenettely on vaikuttanut lehtien myyntiin ja lehtitarjonnan monimuotoisuuteen, sekä tämän perusteella arvioida tarve mahdollisiin lainsäädäntömuutoksiin.

11 Suhde perustuslakiin ja säätämisjärjestys

11.1 Kirjallinen vahvistusmenettely puhelinmyynnissä

Esityksen 1. lakiehdotuksen 6 luvun 12 a §:ssä sekä 6 a luvun 11 b §:ssä säädettäisiin kirjallisesta vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä. Ehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittajan olisi puhelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kuluttajalle kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla. Jos kuluttaja ei ole kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sitoisi kuluttajaa.

Perustuslain 18 §:ssä turvataan elinkeinonharjoittamisen vapaus. Puhelinmyynnissä käyttöön otettavalla kirjallisella vahvistusmenettelyllä ei rajoiteta elinkeinonharjoittajien markkinointia tai myyntiä puhelimitse, eikä siten varsinaisesti puututa elinkeinonharjoittamisen vapauteen. Ehdotettu sääntely lisää jossakin määrin elinkeinonharjoittajien hallinnollista taakkaa, mutta sääntely ei kuitenkaan rajoita perustuslain 18 §:ssä säädettyä elinkeinonharjoittamisen vapautta. Kirjallisen vahvistusmenettelyn edellyttäminen voi kuitenkin jossakin määrin vaikuttaa puhelinmarkkinointia ja -myyntiä koskevan elinkeinotoiminnan toimintaedellytyksiin tulevaisuudessa, millä seikalla on erityistä merkitystä nykyisin jo harjoitettavan elinkeinotoiminnan kannalta. Ehdotetulla sääntelyllä ei puututtaisi taannehtivasti ennen lain voimaantuloa syntyneisiin sopimuksiin. Kirjallisen vahvistusmenettelyn käyttöönotolla voidaan katsoa olevan hyväksyttävä kuluttajien suojaamisen tavoite, ja ehdotettua sääntelyä voidaan pitää hyväksyttävänä ja oikeasuhteisena, vaikka otettaisiin huomioon sääntelyn mahdolliset vaikutukset elinkeinonharjoittamiseen.

Sopimusvapaudesta ja sopimussuhteiden pysyvyydestä ei ole nimenomaisesti säädetty perustuslaissa. Sopimusoikeuden sääntely sinänsä kuuluu lähtökohtaisesti tavallisen lainsäädännön alaan (PeVL 26/2008 vp, s. 2 ja PeVL 3/1982 vp, s. 2). Sopimusvapaus kuitenkin saa suojaa tietyssä määrin omaisuudensuojaa turvaavan yleislausekkeen kautta (HE 309/1993 vp, s. 62; PeVL 15/2004 vp, s. 4–5 ja PeVL 33/1998 vp, s. 1), jonka on katsottu jossain määrin turvaavan myös sopimussuhteiden pysyvyyttä. Varallisuusosoikeudellisten oikeustoimien pysyvyyden suojan taustalla on ajatus oikeussubjektien perusteltujen odotusten suojaamisesta taloudellisissa asioissa (PeVL 42/2006 vp, s. 4; PeVL 21/2004 vp, s. 3 ja PeVL 33/2002 vp, s. 3). Sopimusvapautta voidaan siten rajoittaa, jos rajoitukset täyttävät perusoikeuksien rajoittamisen yleiset rajoitusedellytykset. Kirjallinen vahvistusmenettely ei kuitenkaan merkitse syvällekäyvää rajoitusta sopimusvapauteen. Lisäksi sääntelyllä turvataan heikommassa asemassa olevaa kuluttajaa.

11.2 Seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen

Yleistä

Esityksen 3. ja 4. lakiehdotus sisältää muutoksia kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annettuun lakiin. Kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa säädetään muun muassa seuraamusmaksun määräämisestä tilanteissa, joissa eräitä kuluttajansuojalain säännöksiä on rikottu. Laki on tullut voimaan heinäkuussa 2020 ja kyseinen lakiehdotus on eduskuntakäsittelyn aikana ollut perustuslakivaliokunnan käsiteltävänä (PeVL 12/2019 vp).

Seuraamusmaksusääntelyn täydentäminen

Esityksen 3. lakiehdotuksessa esitetään ensinnäkin lisättäväksi seuraamusmaksusääntelyn piiriin 1. lakiehdotuksen 2 luvun 8 d, 8 e ja 11 §:n vastainen menettely. Myös 1. lakiehdotuksen 6 luvun 9 a ja 12 a §:n, 17 §:n 1–3 momentin sekä 6 a luvun 11 b §:n vastainen menettely ehdotetaan tuotavaksi seuraamusmaksusääntelyn alle (esityksen 3. ja 4. lakiehdotus). Edelleen ehdotetaan, että maksupalvelulain 60 §:n 2 momentin säännöksiä maksuväliseen käyttämisestä perittävistä maksuista rikottaessa voitaisiin määrätä seuraamusmaksu.

Seuraamusmaksun määrääminen kuluttajansuojalain 2 luvun 11 §:n vastaisesta menettelystä olisi puhtaasti kansallista lainsäädäntöä, sillä hintamerkintädirektiivin 8 artiklassa ei edellytetä seuraamusmaksusta säätämistä seuraamuskeinona. Myös seuraamusmaksun määrääminen kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:n sekä 6 a luvun 11 b §:n vastaisesta menettelystä olisi kansallista lainsäädäntöä. Muilta osin seuraamusmaksusääntelyn laajentaminen perustuu osittain direktiivien täytäntöönpanoon ja osittain kansalliseen harkintaan. Omnibus-direktiivillä muutetut kuluttajaoikeusdirektiivi sekä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi edellyttävät seuraamusten osalta, että jäsenvaltioiden on varmistettava, että kun on määrättävä seuraamuksia CPC-asetuksen 21 artiklan mukaisesti, niihin sisältyy mahdollisuus joko määrätä sakkoja hallinnollisten menettelyjen kautta tai panna vireille oikeudenkäyntimenettelyjä sakkojen määräämiseksi taikka molemmat siten, että tällaisten sakkojen enimmäismäärä on vähintään neljä prosenttia elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta kyseisessä yhdessä tai useammassa jäsenvaltiossa. Siltä osin kuin seuraamusmaksu voidaan edellä mainittuja säännöksiä rikottaessa määrätä esimerkiksi puhtaasti kansallisissa, ei-rajat ylittävissä tapauksissa, ehdotettu sääntely perustuu kansalliseen harkintaan.

Perustuslakivaliokunnan käytännössä seuraamusmaksuja on pidetty lainvastaisesta teosta tai laiminlyönnistä määrättävinä sanktioluonteisina hallinnollisina seuraamuksina. Valiokunta on

HE 14/2022 vp

rinnastanut rangaistusluonteiset hallinnolliset seuraamukset asiallisesti rikosoikeudellisiin seuraamuksiin (esimerkiksi PeVL 9/2018 vp, s. 2; PeVL 61/2014 vp; PeVL 28/2014 vp; PeVL 14/2013 vp ja PeVL 32/2005 vp). Perustuslakivaliokunnan käytännössä on katsottu, että vaikka perustuslain 8 §:ssä tarkoitetun rikosoikeudellisen laillisuusperiaatteen asettamat sääntelyn täsmällisyyttä koskevat vaatimukset eivät sellaisenaan kohdistu hallinnollisten seuraamusten sääntelyyn, tarkkuuden yleistä vaatimusta ei voida tällaisen sääntelyn yhteydessä sivuuttaa (esimerkiksi PeVL 9/2018 vp, s. 3; PeVL 39/2017 vp, s. 3; PeVL 2/2017 vp; s. 5; PeVL 15/2016 vp, s. 5; PeVL 10/2016 vp, s. 7 ja PeVL 57/2010 vp, s. 2/II).

Hallinnollisen sanktion määräämisestä ja sen suuruuden perusteista sekä seuraamuksen kohteen oikeusturvasta on perustuslain 2 §:n 3 momentti huomioon ottaen säädettävä riittävän täsmällisesti lailla. Laista tulee perustuslakivaliokunnan vakiintuneen käytännön mukaan käydä nimenomaisesti ilmi, minkä lainsäädännön vastaisista teoista tai laiminlyönneistä voi olla seuraamuksena sanktio. Sanktioitavat teot ja laiminlyönnit on lisäksi laissa luonnehdittava niiden yksilöimiseksi (PeVL 60/2010 vp; PeVL 57/2010 vp; PeVL 11/2009 vp ja PeVL 12/2006 vp). Sanktioista säädettäessä on kiinnitettävä erityistä huomiota sääntelyn tarkkarajaisuuden ohella sanktioiden kohteena olevien oikeusturvaan (PeVL 49/2017 vp). Sanktioluonteisten hallinnollisten seuraamusten tulee perustuslakivaliokunnan vakiintuneen käytännön mukaan täyttää myös sanktioiden oikeasuhtaisuuteen liittyvät vaatimukset (esimerkiksi PeVL 39/2017 vp, s. 3; PeVL 2/2017 vp, s. 5; PeVL 15/2016 vp, s. 5 ja PeVL 28/2014 vp, s. 2/II).

Lakiehdotuksessa on yksilöity ne elinkeinoharjoittajan kuluttajansuojasäännösten vastaiset menettelyt, joiden perusteella seuraamusmaksu tulisi määrättäväksi. Säännösten täsmällisyysvaatimus on huomioitu myös arvioitaessa seuraamusmaksusääntelyn piiriin esitettäviä säännöksiä. Oikeasuhtaisuuden ja hyväksyttävyyden vaatimuksen johdosta keskeinen valintakriteeri seuraamusmaksusääntelyn piiriin esitettävien säännösten osalta on ollut se, miten olennaisena kyseistä sääntelyä voidaan pitää kuluttajansuojan kannalta.

Erityisesti 1. lakiehdotuksen 2 luvun 11 §:n, 6 luvun 12 a §:n sekä 6 a luvun 11 b §:n säännökset ovat merkittäviä kuluttajan kannalta, minkä vuoksi säännöksen vastainen menettely on perusteltua sanktioida seuraamusmaksulla. Myös direktiiveihin perustuvat säännökset ovat kuluttajien kannalta olennaisia, eikä ole perusteita jättää niitä seuraamusmaksusääntelyn ulkopuolelle. Seuraamusmaksun määrääminen on näissä tilanteissa tarkasti rajattu tiettyihin, laissa määriteltyihin tilanteisiin. Seuraamusmaksun määräämisestä, kuten seuraamusmaksun suuruudesta, määräämisessä otettavista seikoista ja määräämättä jättämisestä, säädetään kuluttajaviranomaisen eräistä toimivaltuuksista annetun lain voimassa olevissa säännöksissä. Edellä mainittujen kuluttajansuojalain vastaisten menettelyiden tuomista seuraamusmaksusääntelyn piiriin voidaan pitää oikeasuhtaisena ottaen huomioon seuraamusmaksusääntelyn tavoitteena oleva kuluttajien suojaaminen sekä laissa jo nyt säädettävät sanktion kohteena olevan tahon oikeussuojakeinot.

Kielletyn menettelyn jatkaminen

Seuraamusmaksusääntelyn piiriin ehdotetaan lisättävän myös eräät sellaiset menettelyt, joissa elinkeinoharjoittaja jatkaa lainvoimaisella päätöksellä kiellettyä menettelyä. Tällä ehdotuksella pannaan täytäntöön sopimusehtodirektiivin 8 b artikla ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artikla. Esityksen 3. lakiehdotuksen 16 a §:n mukaan seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinoharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta markkinoinnissa tai asiakassuhteessa jatkaa sellaista kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettua menettelyä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 16 §:n nojalla lainvoimai-

sella päätöksellä kielletty, taikka sellaiselle elinkeinonharjoittajalle, joka kulutushyödykettä tarjotessaan jatkaa sellaisen kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:ssä tarkoitetun sopimusehdon käyttämistä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 2 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty. Sääntely liittyy sellaisiin kuluttajansuojalain 2 ja 3 luvun säännöksiin, joiden rikkomisesta ei suoraan voida määrätä seuraamusmaksua säännösten yleisluontoisuuden vuoksi.

Seuraamusmaksun määrää markkinaoikeus kuluttaja-asiamiehen esityksestä voimassa olevan kuluttajaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 21 §:n 1 momentin mukaisesti. Markkinaoikeus olisi sidottu 3. lakiehdotuksen 16 a §:n mukaisissa tilanteissa joko kuluttaja-asiamiehen tai tuomioistuimen lainvoimaiseen kieltoon tai päätökseen tietyiltä osin.

Perustuslain 3 §:n mukaan tuomiovaltaa käyttävät riippumattomat tuomioistuimet. Ehdotuksella on periaatteellista merkitystä tuomioistuinten riippumattomuuden kannalta, sillä kuluttajaviranomaisen tai tuomioistuimen päätöksellä ei nykyisin ole yleistä tuomioistuinta sitovaa vaikutusta. Ehdotuksessa sitova vaikutus on kuitenkin rajattu koskemaan vain lainvoimaista kuluttaja-asiamiehen tai tuomioistuimen kieltopäätöstä. Seuraamusmaksua koskevan asian ratkaiseminen on siten muilta osin seuraamusmaksua määrävään tuomioistuimen harkintavallan alaisuudessa laissa säädetyin edellytyksin.

Mainittua lainkohtaa ei voida pitää perustuslain 3 §:n kannalta ongelmallisena, koska järjestely on luotu kuluttajien suojaamiseksi ja Omnibus-direktiiviin perustuva sitova vaikutus on selkeästi rajattu ja täsmällinen sekä oikeasuhtainen tavoiteltuun päämäärään nähden. Ehdotettu 16 a § perustuu direktiivien täytäntöönpanoon, eikä siihen liity täytäntöönpanon osalta harkintavaltaa.

Ehdotetun säännöksen mukaan seuraamusmaksu voidaan säännöksessä mainituissa tilanteissa määrätä elinkeinonharjoittajalle, johon kieltopäätös on kohdistunut ja joka on kiellosta huolimatta jatkanut kiellon kohteena ollutta lainvastaista menettelyä. Tilanteessa, jossa kiellon on määrännyt markkinaoikeus, elinkeinonharjoittajalla on mahdollisuus hakea kieltopäätökseen muutosta valittamalla korkeimpaan oikeuteen oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa annetun lain (100/2013) 7 luvun 4.1 §:n mukaisesti. Sen sijaan, jos kiellon on määrännyt kuluttaja-asiamies, kyseiseen päätökseen ei saa hakea muutosta valittamalla. Se, johon kieltö kohdistuu, voi kuitenkin saattaa päätöksen hakemuksella markkinaoikeuden käsiteltäväksi 30 päivän kuluessa sen tiedoksisaannista Kilpailu- ja kuluttajavirastosta annetun lain 10 §:n 2 momentin mukaisesti. Kuluttaja-asiamies voi määrätä kiellon ainoastaan asiassa, joka ei ole lain soveltamisen kannalta huomattava.

Perustuslain 21 §:n mukaan jokaisella on oikeus saada asiansa käsitellyksi asianmukaisesti ja ilman aiheetonta viivytystä lain mukaan toimivaltaisessa tuomioistuimessa tai muussa viranomaisessa sekä oikeus saada oikeuksiaan ja velvollisuuksiaan koskeva päätös tuomioistuimen tai muun riippumattoman lainkäyttöelimen käsiteltäväksi. Kuluttaja-asiamiehen kiellon asianosaisten osalta lakiehdotusta ei ole kuitenkaan pidettävä ongelmallisena perustuslain 21 §:ssä turvattujen oikeuksien kannalta, sillä kiellon kohteella on mahdollisuus saattaa kuluttaja-asiamiehen kieltopäätös markkinaoikeuden käsiteltäväksi. Asianosaisella on siis mahdollisuus saattaa kuluttaja-asiamiehen kieltopäätöksen laillisuus riippumattoman tuomioistuimen tutkittavaksi.

Uhkasakko

Seuraamusmaksun määrääminen 3. lakiehdotuksen 16 a §:ssä tarkoitetuissa tilanteissa voi johtaa siihen, että samalle elinkeinonharjoittajalle määrätään sekä seuraamusmaksu että uhkasakko

maksettavaksi. Voimassa olevan kuluttajansuojalain 2 luvun 16 §:n mukaan elinkeinonharjoittajaa voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta kuluttajansuojalain 2 luvun säännösten tai niiden nojalla annettujen säännösten vastaista menettelyä taikka uudistamasta sellaista tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta. Vastaavat säännökset sisältyvät kuluttajansuojalain 3 luvun 2 §:ään.

Tilanteessa ei ole kuitenkaan vaaraa niin kutsutusta kaksoisrangaistavuudesta, sillä uhkasakkoa ei ole välillisenä hallintopakon keinona pidettävä rangaistusluonteisena seuraamuksena. Uhkasakkomenettelyä, johon kuuluvat uhkasakon asettaminen ja velvoitteen jäätyä noudattamatta uhkasakon tuomitseminen maksettavaksi, ei ole tarkoitettu rangaistuksen luonteisiksi seuraamuksiksi, vaan menettelyn tavoitteena on varmistaa päävelvoitteen noudattaminen ja siten lainmukaisen oikeustilan aikaansaaminen (KHO 2016:96). Siten kaksoisrangaistavuuden kieltö ei estä määräämästä hallinnollista sanktiota muiden hallinnollisten seuraamusten, kuten uhkasakon, ohella.

Lisäksi kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain voimassa olevan 19.3 §:n mukaan seuraamusmaksu voidaan jättää esittämättä tai määräämättä, jos saman rikkomuksen johdosta on määrätty uhkasakko maksettavaksi tai uhkasakon maksuunpanoa koskeva hakemus on vireillä.

Seuraamusmaksun määräämiseen liittyvät täydennykset

Seuraamusmaksun määräämiseen ehdotetaan lisäksi tehtävän eräitä täydennyksiä. Ehdotuksen mukaan kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain 18 §:ään lisättäisiin uusi 5 ja 6 kohta. Ehdotetun 5 kohdan mukaan seuraamusmaksun suuruutta määrättäessä olisi otettava huomioon muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävästä rikkomuksesta elinkeinonharjoittajalle määrätty seuraamus, jos tieto tällaisesta seuraamuksesta on saatavilla yhteistyöasetuksella perustetun mekanismin kautta, sekä ehdotetun 6 kohdan mukaan mahdolliset muut tapauksen olosuhteisiin vaikuttaneet tekijät.

Kuten edellä on todettu, perustuslakivaliokunta on rinnastanut rangaistusluonteiset hallinnolliset seuraamukset asiallisesti rikosoikeudellisiin seuraamuksiin (esimerkiksi PeVL 61/2014 vp; PeVL 28/2014 vp; PeVL 14/2013 vp ja PeVL 32/2005 vp). Rikosoikeudellisissa seuraamuksissa tulee ottaa huomioon niin kutsuttu *ne bis in idem* -kielto eli kaksoisrangaistavuuden kieltö. Lähtökohtaisesti esitetty seuraamusmaksu kuuluu kaksoisrangaistavuuden kiellon piiriin eli sääntelyn tulee estää seuraamusmaksun määrääminen myös tilanteessa, jossa samalle henkilölle on lainvoimaisella päätöksellä määrätty samasta teosta muussa laissa tarkoitettu rangaistusluonteinen hallinnollinen seuraamus.

Ne bis in idem -kielto perustuu Euroopan ihmisoikeussopimuksen 7 lisäpöytäkirjan 4 artiklaan, jonka mukaan ketään ei saa saman valtion tuomiovallan nojalla tutkia uudelleen tai rangaista oikeudenkäynnissä rikoksesta, josta hänet on jo lopullisesti vapautettu tai tuomittu syylliseksi kyseisen valtion lakien ja oikeudenkäyntimenettelyn mukaisesti. Edellisen kappaleen määräykset eivät estä ottamasta juttua uudelleen tutkittavaksi asianomaisen valtion lakien ja oikeudenkäyntimenettelyn mukaisesti, jos on näyttöä uusista tai vasta esiin tulleista tosiseikoista tai jos aiemmassa prosessissa on tapahtunut sellainen perustavaa laatua oleva virhe, joka voisi vaikuttaa lopputulokseen. Lisäksi Euroopan unionin perusoikeuskirjan 50 artikla sisältää kiellon syyttää ja rangaista oikeudenkäynnissä kahdesti samasta rikoksesta. Artiklan mukaan ketään ei saa tutkia uudelleen tai rangaista oikeudenkäynnissä rikoksesta, josta hänet on jo unionissa lopullisesti vapautettu tai tuomittu syylliseksi lain mukaisesti.

Toisen jäsenvaltion määräämä sanktio ei kuitenkaan estä Suomessa seuraamusmaksun määräämistä, mutta Omnibus-direktiivin mukaan muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävästä rikkomuksesta elinkeinonharjoittajalle määrätty seuraamus on tiettyjen edellytysten täytyessä otettava huomioon seuraamusmaksun määräämisessä. Seuraamusmaksupäätöksiä osalta ei ole yleisesti säädetty näiden tunnustamisesta muissa jäsenvaltioissa.

Edellä esitetyistä syistä lakiehdotukset täyttävät perustuslain asettamat vaatimukset, ja lakiehdotukset voidaan käsitellä tavallisessa lainsäätämisyksessä.

11.3 Kuluttajansuojalain 5 a luvun säännösten soveltaminen ennen lain voimaantuloa tehtyihin sopimuksiin

Esityksen 7. lakiehdotuksen mukaan 1.1.2022 voimaan tulleita kuluttajansuojalain 5 a luvun säännöksiä sovellettaisiin pääosin myös ennen 1.1.2022 tehtyihin sopimuksiin, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan lain voimaantulon jälkeen. Sääntelyllä puututtaisiin siis tietyiltä osin myös olemassa oleviin sopimuksiin. Kuten edellä on todettu, sopimusvapaudesta ja sopimussuhteiden pysyvyydestä ei ole nimenomaisesti säädetty perustuslaissa, mutta sopimusvapaus saa 11.1 jaksossa todetun mukaisesti suojaa tietyssä määrin omaisuudensuojaa turvaavan yleislausekkeen kautta, jonka on katsottu jossain määrin turvaavan myös sopimussuhteiden pysyvyyttä.

Kielto puuttua taannehtivasti sopimussuhteisiin ei ole perustuslakivaliokunnan käytännössä muodostunut ehdottomaksi (PeVL 42/2006 vp, s. 4, PeVL 63/2002 vp, s. 2, PeVL 37/1998 vp, s. 2, PeVL 34/1998 vp, s. 2, PeVL 33/1998 vp, s. 2). Valiokunnan käytännössä on katsottu, että oikeus luottaa sopimussuhteen kannalta olennaisia oikeuksia ja velvollisuuksia sääntelevän lainsäädännön pysyvyyteen kuuluu perusteltujen odotusten suojaan niin, että oikeuksia tai velvollisuuksia ei voida säännellä tavalla, joka kohtuuttomasti heikentäisi sopimusosapuolten oikeusasemaa (PeVL 42/2006 vp, s. 4, PeVL 21/2004 vp, s. 3).

Sääntelyn oikeasuhtaisuuden ja hyväksyttävyyden kannalta merkityksellisenä on pidettävä sitä, että sääntely koskee digitaalisen sisällön tai palvelun toimittamista sekä digitaalisen sisällön tai palvelun virhettä ja sen seuraamuksia. Vaikka nämä ovat seikkoja, joista ei digitaalisen sisällön tai palvelun osalta ole aiemmin ollut nimenomaista sääntelyä, viivästys- tai virhetilanteessa sovellettavaksi tulevat yleiset sopimusoikeudelliset periaatteet johtaisivat kuitenkin monilta osin samansuuntaiseen lopputulokseen kuin 5 a luvun säännökset. Sääntely merkitsisi siis monilta osin vain oikeustilan selkiyttämistä viivästys- ja virhetilanteissa. Siltäkin osin kuin sääntely on täysin uutta, muutoksen käytännön merkitystä vähentää se, että edellä todetun mukaisesti on tavanomaista, että samaa digitaalisen sisällön tai palvelun kokonaisuutta tarjotaan lähtökohtaisesti kaikille yhtäläisen sopimuksen tehneille kuluttajille riippumatta siitä, milloin sopimus on tehty. Näin ollen on oletettavaa, että uudet säännökset on jo monilta osin huomioitu myös ennen 1.1.2022 tehdyissä sopimuksissa. Toisaalta huomionarvoista on myös, ettei sääntelyllä puututtaisi lainkaan ennen lain soveltamisen alkamista toimitettuun digitaaliseen sisältöön tai palveluun.

Joka tapauksessa Euroopan unionin tuomioistuimen vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan unionin lainsäädäntö on ensisijaista suhteessa kansallisiin säännöksiin oikeuskäytännössä määriteltujen edellytysten mukaisesti (ks. esim. PeVL 12/2019 vp, s. 4, PeVL 14/2018 vp, s. 13 ja PeVL 20/2017 vp, s. 6). Suomalaisessa lainsäädännössä ei tule pyrkiä EU-oikeuden kanssa ristiriidassa oleviin ratkaisuihin (PeVL 12/2019 vp, s. 4, PeVL 15/2018 vp, s. 49, PeVL 14/2018 vp, s. 13, PeVL 26/2017 vp, s. 42). Perustuslakivaliokunta on erityisesti perusoikeuksien kannalta merkityksellisen EU-sääntelyn täytäntöönpanon liittyvässä käytännössään painottanut, että siltä osin kuin asiaan liittyy kansallista liikkumavaraa, siitä on tehtävä selkoa hallituksen

HE 14/2022 vp

esityksessä (PeVL 1/2018 vp, s. 3, PeVL 26/2017 vp, s. 42, PeVL 2/2017 vp, s. 2, PeVL 44/2016 vp, s. 4). Ehdotuksessa on kyse välttämättömästä digisopimusdirektiivin täytäntöönpanoon liittyvästä muutoksesta, johon ei liity kansallista liikkumavaraa.

Ponsi

Koska Omnibus-direktiivissä on säännöksiä, jotka ehdotetaan pantaviksi täytäntöön lailla, annetaan eduskunnan hyväksyttäväksi seuraavat lakiehdotukset:

1.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

muutetaan kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 6 §:n 2 momentin 9 kohta, 8 §:n 5 kohta, 8 a §:n 1 momentin 6 ja 8 kohta sekä 2 momentin 5 ja 8 kohta, 11 ja 19 a §, 6 luvun 4 §:n 1 momentti, 8 §:n 3 kohta, 9 §:n 1 momentin 4, 6, 14 ja 20 kohta, 13 §:n 3 momentti, 13 a ja 15 §, 16 §:n 1 momentin 1 ja 11 kohta, 24 §:n 2 momentin 1 kohta ja 25 §:n 2 momentti sekä 6 a luvun 19 §,

sellaisina kuin ne ovat, 2 luvun 6 §:n 2 momentin 9 kohta sekä 11 § laissa 561/2008, 2 luvun 8 §:n 5 kohta, 8 a §:n 1 momentin 6 ja 8 kohta sekä 2 momentin 5 ja 8 kohta, 6 luvun 8 §:n 3 kohta, 9 §:n 1 momentin 4, 6, 14 ja 20 kohta, 13 §:n 3 momentti, 15 §, 16 §:n 1 momentin 1 ja 11 kohta sekä 24 §:n 2 momentin 1 kohta laissa 1211/2013, 2 luvun 19 a §, 6 luvun 13 a § ja 25 §:n 2 momentti sekä 6 a luvun 19 § laissa 572/2020 sekä 6 luvun 4 §:n 1 momentti laissa 902/2017, sekä

lisätään 1 luvun 2 §:ään uusi 2 momentti, 2 luvun 6 §:n 2 momenttiin, sellaisena kuin se on laissa 561/2008, uusi 10 kohta, 2 luvun 8 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 2 momentti, 2 lukuun uusi 8 d, 8 e ja 15 a §, 6 luvun 4 §:ään, sellaisena kuin se on laeissa 1211/2013 ja 902/2017, uusi 3 momentti, 6 luvun 8 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 4–6 kohta, 6 lukuun uusi 9 a ja 12 a §, 6 luvun 16 §:n 1 momenttiin, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 12 kohta ja 6 luvun 16 §:ään, sellaisena kuin se on laeissa 1211/2013 ja 572/2020, uusi 3 momentti, 6 lukuun uusi 17 a § sekä 6 luvun 24 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 3 momentti, 6 a luvun 2 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 29/2005, uusi 3 momentti sekä 6 a lukuun uusi 11 b § seuraavasti:

1 luku

Yleiset säännökset

2 §

Tämän lain 3, 4 ja 6 luvun säännöksiä sovelletaan myös sellaisiin kulutushyödykkeitä koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, paitsi jos elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan kulutushyödykkeen toimittamiseksi tai täyttääkseen itseään koskevat lakisääteiset vaatimukset. Lain 2 luvun säännöksiä sovelletaan kulutushyödykkeiden tarjontaan, myyntiin ja muuhun markkinointiin myös silloin, kun elinkeinonharjoittajan tarkoituksena on, että kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja, eikä elinkeinonharjoittaja käsittele saatavia henkilötietoja yksinomaan edellä tässä momentissa mainittuja tarkoituksia varten. Lain 5 a luvun säännösten soveltamisesta sellaisiin digitaalista sisältöä ja digitaalista palvelua koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, säädetään mainitussa luvussa.

2 luku

Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa

6 §

Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja

Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea erityisesti:

- 9) kuluttajan oikeuksia, velvollisuuksia ja riskejä;
- 10) tavaran samanlaisuutta toisissa jäsenvaltioissa markkinoitavan tavaran kanssa, vaikka markkinoitava tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, ellei tämä ole oikeutettujen syiden vuoksi perusteltua.

8 §

Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä

Tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi:

- 5) maksua, toimitusta ja sopimuksen täyttämistä koskevat käytännöt, jos ne poikkeavat siitä, mitä kuluttajilla on yleensä aihetta olettaa;
-

Tarjottaessa verkossa toimivalla markkinapaikalla yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on lisäksi käytävä ilmi, onko hyödykkeen tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho.

8 a §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Sen lisäksi, mitä muualla laissa säädetään tiedonantovelvollisuudesta, elinkeinonharjoittajan on muussa kuin kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynnissä ennen kulutushyödykesopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle selkeästi ja ymmärrettävästi seuraavat tiedot, elleivät nämä tiedot ilmene muutoin asiayhteydestä:

- 6) maininta tavaroita sekä digitaalisia sisältöjä ja palveluja koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta sekä tarvittaessa maininta kaupanteon jälkeisten palvelujen ja takuun saatavuudesta ja ehdoista;
-

- 8) tarvittaessa digitaalisia elementtejä sisältävän tavaran sekä digitaalisen sisällön ja palvelun toimivuus, mukaan lukien sovellettava tekninen suojaus, sekä tällaisen hyödykkeen yhteensopivuus ja yhteentoimivuus siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta:

- 5) asumisoikeusasunnoista annetussa laissa (393/2021) tarkoitettuun asumisoikeuden luovuttamista koskevaan sopimukseen;
-

8) matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa (901/2017) tarkoitettuun matkapakettiin;

8 d §

Velvollisuus pitää saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista

Jos kuluttajalle annetaan mahdollisuus etsiä eri elinkeinonharjoittajien tai yksityishenkilöiden tarjoamia kulutushyödykkeitä hakusanan, lausekkeen tai muun syöttötiedon muodossa tehdyn haun perusteella, kuluttajan saatavilla on pidettävä tieto keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien hyödykkeiden järjestyksen, sekä tieto näiden keskeisten muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Näiden tietojen on oltava saatavilla suoraan hakutulosten esittämissivulta ja helposti saatavilla olevassa verkkorajapinnan osiossa.

Tätä pykälää ei sovelleta oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämisestä verkossa toimivien välityspalvelujen yritysikäyttäjiä varten annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2019/1150 2 artiklan 6 alakohdassa tarkoitettuihin verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajiin.

8 e §

Velvollisuus antaa tietoa kuluttaja-arvosteluista

Jos elinkeinonharjoittaja asettaa kuluttajan saataville kulutushyödykettä koskevia kuluttaja-arvosteluja, kuluttajalle on annettava tieto siitä, onko elinkeinonharjoittaja varmistanut julkaisujen arvostelujen olevan peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, ja mahdollinen tieto siitä, miten elinkeinonharjoittaja on tämän varmistanut.

11 §

Tavaroita koskevat hinnanalennusilmoitukset

Markkinoitaessa tavaraa alennuksella tai alennettuun hintaan markkinoinnissa on ilmoitettava myös alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Jos yhtäjaksoisessa enintään 60 päivää kestäneessä markkinointikampanjassa hinnanalennus suurenee asteittain, alimpana hintana voidaan ilmoittaa alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu ensimmäistä hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana.

Mitä 1 momentissa säädetään, ei sovelleta nopeasti pilaantuviin elintarvikkeisiin.

15 a §

Seuraamukset markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta

Jos elinkeinonharjoittaja on käyttänyt tämän luvun säännöksissä tarkoitettua sopimatonta menettelyä taikka 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelyä ja menettelyn voidaan olettaa vaikuttaneen kuluttajan tekemään ostopäätökseen, kuluttajalla on oikeus vaatia elinkeinonharjoittajan menettelyyn nähden kohtuullista hinnanalennusta.

Elinkeinonharjoittaja, joka tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö 1 §:ssä tarkoitettua sopimattoman menettelyn kieltoa tai 4–8, 8 d, 8 e tai 9 §:n säännöksiä, on velvollinen korvaamaan kuluttajalle tästä aiheutuneen vahingon. Samoin elinkeinonharjoittaja on velvollinen korvaamaan vahingon, joka on aiheutunut siitä, että elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta käyttänyt 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelytapaa.

19 a §

Seuraamusmaksu markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 1, 4–8, 8 a, 8 d, 8 e, 9 ja 10 §:n, 10 a §:n 1 momentin, 11 ja 12 §:n sekä 14 §:n 1 momentin säännösten sekä 15 §:n nojalla annettujen säännösten rikkomisen johdosta määrätävistä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa (566/2020).

6 luku

Kotimyynti ja etämyynti

4 §

Säännösten soveltaminen eräisiin palveluihin

Matkustajaliikenteen palveluja koskeviin sopimuksiin ja matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa tarkoitettuihin matkapaketteihin sovelletaan vain 12 §:n 2 ja 3 momenttia sekä 12 a ja 25 §:ää.

Jos kyse on sopimuksesta, joka koskee sähköisen viestinnän palveluista annetussa laissa tarkoitettuja viestintäpalveluja, 12 a §:ää ei sovelleta.

8 §

Muut määritelmät

Tässä luvussa tarkoitetaan:

3) *digitaalisen sisällön toimittamisella sähköisesti* digitaalisessa muodossa tuotetun ja toimitetun tiedon toimittamista lataamalla, suoratoistona tai muulla vastaavalla tavalla;

4) *verkossa toimivalla markkinapaikalla* palvelua, jossa tarjotaan kuluttajalle mahdollisuutta tehdä etäsopimuksia muiden elinkeinonharjoittajien kuin markkinapaikan tarjoajan kanssa taikka yksityishenkilöiden kanssa ja jossa hyödynnetään markkinapaikan tarjoajan käyttämää tai hänen puolestaan käytettyä verkkosivustoa, sovellusta tai muuta ohjelmaa tai sen osaa;

5) *verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalla* elinkeinonharjoittajaa, joka tarjoaa kuluttajille verkossa toimivan markkinapaikan;

6) *järjestyksellä* suhteellista sijoitusta, jonka elinkeinonharjoittaja antaa kulutushyödykkeille esitellessään tai järjestäessään niitä tai antaessaan niistä tietoa kuluttajalle.

9 §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä kuluttajalle on annettava seuraavat tiedot:

4) elinkeinonharjoittajan puhelinnumero ja sähköpostiosoite sekä tarvittaessa tieto sellaisesta sähköisestä viestintäkeinosta, jolla kuluttaja voi olla nopeasti ja tehokkaasti yhteydessä elinkeinonharjoittajaan ja joka mahdollistaa sen, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa elinkeinonharjoittajan kanssa käymänsä viestinvaihdon muuttumattomana;

6) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet sekä tarvittaessa tieto siitä, että hinta on määritelty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella;

14) maininta tavaroiden sekä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden lakisäateisistä virhevastuusta;

20) tarvittaessa digitaalisia elementtejä sisältävän tavaran sekä digitaalisen sisällön ja palvelun toimivuus, mukaan lukien sovellettava tekninen suojaus sekä tällaisen kulutushyödykkeen yhteensopivuus ja yhteentoimivuus siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän;

9 a §

Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tiedonantovelvollisuus

Jos sopimus tehdään verkossa toimivalla markkinapaikalla, markkinapaikan tarjoajan on ennen sopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle selvällä, ymmärrettävällä ja etäviestimeen soveltuvalla tavalla seuraavat tiedot:

- 1) 2 luvun 8 d §:n 1 momentissa tarkoitettut tiedot;
- 2) tieto siitä, onko kulutushyödykkeitä tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho, ja jos kolmas taho ei ole elinkeinonharjoittaja, tieto siitä, että kuluttajansuojalainsäädäntöön perustuvia oikeuksia ei sovelleta;
- 3) tarvittaessa tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat kulutushyödykkeen tarjoavan kolmannen tahon ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä.

12 a §

Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta kulutushyödykettä ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle. Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sido kuluttajaa eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos hän ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa eikä hä-

nellä ole velvollisuutta maksaa hyödykettä eikä palauttaa tai säilyttää sitä. Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitetun ilmoituksen.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta, jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä.

13 §

Tietojen vahvistaminen

Jos digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, vahvistuksen tulee sisältää myös kuluttajan 15 §:n 2 momentissa tarkoitettu ennakkosuostumus ja hyväksyntä peruuttamisoikeuden menettämisestä.

13 a §

Todistustaakka tietojen antamista koskevien velvoitteiden täyttämisestä

Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että se on täyttänyt 9, 9 a, 10–12 ja 13 §:n mukaiset velvoitteensa.

15 §

Palvelun suorittaminen ennen peruuttamisajan päättymistä

Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus, muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä edellyttäen, että kuluttaja on tehnyt tätä koskevan nimenomaisen pyynnön ja antanut hyväksyntänsä sille, että hänellä ei ole enää peruuttamisoikeutta sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Kotimyynnissä pyyntö on tehtävä pysyvällä tavalla.

Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus, digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisoikeuden voimassaoloaikana, ja antanut hyväksyntänsä sille, että hän näin menettää peruuttamisoikeutensa. Elinkeinonharjoittajan on toimitettava vahvistus kuluttajan nimenomaisesta ennakkosuostumuksesta ja hyväksynnästä 13 §:ssä tarkoitettulla tavalla.

16 §

Peruuttamisoikeuden rajoitukset

Jollei toisin sovita, kuluttajalla ei ole 14 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos:

1) palvelu on kokonaan suoritettu ja, jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle, sopimuksen täyttäminen on alkanut kuluttajan tehtyä 15 §:n 1 momentissa tarkoitetun pyynnön ja annettua hyväksyntänsä sille, että hän menettää peruuttamisoikeutensa, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan;

11) sopimus koskee majoituksen tarjoamista muuhun kuin asumistarkoitukseen, tavaroiden kuljetusta, autonvuokrauspalvelua, ravintolapalvelua tai vapaa-ajanpalvelua ja sopimuksessa edellytetään suoritusta määrättyinä ajankohtana tai määrätyn ajan kuluessa;

12) digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on alkanut ja, jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle:

a) kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisaikana;

b) ilmaissut hyväksyvänsä, että peruuttamisoikeus puuttuu tällaisessa tapauksessa; ja

c) elinkeinonharjoittaja on toimittanut kuluttajalle 13 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen.

Kuluttajalla on 1 momentin 1 ja 3 kohdassa säädetyn estämättä 14 §:n mukainen peruuttamisoikeus kotimyyntissä, jos sopimus on tehty elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä.

17 a §

Osapuolten oikeudet ja velvollisuudet kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen

Jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen tulee pidättäytyä käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua ja saattamasta sitä kolmansien osapuolten saataville. Peruutettaessa sopimus elinkeinonharjoittajalla on oikeus estää kuluttajan pääsy digitaaliseen sisältöön tai palveluun, sulkea tämän käyttäjätili tai muulla tavoin estää kuluttajaa käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua siltä osin kuin 3 momentista ei johdu muuta.

Elinkeinonharjoittajan on pidättäydyttävä käyttämästä sellaista sisältöä, jonka kuluttaja on luonut tai luovuttanut digitaalista sisältöä tai palvelua käyttäessään, paitsi jos:

1) kyseinen sisältö ei ole käyttökelpoista muutoin kuin elinkeinonharjoittajan toimittaman digitaalisen sisällön tai palvelun yhteydessä;

2) kyseinen sisältö liittyy yksinomaan kuluttajan toimintaan elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua käytettäessä;

3) elinkeinonharjoittaja on yhdistänyt sisällön muihin tietoihin, joista sitä ei voi erottaa tai sen erottaminen aiheuttaisi kohtuutonta vaivaa; tai

4) kuluttaja on luonut sisällön yhdessä muiden kuluttajien kanssa ja muut kuluttajat voivat edelleen käyttää kyseistä sisältöä.

Muissa kuin 2 momentin 1–3 kohdassa tarkoitetuissa tapauksissa elinkeinonharjoittajan on kuluttajan pyynnöstä annettava kuluttajan saataville kaikki sisältö, jonka tämä on luonut tai luovuttanut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua. Pyyntö on toteutettava maksutta, kohtuullisessa ajassa sekä yleisesti käytetyssä ja koneellisesti luettavassa tallennusmuodossa.

Mitä 2 ja 3 momentissa säädetään, ei koske henkilötietoja. Henkilötietojen käytöstä säädetään luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/746/EY kumoamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa (EU) 2016/679 (yleinen tietosuojasetus).

24 §

Seuraamukset eräiden luvun säännösten rikkomisesta

Jos kyse on sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevasta sopimuksesta, kuluttajalla ei ole velvollisuutta maksaa kokonaan tai osittain suoritetusta palvelusta, jos:

1) digitaalisen sisällön toimittaminen on aloitettu peruuttamisaikana ilman 15 §:n 2 momentissa tarkoitettua kuluttajan nimenomaista ennakkosuostumusta tai hyväksyntää;

Jos elinkeinonharjoittaja on kotimyynnissä laiminlyönyt antaa kuluttajalle 9 §:n 1 momentin 13 kohdassa tarkoitettut tiedot 11 §:ssä säädetyllä tavalla ennen sopimuksen tekemistä, sopimus ei sido kuluttajaa. Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle 12 kuukauden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavarain tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut.

25 §

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 9 a §:n, 10–13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin, 17 §:n 2–4 momentin sekä 17 a §:n 1–3 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

6 a luku

Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti

2 §

Säännösten soveltamisen rajoitukset eräissä tapauksissa

Tämän lain 7 tai 7 a luvun soveltamisalaan kuuluvaan kuluttajaluottoon ei sovelleta 11 b §:ää.

11 b §

Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta rahoituspalvelua ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle. Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sido kuluttajaa eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, suorituksen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset.

Kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos tämä ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa, jos hän

ilmoittaa siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitetun ilmoituksen.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta, jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä.

19 §

Seuraamusmaksu rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevien säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 5–10 §:n, 11 §:n 1 ja 2 momentin, 11 b §:n, 12 §:n 1 momentin ja 16 §:n 2 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 . Sen 6 luvun 4 §:n 1 ja 3 momentti ja 12 a § sekä 6 a luvun 2 §:n 3 momentti, 11 b ja 19 § tulevat kuitenkin voimaan vasta 1 päivänä joulukuuta 2022.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyyn sopimukseen ja sitoumukseen sovelletaan tämän lain voimaan tullessa voimassa olleita säännöksiä.

2.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain 6 luvun 25 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain (/) 6 luvun 25 §:n 2 momentti seuraavasti:

25 §

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 9 a §:n, 10–12 §:n, 12 a §:n, 13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin, 17 §:n 2–4 momentin sekä 17 a §:n 1–3 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

3.

Laki

kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain (566/2020) 13 §:n 1 momentin 1–3 kohta, 15 §:n 5 kohta, 16 §:n 1 momentin 1 ja 2 kohta sekä 18 §:n 1 momentin 4 kohta ja 2 momentti sekä
lisätään 15 §:ään uusi 6 kohta, lakiin uusi 16 a § sekä 18 §:n 1 momenttiin uusi 5 ja 6 kohta seuraavasti:

13 §

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

1) 2 luvun 4 §:n mukaista vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menettelyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaista velvollisuutta pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 11 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa tavaraa koskevassa hinnanalennusilmoituksessa hinnanalennusta edeltävä alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu, 12 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasioinnissa mainitun säännöksen vastaista palvelua;

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistamisesta, 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritusten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia tai 17 a §:n 1–3 momentin mukaisia velvollisuuksia kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen;

3) 6 a luvun 11 §:n 1 tai 2 momentin mukaista velvollisuutta toimittaa ennakkotiedot ja sopimusehdot kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, 11 b §:n säännöksiä kirjallisesta vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä tai 16 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden suorituksen palauttamiseen;

15 §

Seuraamusmaksu eräiden muiden kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta:

5) rikkoo perusteettomien maarajoitusten ja muiden asiakkaan kansallisuuteen tai asuin- tai sijoittautumispaikkaan perustuvien syrjinnän muotojen torjumisesta sisämarkkinoilla ja asetusten (EY) N:o 2006/2004 ja (EU) 2017/2394 sekä direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2018/302 3 artiklan 1 tai 2 kohdan mukaista

kieltoa estää tai rajoittaa asiakkaan pääsyä verkkorajapintoihin, 4 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa tavariin tai palveluihin erilaisia yleisiä käyttöehtoja tai 5 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa maksutapahtumiin erilaisia ehtoja;

6) rikkoo maksupalvelulain (290/2010) 60 §:n 2 momentin säännöksiä maksuvälineen käytämisestä perittävistä maksuista.

16 §

Seuraamusmaksu tietojen antamista koskevien säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain:

1) 2 luvun 8 §:ää tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä, 8 a §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen sopimuksen tekemistä muussa kuin koti- ja etämyynissä, 8 d §:n mukaista velvollisuutta pitää saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista tai 8 e §:n mukaista velvollisuutta antaa tietoa kuluttaja-arvosteluista;

2) 6 luvun 9 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä siten kuin mainitun pykälän 3 momentin nojalla annetuissa säännöksissä tarkemmin säädetään, 9 a §:n mukaista tiedonantovelvollisuutta tai 10 §:n mukaista velvollisuutta antaa kuluttajalle eräitä muita tietoja;

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö:

1) maksupalvelulain 10–15 §:n säännöksiä tietojen antamisesta, 22 §:n säännöksiä erillistä maksutapahtumaa koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista tai 25 a §:ää erillisestä maksutoimeksiannon käynnistämistä koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista;

16 a §

Seuraamusmaksu kielletyn menettelyn käyttämisestä

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta:

1) markkinoinnissa tai asiakassuhteessa jatkaa sellaista kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettua menettelyä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 16 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty;

2) kulutushyödykettä tarjotessaan jatkaa sellaisen kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:ssä tarkoitetun sopimusehdon käyttämistä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 2 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty.

18 §

Seuraamusmaksun suuruus

Seuraamusmaksun suuruus perustuu kokonaisarviointiin, ja sitä määrättäessä otetaan huomioon:

4) elinkeinonharjoittajan mahdolliset aiemmat kuluttajansuojasäännöksiin liittyvät rikkomukset;

5) muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävästä rikkomuksesta elinkeinonharjoittajalle määrätty seuraamus, jos tieto tällaisesta seuraamuksesta on saatavilla yhteistyöasetuksella perustetun mekanismin kautta;

6) mahdolliset muut kuin 1–5 kohdassa tarkoitettujen tapauksen olosuhteisiin vaikuttaneet tekijät.

Elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään neljä prosenttia kyseisen rikkomuksen päättymistä edeltäneen vuoden liikevaihdosta. Jos tilinpäätös ei ole seuraamusmaksua määrättäessä vielä valmistunut tai jos liiketoiminta on vasta aloitettu eikä tilinpäätöstä ole saatavissa, liikevaihto voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella. Jos kyseessä on rikkomus, johon on kohdistettava yhteistyöasetuksen 21 artiklan mukaisesti koordinoituja täytäntöönpanotoimia eivätkä tiedot elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta ole saatavilla, elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään kaksi miljoonaa euroa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 . Sen 13 §:n 1 momentin 3 kohta tulee kuitenkin voimaan vasta 1 päivänä joulukuuta 2022.

4.

Laki

kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain 13 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain (/) 13 §:n 1 momentin 2 kohta seuraavasti:

13 §

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyyntissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyyntissä, 12 a §:n säännöksiä kirjallisesta vahvistusmenettelystä puhelinmyyntissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistamisesta, 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritusten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia tai 17 a §:n 1–3 momentin mukaisia velvollisuuksia kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen;

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

5.

Laki

sähkömarkkinalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään sähkömarkkinalain (588/2013) 87 §:ään, sellaisena kuin se on osaksi laissa 108/2019, uusi 3 momentti, jolloin nykyinen 3 momentti siirtyy 4 momentiksi sekä 88 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1212/2013, uusi 5 momentti seuraavasti:

87 §

Sopimuksen tekeminen

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta 1 tai 2 momentissa tarkoitettua sopimusta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

88 §

Vahvistusilmoitus

Mitä 3 ja 4 momentissa säädetään, ei sovelleta sopimukseen, jos sitä tehtäessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

6.

Laki

maakaasumarkkinalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan maakaasumarkkinalain (587/2017) 71 §:n 1 momentti ja 72 §:n 1 momentti seuraavasti:

71 §

Maakaasuverkkosopimuksen tekeminen

Maakaasuverkkosopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasuverkkosopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii. Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasuverkkosopimusta kuluttajalle puhelimesta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

72 §

Maakaasun myyntisopimuksen tekeminen

Maakaasun myyntisopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasun myyntisopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii. Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasun myyntisopimusta kuluttajalle puhelimesta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

7.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain (1242/2021) voimaantulosäännökseen uusi 3 momentti seuraavasti:

Lain 5 a luvun säännöksiä sovelletaan kuitenkin 27 §:ää lukuun ottamatta myös ennen 1 päivää tammikuuta 2022 tehtyyn sopimukseen, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toimitetaan kuluttajalle 28 päivästä toukokuuta 2022 lukien.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Helsingissä 17.2.2022

Pääministeri

Sanna Marin

Oikeusministeri Anna-Maja Henriksson

1.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

muutetaan kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 6 §:n 2 momentin 9 kohta, 8 §:n 5 kohta, 8 a §:n 1 momentin 6 ja 8 kohta sekä 2 momentin 5 ja 8 kohta, 11 ja 19 a §, 6 luvun 4 §:n 1 momentti, 8 §:n 3 kohta, 9 §:n 1 momentin 4, 6, 14 ja 20 kohta, 13 §:n 3 momentti, 13 a ja 15 §, 16 §:n 1 momentin 1 ja 11 kohta, 24 §:n 2 momentin 1 kohta ja 25 §:n 2 momentti sekä 6 a luvun 19 §,

sellaisina kuin ne ovat, 2 luvun 6 §:n 2 momentin 9 kohta sekä 11 § laissa 561/2008, 2 luvun 8 §:n 5 kohta, 8 a §:n 1 momentin 6 ja 8 kohta sekä 2 momentin 5 ja 8 kohta, 6 luvun 8 §:n 3 kohta, 9 §:n 1 momentin 4, 6, 14 ja 20 kohta, 13 §:n 3 momentti, 15 §, 16 §:n 1 momentin 1 ja 11 kohta sekä 24 §:n 2 momentin 1 kohta laissa 1211/2013, 2 luvun 19 a §, 6 luvun 13 a § ja 25 §:n 2 momentti sekä 6 a luvun 19 § laissa 572/2020 sekä 6 luvun 4 §:n 1 momentti laissa 902/2017, sekä

lisätään 1 luvun 2 §:ään uusi 2 momentti, 2 luvun 6 §:n 2 momenttiin, sellaisena kuin se on laissa 561/2008, uusi 10 kohta, 2 luvun 8 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 2 momentti, 2 lukuun uusi 8 d, 8 e ja 15 a §, 6 luvun 4 §:ään, sellaisena kuin se on laeissa 1211/2013 ja 902/2017, uusi 3 momentti, 6 luvun 8 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 4–6 kohta, 6 lukuun uusi 9 a ja 12 a §, 6 luvun 16 §:n 1 momenttiin, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 12 kohta ja 6 luvun 16 §:ään, sellaisena kuin se on laeissa 1211/2013 ja 572/2020, uusi 3 momentti, 6 lukuun uusi 17 a § sekä 6 luvun 24 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1211/2013, uusi 3 momentti, 6 a luvun 2 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 29/2005, uusi 3 momentti sekä 6 a lukuun uusi 11 b § seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

1 luku

1 luku

Yleiset säännökset

Yleiset säännökset

2 §

Mitä tässä laissa säädetään kaupasta on sovellettava myös vaihtoon.

2 §

Mitä tässä laissa säädetään kaupasta on sovellettava myös vaihtoon.

Tämän lain 3, 4 ja 6 luvun säännöksiä sovelletaan myös sellaisiin kulutushyödykkeitä koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, paitsi jos elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajan luovuttamia henkilötietoja yksinomaan kulutushyödykkeen toimittamiseksi tai täyttääkseen itseään koskevat lakisääteiset vaatimukset. Lain 2 luvun säännöksiä sovelletaan kulutushyödykkeiden tarjontaan, myyntiin ja muuhun markkinointiin myös silloin, kun elinkeinonharjoittajan tarkoituksena on, että kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan henkilötietoja, eikä elinkeinonharjoittaja käsittele saatavia henkilötietoja yksinomaan edellä tässä momentissa mainittuja tarkoituksia varten. Lain 5 a luvun säännösten soveltamisesta sellaisiin digitaalista sisältöä ja digitaalista palvelua koskeviin sopimuksiin, joiden nojalla kuluttaja luovuttaa tai sitoutuu luovuttamaan elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja, säädetään mainitussa luvussa.

2 luku

2 luku

Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa

Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa

6 §

Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja

Markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.

6 §

Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja

Markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.

Voimassa oleva laki

Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea erityisesti:

- 1) kulutushyödykkeen olemassaoloa, saatavuutta, lajia, laatua, määrää ja muita keskeisiä ominaisuuksia;
- 2) kulutushyödykkeen alkuperää, valmistustapaa ja -aikaa, käyttöä ja käytön vaikutuksia sekä hyödykkeelle tehtyjen testien tuloksia;
- 3) kulutushyödykkeen hintaa tai sen määrittymisen perusteita, erityistä hintaetua ja maksuehtoja;
- 4) kulutushyödykkeen toimitusaikaa ja muita toimitusehtoja;
- 5) myyntimenettelyn luonnetta, asiakaspalvelua sopimuksen teon jälkeen ja asiakasvalitusten käsittelyä;
- 6) huollon, korjausten ja varaosien tarvetta ja saatavuutta;
- 7) elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajansa henkilöllisyyttä, yhteystietoja, ominaisuuksia ja asemaa markkinoilla sekä heidän saamiensa palkintoja ja tunnustuksia;
- 8) elinkeinonharjoittajan oikeuksia ja velvollisuuksia, mukaan lukien sitoumusta noudattaa käytäntöihin sisältyviä velvoitteita;
- 9) kuluttajan oikeuksia, velvollisuuksia ja riskejä.

Ehdotus

Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea erityisesti:

- 1) kulutushyödykkeen olemassaoloa, saatavuutta, lajia, laatua, määrää ja muita keskeisiä ominaisuuksia;
- 2) kulutushyödykkeen alkuperää, valmistustapaa ja -aikaa, käyttöä ja käytön vaikutuksia sekä hyödykkeelle tehtyjen testien tuloksia;
- 3) kulutushyödykkeen hintaa tai sen määrittymisen perusteita, erityistä hintaetua ja maksuehtoja;
- 4) kulutushyödykkeen toimitusaikaa ja muita toimitusehtoja;
- 5) myyntimenettelyn luonnetta, asiakaspalvelua sopimuksen teon jälkeen ja asiakasvalitusten käsittelyä;
- 6) huollon, korjausten ja varaosien tarvetta ja saatavuutta;
- 7) elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajansa henkilöllisyyttä, yhteystietoja, ominaisuuksia ja asemaa markkinoilla sekä heidän saamiensa palkintoja ja tunnustuksia;
- 8) elinkeinonharjoittajan oikeuksia ja velvollisuuksia, mukaan lukien sitoumusta noudattaa käytäntöihin sisältyviä velvoitteita;
- 9) kuluttajan oikeuksia, velvollisuuksia ja riskejä;
- 10) *tavaran samanlaisuutta toisissa jäsenvaltioissa markkinoitavan tavaran kanssa, vaikka markkinoitava tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, ellei tämä ole oikeutettujen syiden vuoksi perusteltua.*

Voimassa oleva laki

8 §

Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä

Tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, samat tiedot hänen päämiehestään;

3) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroneen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet;

4) tarvittaessa kokonaishintaan sisältymättömät toimituskulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia kuluja voi aiheutua;

5) maksua, toimitusta, sopimuksen täyttämistä ja *asiakasvalituksia* koskevat käytännöt, jos ne poikkeavat siitä, mitä kuluttajilla on yleensä aihetta olettaa;

6) mahdollinen oikeus peruuttaa tai irtisanoa sopimus.

Ehdotus

8 §

Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä

Tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, samat tiedot hänen päämiehestään;

3) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroneen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet;

4) tarvittaessa kokonaishintaan sisältymättömät toimituskulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia kuluja voi aiheutua;

5) maksua, toimitusta ja sopimuksen täyttämistä koskevat käytännöt, jos ne poikkeavat siitä, mitä kuluttajilla on yleensä aihetta olettaa;

6) mahdollinen oikeus peruuttaa tai irtisanoa sopimus.

Tarjottaessa verkossa toimivalla markkinapaikalla yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on lisäksi käytävä ilmi, onko hyödykkeen tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho.

Voimassa oleva laki

8 a §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Sen lisäksi, mitä muualla laissa säädetään tiedonantovelvollisuudesta, elinkeinonharjoittajan on muussa kuin kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynissä ennen kulutushyödykesopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle selkeästi ja ymmärrettävästi seuraavat tiedot, elleivät nämä tiedot ilmene muutoin asiayhteydestä:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi, sijaintipaikan maantieteellinen osoite sekä puhelinnumero;

3) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet;

4) tarvittaessa kokonaishintaan sisällyttömät toimituskulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia kuluja voi aiheutua;

5) tarvittaessa maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot ja asiakasvalituksia koskevat käytännöt;

6) maininta tavaroita koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta sekä tarvittaessa maininta *asiakastuesta*, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista;

7) tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;

8) tarvittaessa digitaalisen sisällön toimivuus, mukaan lukien digitaalisen sisällön yhteentoimivuus laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta:

Ehdotus

8 a §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Sen lisäksi, mitä muualla laissa säädetään tiedonantovelvollisuudesta, elinkeinonharjoittajan on muussa kuin kulutushyödykkeiden koti- ja etämyynissä ennen kulutushyödykesopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle selkeästi ja ymmärrettävästi seuraavat tiedot, elleivät nämä tiedot ilmene muutoin asiayhteydestä:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi, sijaintipaikan maantieteellinen osoite sekä puhelinnumero;

3) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet;

4) tarvittaessa kokonaishintaan sisällyttömät toimituskulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia kuluja voi aiheutua;

5) tarvittaessa maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot ja asiakasvalituksia koskevat käytännöt;

6) maininta tavaroita *sekä digitaalisia sisältöjä ja palveluja* koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta sekä tarvittaessa maininta *kaupanteon jälkeisten palvelujen ja takuun saavuudesta ja ehdoista*;

7) tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;

8) tarvittaessa *digitaalisia elementtejä sisältävän tavaran* sekä digitaalisen sisällön ja palvelun toimivuus, mukaan lukien *sovellettava tekninen suojaus, sekä tällaisen hyödykkeen yhteensopivuus ja yhteentoimivuus* siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta:

Voimassa oleva laki

- 1) välittömästi täytettävään päivittäiseen kulutushyödykesopimukseen;
- 2) rahoituspalvelua tai -välinettä koskevaan sopimukseen;
- 3) kiinteän omaisuuden kauppaa tai vuokraamista taikka muuta oikeutta kiinteään omaisuuteen koskevaan sopimukseen;
- 4) asuntokauppalain (843/1994) soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen;
- 5) asumisoikeusasunnoista annetussa laissa (650/1990) tarkoitettuun asumisoikeuden luovuttamista koskevaan sopimukseen;
- 6) asuinhuoneiston vuokrauksesta annetussa laissa (481/1995) tarkoitettuun huoneenvuokrasopimukseen;
- 7) 10 luvun soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen;
- 8) valmismatkalain (1079/1994) soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen;
- 9) matkustajaliikenteen palveluja koskevaan sopimukseen;
- 10) sopimukseen, joka koskee arpajaislain (1047/2001) soveltamisalaan kuuluvaa palvelua;
- 11) jakeluautomaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtävään sopimukseen.

(uusi)

Ehdotus

- 1) välittömästi täytettävään päivittäiseen kulutushyödykesopimukseen;
- 2) rahoituspalvelua tai -välinettä koskevaan sopimukseen;
- 3) kiinteän omaisuuden kauppaa tai vuokraamista taikka muuta oikeutta kiinteään omaisuuteen koskevaan sopimukseen;
- 4) asuntokauppalain (843/1994) soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen;
- 5) asumisoikeusasunnoista annetussa laissa (393/2021) tarkoitettuun asumisoikeuden luovuttamista koskevaan sopimukseen;
- 6) asuinhuoneiston vuokrauksesta annetussa laissa (481/1995) tarkoitettuun huoneenvuokrasopimukseen;
- 7) 10 luvun soveltamisalaan kuuluvaan sopimukseen;
- 8) *matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa (901/2017) tarkoitettuun matkapakettiin;*
- 9) matkustajaliikenteen palveluja koskevaan sopimukseen;
- 10) sopimukseen, joka koskee arpajaislain (1047/2001) soveltamisalaan kuuluvaa palvelua;
- 11) jakeluautomaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtävään sopimukseen.

8 d §

Velvollisuus pitää saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista

Jos kuluttajalle annetaan mahdollisuus etsiä eri elinkeinonharjoittajien tai yksityishenkilöiden tarjoamia kulutushyödykkeitä hakusanan, lausekkeen tai muun syöttötiedon muodossa tehdyn haun perusteella, kuluttajan saatavilla on pidettävä tieto keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien hyödykkeiden järjestyksen, sekä tieto näiden keskeisten muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin. Näiden tietojen on oltava saatavilla suoraan hakutulosten esittämisivulta ja helposti saatavilla olevassa verkkorajapinnan osiossa.

Tätä pykälää ei sovelleta oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämisestä verkossa

Voimassa oleva laki

Ehdotus

toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjiä varten annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2019/1150 2 artiklan 6 alakohdassa tarkoitettuihin verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajiin.

(uusi)

8 e §

Velvollisuus antaa tietoa kuluttaja-arvosteluista

Jos elinkeinonharjoittaja asettaa kuluttajan saataville kulutushyödykettä koskevia kuluttaja-arvosteluja, kuluttajalle on annettava tieto siitä, onko elinkeinonharjoittaja varmistanut julkaistujen arvostelujen olevan peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, ja mahdollinen tieto siitä, miten elinkeinonharjoittaja on tämän varmistanut.

11 §

11 §

Hinnanalennusilmoitukset

Tavaroita koskevat hinnanalennusilmoitukset

Kulutushyödykkeen hintaa ei saa ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan.

Markkinoitaessa tavaraa alennuksella tai alennettuun hintaan markkinoinnissa on ilmoitettava myös alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana. Jos yhtäjaksoisessa enintään 60 päivää kestäneessä markkinointikampanjassa hinnanalennus suurenee asteittain, alimpana hintana voidaan ilmoittaa alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu ensimmäistä hinnanalennusta edeltäneiden 30 päivän aikana.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

Mitä 1 momentissa säädetään, ei sovelleta nopeasti pilaantuviin elintarvikkeisiin.

(uusi)

15 a §

Seuraamukset markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta

Jos elinkeinonharjoittaja on käyttänyt tämän luvun säännöksissä tarkoitettua sopimattomaa menettelyä taikka 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelyä ja menettelyn voidaan olettaa vaikuttaneen kuluttajan tekemään ostopäätökseen, kuluttajalla on oikeus vaatia elinkeinonharjoittajan menettelyyn nähden kohtuullista hinnanalennusta.

Elinkeinonharjoittaja, joka tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö 1 §:ssä tarkoitettua sopimattoman menettelyn kieltoa tai 4–8, 8 d, 8 e tai 9 §:n säännöksiä, on velvollinen korvaamaan kuluttajalle tästä aiheutuneen vahingon. Samoin elinkeinonharjoittaja on velvollinen korvaamaan vahingon, joka on aiheutunut siitä, että elinkeinonharjoittaja on tahallaan tai huolimattomuudesta käyttänyt 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettua harhaanjohtavaa tai aggressiivista menettelytapaa.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

19 a §

19 a §

Seuraamusmaksu

Seuraamusmaksu markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa koskevien säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 4–8, 8 a ja 9–10 §:n, 10 a §:n 1 momentin, 12 §:n ja 14 §:n 1 momentin sekä 15 §:n nojalla annettujen säännösten rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa (566/2020).

Tämän luvun 1, 4–8, 8 a, 8 d, 8 e, 9 ja 10 §:n, 10 a §:n 1 momentin, 11 ja 12 §:n sekä 14 §:n 1 momentin säännösten rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa (566/2020).

6 luku

6 luku

Kotimyynti ja etämyynti

Kotimyynti ja etämyynti

4 §

4 §

Säännösten soveltaminen eräisiin palveluihin

Säännösten soveltaminen eräisiin palveluihin

Matkustajaliikenteen palveluja koskeviin sopimuksiin ja matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa (901/2017) tarkoitettuihin matkapaketteihin sovelletaan vain 12 §:n 2 ja 3 momenttia sekä 25 §:ää.

Jos kyse on puhelimella yhdellä kerralla suoritettavasta palvelusta, jota koskeva sopimus syntyy välittömästi kuluttajan ottaessa yhteyden palveluntarjoajaan, 12 §:n 2–4 momenttia sekä 13 ja 14 §:ää ei sovelleta.

Matkustajaliikenteen palveluja koskeviin sopimuksiin ja matkapalveluyhdistelmistä annetussa laissa tarkoitettuihin matkapaketteihin sovelletaan vain 12 §:n 2 ja 3 momenttia sekä 12 a ja 25 §:ää.

Jos kyse on puhelimella yhdellä kerralla suoritettavasta palvelusta, jota koskeva sopimus syntyy välittömästi kuluttajan ottaessa yhteyden palveluntarjoajaan, 12 §:n 2–4 momenttia sekä 13 ja 14 §:ää ei sovelleta.

Jos kyse on sopimuksesta, joka koskee sähköisen viestinnän palveluista annetussa laissa tarkoitettuja viestintäpalveluja, 12 a §:ää ei sovelleta.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

8 §

8 §

Muut määritelmät

Muut määritelmät

Tässä luvussa tarkoitetaan:

1) *liitännäissopimuksella* koti- tai etämyyn-
tisopimukseen liittyvää sopimusta kulutus-
hyödykkeistä, jotka elinkeinonharjoittaja tai
kolmas osapuoli toimittaa kyseisen kolman-
nen osapuolen ja elinkeinonharjoittajan väli-
sen sopimuksen tai muun järjestelyn perus-
teella;

2) *tietojen antamisella pysyväällä tavalla* tie-
tojen antamista henkilökohtaisesti kirjallisesti
tai sähköisesti siten, että vastaanottaja voi tal-
lentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina;

3) *digitaalisen sisällön toimittamisella sähkö-*
köisesti digitaalisessa muodossa tuotetun ja
toimitetun tiedon toimittamista lataamalla,
suoratoistona tai muulla vastaavalla tavalla.

Tässä luvussa tarkoitetaan:

1) *liitännäissopimuksella* koti- tai etämyyn-
tisopimukseen liittyvää sopimusta kulutus-
hyödykkeistä, jotka elinkeinonharjoittaja tai
kolmas osapuoli toimittaa kyseisen kolman-
nen osapuolen ja elinkeinonharjoittajan väli-
sen sopimuksen tai muun järjestelyn perus-
teella;

2) *tietojen antamisella pysyväällä tavalla* tie-
tojen antamista henkilökohtaisesti kirjallisesti
tai sähköisesti siten, että vastaanottaja voi tal-
lentaa ja toisintaa tiedot muuttumattomina;

3) *digitaalisen sisällön toimittamisella sähkö-*
köisesti digitaalisessa muodossa tuotetun ja
toimitetun tiedon toimittamista lataamalla,
suoratoistona tai muulla vastaavalla tavalla;

4) *verkossa toimivalla markkinapaikalla*
palvelua, jossa tarjotaan kuluttajalle mahdol-
lisuutta tehdä etäsopimuksia muiden elinkei-
nonharjoittajien kuin markkinapaikan tarjo-
ajan kanssa taikka yksityishenkilöiden kanssa
ja jossa hyödynnetään markkinapaikan tarjo-
ajan käyttämää tai hänen puolestaan käytet-
tyä verkkosivustoa, sovellusta tai muuta ohjel-
maa tai sen osaa;

5) *verkossa toimivan markkinapaikan tar-*
joajalla elinkeinonharjoittajaa, joka tarjoaa
kuluttajille verkossa toimivan markkinapai-
kan;

6) *järjestyksellä* suhteellista sijoitusta,
jonka elinkeinonharjoittaja antaa kulutushyö-
dykkeille esitellessään tai järjestäessään niitä
tai antaessaan niistä tietoa kuluttajalle.

Voimassa oleva laki

9 §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä kuluttajalle on annettava seuraavat tiedot:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi;

3) elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite sijoittautumisvaltiossa sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, hänen päämiehensä nimi ja maantieteellinen osoite;

4) elinkeinonharjoittajan puhelin- ja faksinumero sekä sähköpostiosoite, jos nämä ovat käytettävissä;

5) elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa, jos osoite poikkeaa 3 kohdassa tarkoitettusta osoitteesta, sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, sama tieto hänen päämiehestään;

6) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet;

7) tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällyttömät toimitus- ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;

8) etäviestimen käyttämisestä sopimuksen tekemisessä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;

Ehdotus

9 §

Ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot

Ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä kuluttajalle on annettava seuraavat tiedot:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viestin;

2) elinkeinonharjoittajan nimi;

3) elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite sijoittautumisvaltiossa sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, hänen päämiehensä nimi ja maantieteellinen osoite;

4) elinkeinonharjoittajan puhelinnumero ja sähköpostiosoite *sekä tarvittaessa tieto sellaisesta sähköisestä viestintäkeinosta, jolla kuluttaja voi olla nopeasti ja tehokkaasti yhteydessä elinkeinonharjoittajaan ja joka mahdollistaa sen, että kuluttaja voi tallentaa ja toisintaa elinkeinonharjoittajan kanssa käymänsä viestinvaihdon muuttumattomana;*

5) elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan maantieteellinen osoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa, jos osoite poikkeaa 3 kohdassa tarkoitettusta osoitteesta, sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, sama tieto hänen päämiehestään;

6) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei hyödykkeen luonteen takia kohtuudella voida laskea etukäteen, hinnan määräytymisen perusteet *sekä tarvittaessa tieto siitä, että hinta on määritelty yksilöllisesti automaattisen päätöksenteon perusteella;*

7) tarvittaessa kulutushyödykkeen kokonaishintaan sisällyttömät toimitus- ja muut kulut tai, jos näitä kuluja ei voida kohtuudella laskea etukäteen, tieto siitä, että tällaisia lisäkuluja voi aiheutua;

8) etäviestimen käyttämisestä sopimuksen tekemisessä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;

Voimassa oleva laki

9) maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot sekä tarvittaessa asiakasvalituksia koskevat käytännöt;

10) tarvittaessa peruuttamisoikeuden käyttämistä koskevat ehdot, määräajat ja menettelyt;

11) tarvittaessa tieto siitä, että jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen on vastattava tavaroiden palauttamiskustannuksista, sekä etämyynissä myös tieto palauttamiskustannusten määrästä, jos tavarat eivät ole luonteensa vuoksi palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse;

12) tieto siitä, että jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan tehtyään 15 §:n 1 momentissa tarkoitetun palvelun suorittamista koskevan pyynnön, hänen on maksettava elinkeinonharjoittajalle 19 §:n 1 momentissa tarkoitetut kustannukset;

13) tarvittaessa tieto peruuttamisoikeuden puuttumisesta tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää;

14) maininta tavaroita koskevasta lakisääteisestä virhevastuusta;

15) tarvittaessa maininta asiakastuesta, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista;

16) maininta käytännesääntöjen olemassaolosta ja tarvittaessa tieto siitä, miten niistä voi saada jäljennöksen;

17) tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;

18) tarvittaessa kuluttajan sopimusvelvoitteiden vähimmäiskesto;

19) tarvittaessa tieto elinkeinonharjoittajan kuluttajalta edellyttämistä rahoitusta koskevista vakuuksista ja niihin sovellettavista ehdoista;

20) tarvittaessa digitaalisen sisällön toimivuus, mukaan lukien digitaalisen sisällön yhteentoimivuus laitteistojen ja ohjelmistojen kanssa siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän;

Ehdotus

9) maksua, toimitusta ja muuta sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot sekä tarvittaessa asiakasvalituksia koskevat käytännöt;

10) tarvittaessa peruuttamisoikeuden käyttämistä koskevat ehdot, määräajat ja menettelyt;

11) tarvittaessa tieto siitä, että jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen on vastattava tavaroiden palauttamiskustannuksista, sekä etämyynissä myös tieto palauttamiskustannusten määrästä, jos tavarat eivät ole luonteensa vuoksi palautettavissa tavanomaisella tavalla postitse;

12) tieto siitä, että jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan tehtyään 15 §:n 1 momentissa tarkoitetun palvelun suorittamista koskevan pyynnön, hänen on maksettava elinkeinonharjoittajalle 19 §:n 1 momentissa tarkoitetut kustannukset;

13) tarvittaessa tieto peruuttamisoikeuden puuttumisesta tai olosuhteista, joissa peruuttamisoikeuden voi menettää;

14) maininta tavaroiden *sekä digitaalisten sisältöjen ja palveluiden* lakisääteisestä virhevastuusta;

15) tarvittaessa maininta asiakastuesta, muista kaupanteon jälkeisistä palveluista ja takuusta sekä niitä koskevista ehdoista;

16) maininta käytännesääntöjen olemassaolosta ja tarvittaessa tieto siitä, miten niistä voi saada jäljennöksen;

17) tarvittaessa sopimuksen kesto tai, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai sitä jatketaan automaattisesti, sen päättämistä koskevat ehdot;

18) tarvittaessa kuluttajan sopimusvelvoitteiden vähimmäiskesto;

19) tarvittaessa tieto elinkeinonharjoittajan kuluttajalta edellyttämistä rahoitusta koskevista vakuuksista ja niihin sovellettavista ehdoista;

20) tarvittaessa *digitaalisia elementtejä sisältävän tavar*an *sekä* digitaalisen sisällön *ja palvelun* toimivuus, *mukaan* lukien *sovellettava tekninen suojaus* *sekä* tällaisen *kulutushyödykkeen yhteensopivuus ja yhteentoimivuus* siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja siitä tietää tai hänen voidaan kohtuudella olettaa siitä tietävän;

Voimassa oleva laki

21) tieto mahdollisuudesta ja tavoista saattaa riita kuluttajariitalautakunnan tai muun vastaavan elimen käsiteltäväksi.

Huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestimellä, 1 momentin 2–5 kohdassa tarkoitetut tiedot voidaan korvata vastaavilla tiedoilla huutokaupanpitäjältä.

Jos kuluttajalla on koti- tai etämyyntisopimuksen mukaan peruuttamisoikeus, hänelle on 1 momentin 10 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamislomake. Edellä 1 momentin 10–12 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamisohjeessa. Peruuttamislomakkeen ja -ohjeen muodosta ja sisällöstä säädetään oikeusministeriön asetuksella.

(uusi)

Ehdotus

21) tieto mahdollisuudesta ja tavoista saattaa riita kuluttajariitalautakunnan tai muun vastaavan elimen käsiteltäväksi.

Huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestimellä, 1 momentin 2–5 kohdassa tarkoitetut tiedot voidaan korvata vastaavilla tiedoilla huutokaupanpitäjältä.

Jos kuluttajalla on koti- tai etämyyntisopimuksen mukaan peruuttamisoikeus, hänelle on 1 momentin 10 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamislomake. Edellä 1 momentin 10–12 kohdassa tarkoitettujen tietojen lisäksi annettava peruuttamisohjeessa. Peruuttamislomakkeen ja -ohjeen muodosta ja sisällöstä säädetään oikeusministeriön asetuksella.

9 a §

Verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan tiedonantovelvollisuus

Jos sopimus tehdään verkossa toimivalla markkinapaikalla, markkinapaikan tarjoajan on ennen sopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle selvällä, ymmärrettävällä ja etäviestimeen soveltuvalla tavalla seuraavat tiedot:

1) 2 luvun 8 d §:n 1 momentissa tarkoitettujen tietojen tiedot;

2) tieto siitä, onko kulutushyödykkeitä tarjoava kolmas taho ilmoituksensa mukaan elinkeinonharjoittaja vai muu taho, ja jos kolmas taho ei ole elinkeinonharjoittaja, tieto siitä, että kuluttajansuojalainsäädäntöön perustuvia oikeuksia ei sovelleta;

3) tarvittaessa tieto siitä, miten sopimukseen liittyvät velvoitteet jakautuvat kulutushyödykkeen tarjoavan kolmannen tahon ja verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajan välillä.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

(uusi)

12 a §

Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimessa kulutushyödykettä ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle. Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sido kuluttajaa eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos hän ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa eikä hänellä ole velvollisuutta maksaa hyödykettä eikä palauttaa tai säilyttää sitä. Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitetun ilmoituksen.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta, jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

13 §

13 §

Tietojen vahvistaminen

Tietojen vahvistaminen

Kotimyynnissä elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle jäljennös sopimusvahvistuksesta tai allekirjoitetusta sopimuksesta paperilla tai tämän suostumuksella muulla pysyvällä tavalla.

Etämyynnissä elinkeinonharjoittajan on toimitettava kuluttajalle vahvistus tehdystä sopimuksesta kohtuullisessa ajassa etämyyntisopimuksen tekemisestä ja viimeistään tavaroiden luovutusajankohtana tai ennen kuin palvelun suorittaminen aloitetaan. Vahvistus on toimitettava pysyvällä tavalla, ja siihen tulee sisältyä kaikki 9 §:ssä tarkoitetut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje, jollei elinkeinonharjoittaja ole toimittanut näitä kuluttajalle pysyvällä tavalla jo aiemmin.

Jos digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, vahvistuksen tulee sisältää myös 15 §:n 2 momentissa tarkoitettu ennakkosuostumus ja kuluttajalle toimitettu ilmoitus ennakkosuostumuksen vaikutuksesta peruuttamisoikeuteen.

13 a §

Todistustaakka tietojen antamista koskevien velvoitteiden täyttämistä

Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että se on täyttänyt 9–13 §:n mukaiset velvoitteensa.

Kotimyynnissä elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle jäljennös sopimusvahvistuksesta tai allekirjoitetusta sopimuksesta paperilla tai tämän suostumuksella muulla pysyvällä tavalla.

Etämyynnissä elinkeinonharjoittajan on toimitettava kuluttajalle vahvistus tehdystä sopimuksesta kohtuullisessa ajassa etämyyntisopimuksen tekemisestä ja viimeistään tavaroiden luovutusajankohtana tai ennen kuin palvelun suorittaminen aloitetaan. Vahvistus on toimitettava pysyvällä tavalla, ja siihen tulee sisältyä kaikki 9 §:ssä tarkoitetut tiedot sekä peruuttamislomake ja -ohje, jollei elinkeinonharjoittaja ole toimittanut näitä kuluttajalle pysyvällä tavalla jo aiemmin.

Jos digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä, vahvistuksen tulee sisältää myös kuluttajan 15 §:n 2 momentissa tarkoitettu ennakkosuostumus ja hyväksyntä peruuttamisoikeuden menettämisestä.

13 a §

Todistustaakka tietojen antamista koskevien velvoitteiden täyttämistä

Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että se on täyttänyt 9, 9 a, 10–12 ja 13 §:n mukaiset velvoitteensa.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

15 §

15 §

Palvelun suorittaminen ennen peruuttamisajan päättymistä

Palvelun suorittaminen ennen peruuttamisajan päättymistä

Muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on tehnyt tätä koskevan nimenomaisen pyynnön. Kotimyynnissä pyyntö on tehtävä pysyvällä tavalla.

Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus, muuta kuin digitaalista sisältöä koskevan palvelun suorittaminen voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä edellyttäen, että kuluttaja on tehnyt tätä koskevan nimenomaisen pyynnön ja antanut hyväksyntänsä sille, että hänellä ei ole enää peruuttamisoikeutta sen jälkeen, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan. Kotimyynnissä pyyntö on tehtävä pysyvällä tavalla.

Digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on antanut siihen nimenomaisen ennakkosuostumuksensa.

Jos kuluttajalle asetetaan sopimuksessa maksuvelvollisuus, digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti voidaan aloittaa ennen mahdollisen peruuttamisajan päättymistä, jos kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisoikeuden voimassaoloaikana, ja antanut hyväksyntänsä sille, että hän näin menettää peruuttamisoikeutensa. Elinkeinonharjoittajan on toimitettava vahvistus kuluttajan nimenomaisesta ennakkosuostumuksesta ja hyväksynnästä 13 §:ssä tarkoitetulla tavalla.

16 §

16 §

Peruuttamisoikeuden rajoitukset

Peruuttamisoikeuden rajoitukset

Jollei toisin sovita, kuluttajalla ei ole 14 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos:

Jollei toisin sovita, kuluttajalla ei ole 14 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos:

1) palvelu on kokonaan suoritettu tai digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä kuluttajan 15 §:ssä tarkoitetun pyynnön tai suostumuksen johdosta ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta tällaisessa tapauksessa;

1) palvelu on kokonaan suoritettu ja, jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle, sopimuksen täyttäminen on alkanut kuluttajan tehtyä 15 §:n 1 momentissa tarkoitetun pyynnön ja annettua hyväksyntänsä sille, että hän menettää peruuttamisoikeutensa, kun elinkeinonharjoittaja on täyttänyt sopimuksen kokonaisuudessaan;

2) kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa ja jotka voivat ilmetä peruutusaikana;

2) kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa ja jotka voivat ilmetä peruutusaikana;

Voimassa oleva laki

3) sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaavaksi;

4) sopimus koskee tavaraa, joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua taikka joka luonteensa vuoksi on sen toimittamisen jälkeen erottamattomasti sekoittunut muiden tavaroiden kanssa;

5) sinetöitynä toimitettu tavara, jota ei terveydellisistä tai hygieniasyistä voida palauttaa, on avattu;

6) sopimus koskee alkoholijuomia, joiden hinnasta on sovittu sopimusta tehtäessä, jotka voidaan toimittaa aikaisintaan 30 päivän kuluksi ja joiden todellinen arvo riippuu markkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa;

7) sopimus koskee kiireellistä korjaus- tai huoltotyötä paikassa, jonne elinkeinonharjoittaja saapuu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä;

8) sinetöitynä toimitettu ääni- tai kuvatalenne taikka tietokoneohjelma on avattu;

9) sopimus koskee yksittäisen sanoma- tai aikakauslehden tai aikakausjulkaisun toimitamista;

10) sopimus on tehty huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestimellä;

11) sopimus koskee majoituksen tarjoamista muuhun kuin asumistarkoitukseen, tavaroiden kuljetusta, autonvuokrauspalvelua, ravintola-palvelua tai vapaa-ajanpalvelua ja sopimuksessa edellytetään suoritusta määrättyä ajan-kohtana tai määrätyn ajan kuluessa.

Sen estämättä, mitä 1 momentin 7 kohdassa säädetään, kuluttajalla on 14 §:ssä säädetty

Ehdotus

3) sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan vaatimusten mukaisesti tai selvästi henkilökohtaisia tarpeita vastaavaksi;

4) sopimus koskee tavaraa, joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua taikka joka luonteensa vuoksi on sen toimittamisen jälkeen erottamattomasti sekoittunut muiden tavaroiden kanssa;

5) sinetöitynä toimitettu tavara, jota ei terveydellisistä tai hygieniasyistä voida palauttaa, on avattu;

6) sopimus koskee alkoholijuomia, joiden hinnasta on sovittu sopimusta tehtäessä, jotka voidaan toimittaa aikaisintaan 30 päivän kuluksi ja joiden todellinen arvo riippuu markkinoilla tapahtuvista vaihteluista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa;

7) sopimus koskee kiireellistä korjaus- tai huoltotyötä paikassa, jonne elinkeinonharjoittaja saapuu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä;

8) sinetöitynä toimitettu ääni- tai kuvatalenne taikka tietokoneohjelma on avattu;

9) sopimus koskee yksittäisen sanoma- tai aikakauslehden tai aikakausjulkaisun toimitamista;

10) sopimus on tehty huutokaupassa, johon kuluttaja voi osallistua muutenkin kuin etäviestimellä;

11) sopimus koskee majoituksen tarjoamista muuhun kuin asumistarkoitukseen, tavaroiden kuljetusta, autonvuokrauspalvelua, ravintola-palvelua tai vapaa-ajanpalvelua ja sopimuksessa edellytetään suoritusta määrättyä ajan-kohtana tai määrätyn ajan kuluessa.

12) digitaalisen sisällön toimittaminen sähköisesti on alkanut ja, jos sopimuksessa asetetaan maksuvelvollisuus kuluttajalle:

a) kuluttaja on antanut nimenomaisen ennakkosuostumuksensa siihen, että sopimuksen täyttäminen alkaa peruuttamisaikana;

b) ilmaissut hyväksyvänsä, että peruuttamisoikeus puuttuu tällaisessa tapauksessa; ja

c) elinkeinonharjoittaja on toimittanut kuluttajalle 13 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen.

Sen estämättä, mitä 1 momentin 7 kohdassa säädetään, kuluttajalla on 14 §:ssä säädetty

Voimassa oleva laki

peruuttamisoikeus siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja suorittaa mainitussa kohdassa tarkoitetun käynnin yhteydessä muita kuin kuluttajan nimenomaisesti pyytämiä palveluja tai toimittaa muita tavaroita kuin korjaus- tai huoltotöiden suorittamiseksi välttämättömiä varaosia.

(uusi)

Ehdotus

peruuttamisoikeus siltä osin kuin elinkeinonharjoittaja suorittaa mainitussa kohdassa tarkoitetun käynnin yhteydessä muita kuin kuluttajan nimenomaisesti pyytämiä palveluja tai toimittaa muita tavaroita kuin korjaus- tai huoltotöiden suorittamiseksi välttämättömiä varaosia.

Kuluttajalla on 1 momentin 1 ja 3 kohdassa säädetyn estämättä 14 §:n mukainen peruuttamisoikeus kotimyynnissä, jos sopimus on tehty elinkeinonharjoittajan ilman kuluttajan pyyntöä tekemän kotikäynnin yhteydessä.

17 a §

Osapuolten oikeudet ja velvollisuudet kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen

Jos kuluttaja peruuttaa sopimuksen, hänen tulee pidättäytyä käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua ja saattamasta sitä kolmansien osapuolten saataville. Peruutettaessa sopimus elinkeinonharjoittajalla on oikeus estää kuluttajan pääsy digitaaliseen sisältöön tai palveluun, sulkea tämän käyttäjätili tai muulla tavoin estää kuluttajaa käyttämästä digitaalista sisältöä tai palvelua siltä osin kuin 3 momentista ei johdu muuta.

Elinkeinonharjoittajan on pidättäydyttävä käyttämästä sellaista sisältöä, jonka kuluttaja on luonut tai luovuttanut digitaalista sisältöä tai palvelua käyttäessään, paitsi jos:

1) kyseinen sisältö ei ole käyttökelpoista muutoin kuin elinkeinonharjoittajan toimittaman digitaalisen sisällön tai palvelun yhteydessä;

2) kyseinen sisältö liittyy yksinomaan kuluttajan toimintaan elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua käytettäessä;

3) elinkeinonharjoittaja on yhdistänyt sisällön muihin tietoihin, joista sitä ei voi erottaa tai sen erottaminen aiheuttaisi kohtuutonta vaivaa; tai

Voimassa oleva laki

Ehdotus

4) kuluttaja on luonut sisällön yhdessä muiden kuluttajien kanssa ja muut kuluttajat voivat edelleen käyttää kyseistä sisältöä.

Muissa kuin 2 momentin 1–3 kohdassa tarkoitetuissa tapauksissa elinkeinonharjoittajan on kuluttajan pyynnöstä annettava kuluttajan saataville kaikki sisältö, jonka tämä on luonut tai luovuttanut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai palvelua. Pyyntö on toteutettava maksutta, kohtuullisessa ajassa sekä yleisesti käytetyssä ja koneellisesti luettavassa tallennusmuodossa.

Mitä 2 ja 3 momentissa säädetään, ei koske henkilötietoja. Henkilötietojen käytöstä säädetään luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/746/EY kumoamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa (EU) 2016/679 (yleinen tietosuojasetus).

24 §

24 §

Seuraamukset eräiden luvun säännösten rikkomisesta

Seuraamukset eräiden luvun säännösten rikkomisesta

Jos elinkeinonharjoittaja ei ole antanut ennen sopimuksen tekemistä kuluttajalle 9 §:n 1 momentin 6, 7 tai 11 kohdassa tarkoitettuja lisäkuluja tai muita kustannuksia koskevia tietoja, kuluttajalla ei ole velvollisuutta maksaa niitä.

Jos kyse on sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevasta sopimuksesta, kuluttajalla ei ole velvollisuutta maksaa kokonaan tai osittain suoritetusta palvelusta, jos:

1) digitaalisen sisällön toimittaminen on aloitettu peruuttamisaikana ilman 15 §:n 2 momentissa tarkoitettua kuluttajan nimenomaista ennakkosuostumusta;

2) kuluttaja ei ole saanut ilmoitusta siitä, että antaessaan suostumuksen hän menettää peruuttamisoikeutensa; tai

3) elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt toimittaa kuluttajalle 13 §:ssä tarkoitettua vahvistuksen.

Jos elinkeinonharjoittaja ei ole antanut ennen sopimuksen tekemistä kuluttajalle 9 §:n 1 momentin 6, 7 tai 11 kohdassa tarkoitettuja lisäkuluja tai muita kustannuksia koskevia tietoja, kuluttajalla ei ole velvollisuutta maksaa niitä.

Jos kyse on sähköisesti toimitettavaa digitaalista sisältöä koskevasta sopimuksesta, kuluttajalla ei ole velvollisuutta maksaa kokonaan tai osittain suoritetusta palvelusta, jos:

1) digitaalisen sisällön toimittaminen on aloitettu peruuttamisaikana ilman 15 §:n 2 momentissa tarkoitettua kuluttajan nimenomaista ennakkosuostumusta *tai hyväksyntää*;

2) kuluttaja ei ole saanut ilmoitusta siitä, että antaessaan suostumuksen hän menettää peruuttamisoikeutensa; tai

3) elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt toimittaa kuluttajalle 13 §:ssä tarkoitettua vahvistuksen.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

Jos elinkeinonharjoittaja on kotimyynnissä laiminlyönyt antaa kuluttajalle 9 §:n 1 momentin 13 kohdassa tarkoitetut tiedot 11 §:ssä säädetyllä tavalla ennen sopimuksen tekemistä, sopimus ei sido kuluttajaa. Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle 12 kuukauden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavaran tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut.

25 §

25 §

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Sen lisäksi, mitä tässä luvussa säädetään seuraamuksista, elinkeinonharjoittajaa, joka rikkoo tämän luvun säännöksiä, voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta tällaista menettelyä taikka uudistamasta sitä tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kiellon määräämisestä ja sen tehostamisesta uhkasakolla säädetään 2 ja 3 luvussa.

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 10–13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin sekä 17 §:n 2–4 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Sen lisäksi, mitä tässä luvussa säädetään seuraamuksista, elinkeinonharjoittajaa, joka rikkoo tämän luvun säännöksiä, voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta tällaista menettelyä taikka uudistamasta sitä tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kiellon määräämisestä ja sen tehostamisesta uhkasakolla säädetään 2 ja 3 luvussa.

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 9 a §:n, 10–13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin, 17 §:n 2–4 momentin sekä 17 a §:n 1–3 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

6 a luku

6 a luku

Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti**Rahoituspalvelujen ja rahoitusvälineiden etämyynti**

2 §

2 §

*Säännösten soveltamisen rajoitukset eräissä tapauksissa**Säännösten soveltamisen rajoitukset eräissä tapauksissa*

Jos elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välinen etäsopimus koskee samankaltaisten rahoituspalvelujen jatkuvaa tai toistuvaa suorittamista, tämän luvun säännöksiä ei sovelleta sopimukseen perustuviin yksittäisiin palvelusuorituksiin.

Jos samat osapuolet sopivat toistuvasti samanlaisista rahoituspalveluista, tämän luvun 5–11 §:ää sovelletaan ainoastaan ensimmäiseen sopimukseen. Kuitenkin myös 5–11 §:ää sovelletaan, jos edeltävästä sopimuksesta on kulunut pidempi aika kuin yksi vuosi.

Jos elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välinen etäsopimus koskee samankaltaisten rahoituspalvelujen jatkuvaa tai toistuvaa suorittamista, tämän luvun säännöksiä ei sovelleta sopimukseen perustuviin yksittäisiin palvelusuorituksiin.

Jos samat osapuolet sopivat toistuvasti samanlaisista rahoituspalveluista, tämän luvun 5–11 §:ää sovelletaan ainoastaan ensimmäiseen sopimukseen. Kuitenkin myös 5–11 §:ää sovelletaan, jos edeltävästä sopimuksesta on kulunut pidempi aika kuin yksi vuosi.

Tämän lain 7 tai 7 a luvun soveltamisalaan kuuluvaan kuluttajaluottoon ei sovelleta 11 b §:ää.

(uusi)

11 b §

Sopimuksen tekeminen puhelinmyynnissä

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimessa rahoituspalvelua ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, elinkeinonharjoittajan on puhelinkeskustelun jälkeen toimitettava tekemänsä tarjous kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla kuluttajalle. Jos kuluttaja ei ole pysyvällä tavalla puhelinkeskustelun jälkeen hyväksynyt elinkeinonharjoittajan pysyvällä tavalla toimittamaa tarjousta, sopimus ei sido kuluttajaa eikä häneltä tällöin saa vaatia maksua, suorituksen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen,

Voimassa oleva laki

Ehdotus

elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset.

Kuluttajalle on 1 momentin mukaisen tarjouksen toimittamisen yhteydessä ilmoitettava siitä, että jos tämä ei hyväksy kyseistä tarjousta pysyvällä tavalla, sopimus ei sido kuluttajaa, jos hän ilmoittaa siitä elinkeinonharjoittajalle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Elinkeinonharjoittajalla on todistustaakka siitä, että tarjous on toimitettu kuluttajalle 1 momentissa edellytetyllä tavalla ja että kuluttaja on saanut tässä momentissa tarkoitettua ilmoituksen.

Mitä tässä pykälässä säädetään, ei sovelleta, jos kuluttaja on omasta aloitteestaan ottanut yhteyttä elinkeinonharjoittajaan tai jos elinkeinonharjoittaja on ottanut yhteyttä kuluttajaan tämän nimenomaisesta pyynnöstä.

19 §

Seuraamusmaksu

Tämän luvun 5–10 §:n, 11 §:n 1 ja 2 momentin, 12 §:n 1 momentin ja 16 §:n 2 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

19 §

Seuraamusmaksu rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevien säännösten rikkomisesta

Tämän luvun 5–10 §:n, 11 §:n 1 ja 2 momentin, 11 b §:n, 12 §:n 1 momentin ja 16 §:n 2 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 . Sen 6 luvun 4 §:n 1 ja 3 momentti ja 12 a § sekä 6 a luvun 2 §:n 3 momentti, 11 b ja 19 § tulevat kuitenkin voimaan vasta 1 päivänä joulukuuta 2022.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyyn sopimukseen ja sitoumukseen sovelletaan tämän lain voimaan tullessa voimassa olleita säännöksiä.

2.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain 6 luvun 25 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain (/) 6 luvun 25 §:n 2 momentti seuraavasti:

1. lakiehdotuksessa ehdotettu laki

Ehdotus

6 Luku

6 Luku

Kotimyynti ja etämyynti

Kotimyynti ja etämyynti

25 §

25 §

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Seuraamukset luvun säännösten rikkomisesta

Sen lisäksi, mitä tässä luvussa säädetään seuraamuksista, elinkeinonharjoittajaa, joka rikkoo tämän luvun säännöksiä, voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta tällaista menettelyä taikka uudistamasta sitä tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kiellon määräämisestä ja sen tehostamisesta uhkasakolla säädetään 2 ja 3 luvussa.

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 9 a §:n, 10–13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin, 17 §:n 2–4 momentin sekä 17 a §:n 1–3 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Sen lisäksi, mitä tässä luvussa säädetään seuraamuksista, elinkeinonharjoittajaa, joka rikkoo tämän luvun säännöksiä, voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta tällaista menettelyä taikka uudistamasta sitä tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kiellon määräämisestä ja sen tehostamisesta uhkasakolla säädetään 2 ja 3 luvussa.

Tämän luvun 9 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten sekä 9 a §:n, 10–12 §:n, 12 a §:n, 13 §:n, 14 §:n 1 ja 2 momentin, 17 §:n 2–4 momentin sekä 17 a §:n 1–3 momentin rikkomisen johdosta määrättävästä seuraamusmaksusta säädetään kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetussa laissa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20

3.

Laki

kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain (566/2020) 13 §:n 1 momentin 1–3 kohta, 15 §:n 5 kohta, 16 §:n 1 momentin 1 ja 2 kohta sekä 18 §:n 1 momentin 4 kohta ja 2 momentti sekä
lisätään 15 §:ään uusi 6 kohta, lakiin uusi 16 a § sekä 18 §:n 1 momenttiin uusi 5 ja 6 kohta seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

13 §

13 §

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

1) 2 luvun 4 §:n vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menettelyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaisen velvollisuuden pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 12 §:n mukaisen velvollisuuden ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasiointinissa mainitun säännöksen vastaista palvelua;

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

1) 2 luvun 4 §:n mukaista vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menettelyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaista velvollisuutta pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 11 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa tavaraa koskevassa hinnanalennusilmoituksessa hinnanalennusta edeltävä alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu, 12 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasiointinissa mainitun säännöksen vastaista palvelua;

Voimassa oleva laki

Ehdotus

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistamisesta tai 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritusten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia;

3) 6 a luvun 11 §:n 1 tai 2 momentin mukaisen velvollisuuden toimittaa ennakkotiedot ja sopimusehdot kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla tai 16 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden suorituksen palauttamiseen;

4) 7 luvun 13 §:n 2 momentin 3 kohdan mukaista kieltoa käyttää lisämaksullista tekstiviestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipalvelua, 13 a §:n säännöstä kytkykaupan kiellosta, 14 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida kuluttajan luottokelpoisuus, 15 §:n 1 tai 2 momentin mukaisen velvollisuuden todentaa luotonhakijan henkilöllisyys, 16 §:n mukaisen velvollisuuden säilyttää todentamista koskevat tiedot, 16 a §:n säännöksiä luoton myöntämisestä, 17 §:n ja sen 3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen tekemisestä, 17 a §:n säännöksiä luottokustannusten enimmäismäärästä, 17 b §:n säännöksiä maksuajan pidentämisestä perittävistä kuluista, 19 §:n mukaista varojen luovuttamisaikaa koskevaa rajoitusta, 24 §:n säännöksiä koron ja maksujen muutoksista tai 48 §:n mukaisen velvollisuuden ilmoittaa valtuuksistaan;

5) 7 a luvun 10 §:n 1 momentin mukaisen velvollisuuden määrittellä luottokelpoisuuden arvioinnissa käytettävät menettelytavat ja tiedot, 11 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida kuluttajan luottokelpoisuus, 14 §:n säännöksiä luottotarjouksen tekemisestä tai 15 §:n ja sen 3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen tekemisestä;

6) 9 luvun 25 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden asettaa ennakkomaksun turvaava vakuus;

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistamisesta, 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritusten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia tai 17 a §:n 1–3 momentin mukaisia velvollisuuksia kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua koskevan sopimuksen;

3) 6 a luvun 11 §:n 1 tai 2 momentin mukaista velvollisuutta toimittaa ennakkotiedot ja sopimusehdot kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla, 11 b §:n säännöksiä kirjallisesta vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä tai 16 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden suorituksen palauttamiseen;

4) 7 luvun 13 §:n 2 momentin 3 kohdan mukaista kieltoa käyttää lisämaksullista tekstiviestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipalvelua, 13 a §:n säännöstä kytkykaupan kiellosta, 14 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida kuluttajan luottokelpoisuus, 15 §:n 1 tai 2 momentin mukaisen velvollisuuden todentaa luotonhakijan henkilöllisyys, 16 §:n mukaisen velvollisuuden säilyttää todentamista koskevat tiedot, 16 a §:n säännöksiä luoton myöntämisestä, 17 §:n ja sen 3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen tekemisestä, 17 a §:n säännöksiä luottokustannusten enimmäismäärästä, 17 b §:n säännöksiä maksuajan pidentämisestä perittävistä kuluista, 19 §:n mukaista varojen luovuttamisaikaa koskevaa rajoitusta, 24 §:n säännöksiä koron ja maksujen muutoksista tai 48 §:n mukaisen velvollisuuden ilmoittaa valtuuksistaan;

5) 7 a luvun 10 §:n 1 momentin mukaisen velvollisuuden määrittellä luottokelpoisuuden arvioinnissa käytettävät menettelytavat ja tiedot, 11 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida kuluttajan luottokelpoisuus, 14 §:n säännöksiä luottotarjouksen tekemisestä tai 15 §:n ja sen 3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen tekemisestä;

6) 9 luvun 25 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden asettaa ennakkomaksun turvaava vakuus;

7) 10 luvun 12 §:n kieltoa ottaa vastaan suoritus peruuttamisaikana ja välityssopimuksen voimassaoloaikana.

Voimassa oleva laki

7) 10 luvun 12 §:n kieltoa ottaa vastaan suoritus peruuttamisaikana ja välityssopimuksen voimassaoloaikana.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää sopimusehtoa tai soveltaa käytäntöä, jolla poiketaan kuluttajien vahingoksi kuluttajansuojalain:

1) 6 luvun 14 §:n 1 tai 2 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus;

2) 6 a luvun 12 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa rahoituspalvelun etämyyntiä koskeva sopimus;

3) 7 luvun 20 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa kuluttajaluottosopimus taikka 39 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta saada luotonantajalta rahasuoritus myyjän tai palveluksen suorittajan sopimusrikkomuksen johdosta;

4) 7 a luvun 17 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa asunto-omaisuuteen liittyvä kuluttajaluottosopimus;

5) 10 luvun 9 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa aikaosuutta tai pitkäkestoisista lomatuotetta koskeva sopimus taikka vaihtosopimus.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää kuluttajansuojalain 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohtavia tai aggressiivisia menettelytapoja.

15 §

Seuraamusmaksu eräiden muiden kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta:

1) rikkoo asuntokauppalain (843/1994) 2 luvun 19 §:n 1 momentin tai 19 c §:n 1 momentin taikka 4 luvun 3 a §:n säännöksiä suorituskyvyttömyysvakuudesta;

2) rikkoo sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) 200 §:n säännöstä

Ehdotus

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää sopimusehtoa tai soveltaa käytäntöä, jolla poiketaan kuluttajien vahingoksi kuluttajansuojalain:

1) 6 luvun 14 §:n 1 tai 2 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus;

2) 6 a luvun 12 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa rahoituspalvelun etämyyntiä koskeva sopimus;

3) 7 luvun 20 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa kuluttajaluottosopimus taikka 39 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta saada luotonantajalta rahasuoritus myyjän tai palveluksen suorittajan sopimusrikkomuksen johdosta;

4) 7 a luvun 17 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa asunto-omaisuuteen liittyvä kuluttajaluottosopimus;

5) 10 luvun 9 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa aikaosuutta tai pitkäkestoisista lomatuotetta koskeva sopimus taikka vaihtosopimus.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää kuluttajansuojalain 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohtavia tai aggressiivisia menettelytapoja.

15 §

Seuraamusmaksu eräiden muiden kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta:

1) rikkoo asuntokauppalain (843/1994) 2 luvun 19 §:n 1 momentin tai 19 c §:n 1 momentin taikka 4 luvun 3 a §:n säännöksiä suorituskyvyttömyysvakuudesta;

2) rikkoo sähköisen viestinnän palveluista annetun lain (917/2014) 200 §:n säännöstä

Voimassa oleva laki

suoramarkkinoinnista luonnolliselle henkilölle, 201 §:n säännöstä puhelinliittymän markkinoinnin kiellosta taikka 203 §:n 2 momentin säännöstä suoramarkkinoinnin tunnistamisesta;

3) rikkoo saatavien perinnästä annetun lain (513/1999) 4 §:n 3 momentin kieltoa periä lakkautta saatavaa tai 4 a §:ää velallisen oikeudesta saada tietoja, jatkaa 4 b §:n vastaisesti perintää maksuvelvollisuuden kiistämisestä huolimatta tai 4 c §:n vastaisesti velallisen pyydettyä perinnän keskeyttämistä, rikkoo 5 tai 5 a §:ää maksuvaatimuksesta kuluttajasaatavan perinnässä, vaatii saatavasta maksua tuomioistuimessa 6 §:n vastaisesti, rikkoo 7 §:n 2 momentin kieltoa käyttää trattaa kuluttajasaatavan perimiseksi, rikkoo 10 a, 10 b, 10 c tai 10 d §:ää kuluttajasaatavan perintäkulujen enimmäismääristä taikka 11 a §:n 2 momenttia varojen kohdentamisesta saatavan osille;

4) vaatii korkolain (633/1982) 2 §:n 2 momentissa tarkoitetuissa tapauksissa korkeampaa viivästyskorkoa kuin mainitun lain 4 §:ssä säädetään;

5) rikkoo perusteettomien maarajoitusten ja muiden asiakkaan kansallisuuteen tai asuintai sijoittautumispaikkaan perustuvien syrjinnän muotojen torjumisesta sisämarkkinoilla ja asetusten (EY) N:o 2006/2004 ja (EU)2017/2394 sekä direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2018/302 3 artiklan 1 tai 2 kohdan mukaista kieltoa estää tai rajoittaa asiakkaan pääsyä verkkorajapintoihin, 4 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa tavaroihin tai palveluihin erilaisia yleisiä käyttöehtoja tai 5 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa maksutapahtumiin erilaisia ehtoja.

Ehdotus

suoramarkkinoinnista luonnolliselle henkilölle, 201 §:n säännöstä puhelinliittymän markkinoinnin kiellosta taikka 203 §:n 2 momentin säännöstä suoramarkkinoinnin tunnistamisesta;

3) rikkoo saatavien perinnästä annetun lain (513/1999) 4 §:n 3 momentin kieltoa periä lakkautta saatavaa tai 4 a §:ää velallisen oikeudesta saada tietoja, jatkaa 4 b §:n vastaisesti perintää maksuvelvollisuuden kiistämisestä huolimatta tai 4 c §:n vastaisesti velallisen pyydettyä perinnän keskeyttämistä, rikkoo 5 tai 5 a §:ää maksuvaatimuksesta kuluttajasaatavan perinnässä, vaatii saatavasta maksua tuomioistuimessa 6 §:n vastaisesti, rikkoo 7 §:n 2 momentin kieltoa käyttää trattaa kuluttajasaatavan perimiseksi, rikkoo 10 a, 10 b, 10 c tai 10 d §:ää kuluttajasaatavan perintäkulujen enimmäismääristä taikka 11 a §:n 2 momenttia varojen kohdentamisesta saatavan osille;

4) vaatii korkolain (633/1982) 2 §:n 2 momentissa tarkoitetuissa tapauksissa korkeampaa viivästyskorkoa kuin mainitun lain 4 §:ssä säädetään;

5) rikkoo perusteettomien maarajoitusten ja muiden asiakkaan kansallisuuteen tai asuintai sijoittautumispaikkaan perustuvien syrjinnän muotojen torjumisesta sisämarkkinoilla ja asetusten (EY) N:o 2006/2004 ja (EU)2017/2394 sekä direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2018/302 3 artiklan 1 tai 2 kohdan mukaista kieltoa estää tai rajoittaa asiakkaan pääsyä verkkorajapintoihin, 4 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa tavaroihin tai palveluihin erilaisia yleisiä käyttöehtoja tai 5 artiklan 1 kohdan mukaista kieltoa soveltaa maksutapahtumiin erilaisia ehtoja;

6) rikkoo maksupalvelulain (290/2010) 60 §:n 2 momentin säännöksiä maksuvälineen käyttämisestä perittävistä maksuista.

Voimassa oleva laki

16 §

Seuraamusmaksu tietojen antamista koskevien säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain:

1) 2 luvun 8 §:ää tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tai 8 a §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen sopimuksen tekemistä muussa kuin koti- ja etämyynnissä;

2) 6 luvun 9 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä siten kuin mainitun pykälän 3 momentin nojalla annetuissa säännöksissä tarkemmin säädetään tai 10 §:n mukaisen velvollisuuden antaa kuluttajalle eräitä muita tietoja;

3) 6 a luvun 5–10 §:n mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja rahoituspalveluiden tai rahoitusvälineiden etämyynnissä;

4) 7 luvun 8 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja kuluttajaluottojen mainonnassa, 9 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa eräitä tietoja ennen luottosopimuksen tekemistä taikka 10 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja puhelinmyynnissä;

5) 7 a luvun 5 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja asuntoluoton mainonnassa, 6 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen asuntoluottosopimuksen tekemistä taikka 7 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja puhelinmyynnissä;

6) 10 luvun 4 §:n mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja mainitun säännöksen nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettulla tavalla taikka 5 §:n säännöksiä aikaosuutta tai

Ehdotus

16 §

Seuraamusmaksu tietojen antamista koskevien säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain:

1) 2 luvun 8 §:ää tiedonantovelvollisuudesta tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä, 8 a §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen sopimuksen tekemistä muussa kuin koti- ja etämyynnissä, 8 d §:n mukaista velvollisuutta pitää saatavilla tietoa hakukyselyn tuloksien keskeisistä muuttujista tai 8 e §:n mukaista velvollisuutta antaa tietoa kuluttaja-arvosteluista;

2) 6 luvun 9 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen koti- tai etämyyntisopimuksen tekemistä siten kuin mainitun pykälän 3 momentin nojalla annetuissa säännöksissä tarkemmin säädetään, 9 a §:n mukaista tiedonantovelvollisuutta tai 10 §:n mukaista velvollisuutta antaa kuluttajalle eräitä muita tietoja;

3) 6 a luvun 5–10 §:n mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja rahoituspalveluiden tai rahoitusvälineiden etämyynnissä;

4) 7 luvun 8 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja kuluttajaluottojen mainonnassa, 9 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa eräitä tietoja ennen luottosopimuksen tekemistä taikka 10 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja puhelinmyynnissä;

5) 7 a luvun 5 §:n mukaisen velvollisuuden antaa tietoja asuntoluoton mainonnassa, 6 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa tietoja ennen asuntoluottosopimuksen tekemistä taikka 7 §:n ja sen nojalla annettujen säännösten mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja puhelinmyynnissä;

6) 10 luvun 4 §:n mukaisen velvollisuuden antaa ennakkotietoja mainitun säännöksen nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettulla tavalla taikka 5 §:n säännöksiä aikaosuutta tai

Voimassa oleva laki

pitkäkestoista lomatuotetta koskevasta markkinoinnista;

7) 2 luvun 15 §:n 1 ja 2 kohdan nojalla annettuja säännöksiä asunnosta ilmoitettaessa annettavista tiedoista, velvollisuudesta pitää nähtävänä esite taikka säännöksiä esitteessä mainittavista tiedoista.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö:

1) maksupalvelulain (290/2010) 10–15 §:n säännöksiä tietojen antamisesta, 22 §:n säännöksiä erillistä maksutapahtumaa koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista tai 25 a §:ää erillisestä maksutoimeksiannon käynnistämistä koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista;

2) matkapalveluyhdistelmistä annetun lain 7 §:n ja sen nojalla annettuja säännöksiä ennen matkapakettisopimuksen tekemistä annettavista tiedoista taikka 36 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettuja säännöksiä ennen yhdistetyn matkajärjestelyn syntymistä annettavista tiedoista.

Jos kyseessä on 1 tai 2 momentissa mainittujen säännösten rikkominen tai laiminlyönti, seuraamusmaksun määräämisen edellytyksenä on lisäksi, että rikkominen on omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutushyödykkeeseen liittyvä muu päätös taikka vaikeuttamaan kuluttajan oikeuksiin pääsyä.

(uusi)

Ehdotus

pitkäkestoista lomatuotetta koskevasta markkinoinnista;

7) 2 luvun 15 §:n 1 ja 2 kohdan nojalla annettuja säännöksiä asunnosta ilmoitettaessa annettavista tiedoista, velvollisuudesta pitää nähtävänä esite taikka säännöksiä esitteessä mainittavista tiedoista.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö:

1) maksupalvelulain 10–15 §:n säännöksiä tietojen antamisesta, 22 §:n säännöksiä erillistä maksutapahtumaa koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista tai 25 a §:ää erillisestä maksutoimeksiannon käynnistämistä koskevasta sopimuksesta annettavista ennakkotiedoista;

2) matkapalveluyhdistelmistä annetun lain 7 §:n ja sen nojalla annettuja säännöksiä ennen matkapakettisopimuksen tekemistä annettavista tiedoista taikka 36 §:n ja sen 2 momentin nojalla annettuja säännöksiä ennen yhdistetyn matkajärjestelyn syntymistä annettavista tiedoista.

Jos kyseessä on 1 tai 2 momentissa mainittujen säännösten rikkominen tai laiminlyönti, seuraamusmaksun määräämisen edellytyksenä on lisäksi, että rikkominen on omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutushyödykkeeseen liittyvä muu päätös taikka vaikeuttamaan kuluttajan oikeuksiin pääsyä.

16 a §

Seuraamusmaksu kielletyn menettelyn käyttämisestä

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta:

1) markkinoinnissa tai asiakassuhteessa jatkaa sellaista kuluttajansuojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettua menettelyä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 16 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty;

2) kulutushyödykettä tarjotessaan jatkaa sellaisen kuluttajansuojalain 3 luvun 1 §:ssä

Voimassa oleva laki

Ehdotus

tarkoitettujen sopimusehdon käyttämistä, jonka käyttäminen on mainitun luvun 2 §:n nojalla lainvoimaisella päätöksellä kielletty.

18 §

Seuraamusmaksun suuruus

Seuraamusmaksun suuruus perustuu kokonaisarviointiin, ja sitä määrättäessä otetaan huomioon:

- 1) rikkomuksen laatu, laajuus, vakavuus ja kestoaika;
- 2) rikkomuksella saavutettu hyöty, jos tämä tieto on saatavilla;
- 3) elinkeinonharjoittajan toimet vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi;
- 4) elinkeinonharjoittajan mahdolliset aiemmat kuluttajansuojasäännöksiin liittyvät rikkomukset.

Elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään neljä prosenttia kyseisen rikkomuksen päättymistä edeltäneen vuoden liikevaihdosta. Jos tilinpäätös ei ole seuraamusmaksua määrättäessä vielä valmistunut tai jos liiketoiminta on vasta aloitettu eikä tilinpäätöstä ole saatavissa, liikevaihto voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella.

Edellä 17 §:ssä tarkoitettulle luonnolliselle henkilölle määrättävä seuraamusmaksu saa

18 §

Seuraamusmaksun suuruus

Seuraamusmaksun suuruus perustuu kokonaisarviointiin, ja sitä määrättäessä otetaan huomioon:

- 1) rikkomuksen laatu, laajuus, vakavuus ja kestoaika;
- 2) rikkomuksella saavutettu hyöty, jos tämä tieto on saatavilla;
- 3) elinkeinonharjoittajan toimet vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi;
- 4) elinkeinonharjoittajan mahdolliset aiemmat kuluttajansuojasäännöksiin liittyvät rikkomukset;

5) muussa jäsenvaltiossa samasta rajat ylittävstä rikkomuksesta elinkeinonharjoittajalle määrätty seuraamus, jos tieto tällaisesta seuraamuksesta on saatavilla yhteistyöasetuksella perustetun mekanismin kautta;

6) mahdolliset muut kuin 1–5 kohdassa tarkoitettujen tapauksen olosuhteisiin vaikuttaneet tekijät.

Elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään neljä prosenttia kyseisen rikkomuksen päättymistä edeltäneen vuoden liikevaihdosta. Jos tilinpäätös ei ole seuraamusmaksua määrättäessä vielä valmistunut tai jos liiketoiminta on vasta aloitettu eikä tilinpäätöstä ole saatavissa, liikevaihto voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella. *Jos kyseessä on rikkomus, johon on kohdistettava yhteistyöasetuksen 21 artiklan mukaisesti koordinoituja täytäntöönpanotoimia eivätkä tiedot elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta ole saatavilla, elinkeinonharjoittajalle määrättävä seuraamusmaksu saa olla enintään kaksi miljoonaa euroa.*

Edellä 17 §:ssä tarkoitettulle luonnolliselle henkilölle määrättävä seuraamusmaksu saa

Voimassa oleva laki

olla enintään neljä prosenttia hänen rikkomuksen päättymistä edeltäneenä vuonna toimitetun verotuksen mukaisista tuloistaan, kuitenkin enintään 40 000 euroa. Jos tuloja ei voida luotettavasti selvittää, ne voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella.

Edellä tässä pykälässä liikevaihdolla tarkoitetaan kirjanpitolain (1336/1997) 4 luvun 1 §:ssä tarkoitettua liikevaihtoa tai sitä vastaavaa liikevaihtoa. Jos kyse on luottolaitosten vakavaraisuusvaatimuksista ja asetuksen (EU) N:o 648/2012 muuttamisesta annettua Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EU) N:o 575/2013 soveltavasta luottolaitoksesta tai sijoituspalveluyrityksestä, liikevaihdolla tarkoitetaan kuitenkin mainitun asetuksen 316 artiklan mukaisesti laskettua tuottojen määrää. Jos kyse on vakuutusyhtiöstä, vakuutusyhdistyksestä tai vakuutusyhtiölain (521/2008) 2 luvun 18 b §:ssä tarkoitettusta erillisyhtiöstä, liikevaihdolla tarkoitetaan vakuutusmaksutuloa.

Ehdotus

olla enintään neljä prosenttia hänen rikkomuksen päättymistä edeltäneenä vuonna toimitetun verotuksen mukaisista tuloistaan, kuitenkin enintään 40 000 euroa. Jos tuloja ei voida luotettavasti selvittää, ne voidaan arvioida muun saatavan selvityksen perusteella.

Edellä tässä pykälässä liikevaihdolla tarkoitetaan kirjanpitolain (1336/1997) 4 luvun 1 §:ssä tarkoitettua liikevaihtoa tai sitä vastaavaa liikevaihtoa. Jos kyse on luottolaitosten vakavaraisuusvaatimuksista ja asetuksen (EU) N:o 648/2012 muuttamisesta annettua Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EU) N:o 575/2013 soveltavasta luottolaitoksesta tai sijoituspalveluyrityksestä, liikevaihdolla tarkoitetaan kuitenkin mainitun asetuksen 316 artiklan mukaisesti laskettua tuottojen määrää. Jos kyse on vakuutusyhtiöstä, vakuutusyhdistyksestä tai vakuutusyhtiölain (521/2008) 2 luvun 18 b §:ssä tarkoitettusta erillisyhtiöstä, liikevaihdolla tarkoitetaan vakuutusmaksutuloa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 . Sen 13 §:n 1 momentin 3 kohta tulee kuitenkin voimaan vasta 1 päivänä joulukuuta 2022.

4.

Laki

kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain 13 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista annetun lain muuttamisesta annetun lain (/) 13 §:n 1 momentin 2 kohta seuraavasti:

3. lakiehdotuksessa ehdotettu laki

Ehdotus

13 §

13 §

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu eräiden kuluttajansuojalain säännösten rikkomisesta

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

1) 2 luvun 4 §:n mukaista vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menetteilyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaista velvollisuutta pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 11 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa tavaraa koskevassa hinnanalennusilmoituksessa hinnanalennusta edeltävä alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu, 12 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasioidnissa mainitun säännöksen vastaista palvelua;

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, 13 §:n säännöksiä tietojen vahvistami-

Seuraamusmaksu voidaan määrätä elinkeinonharjoittajalle, joka kuluttajien vahingoksi tahallaan tai huolimattomuudesta rikkoo tai laiminlyö kuluttajansuojalain (38/1978):

1) 2 luvun 4 §:n mukaista vaatimusta markkinoinnin tunnistettavuudesta, 5 §:n mukaista kieltoa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa, 6 §:n mukaista kieltoa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, 7 §:n mukaista kieltoa jättää antamatta olennaisia tietoja, 9 §:n mukaista kieltoa käyttää aggressiivisia menetteilyjä, 10 §:n säännöstä kulutushyödykkeen toimittamisesta ilman tilausta, 10 a §:n 1 momentin mukaista velvollisuutta pyytää kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin, 11 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa tavaraa koskevassa hinnanalennusilmoituksessa hinnanalennusta edeltävä alin hinta, jolla tavaraa on markkinoitu, 12 §:n mukaista velvollisuutta ilmoittaa markkinoinnissa tietoja yhdistetystä tarjouksesta ja kylkiäistarjouksesta tai 14 §:n 1 momentin mukaista kieltoa käyttää tekemäänsä kulutushyödykesopimusta koskevassa puhelinasioidnissa mainitun säännöksen vastaista palvelua;

2) 6 luvun 11 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta kotimyynnissä, 12 §:n säännöksiä ennakkotietojen antamisesta etämyynnissä, *12 a §:n säännöksiä kirjallisesta vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä*, 13 §:n

3. lakiehdotuksessa ehdotettu laki

Ehdotus

sesta, 17 §:n 2–4 momentin mukaisia suoritus-
ten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia tai
17 a §:n 1–3 momentin mukaisia velvollisuuksia
kuluttajan peruuttaessa digitaalista sisältöä
tai palvelua koskevan sopimuksen;

säännöksiä tietojen vahvistamisesta, 17 §:n 2–
4 momentin mukaisia suoritus-
ten palauttamiseen liittyviä velvollisuuksia tai 17 a §:n 1–3
momentin mukaisia velvollisuuksia kuluttajan
peruuttaessa digitaalista sisältöä tai palvelua
koskevan sopimuksen;

3) 6 a luvun 11 §:n 1 tai 2 momentin mu-
kaista velvollisuutta toimittaa ennakkotiedot
ja sopimusehdot kirjallisesti tai muulla pysy-
vällä tavalla, 11 b §:n säännöksiä kirjallisesta
vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä tai
16 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden
suorituksen palauttamiseen;

3) 6 a luvun 11 §:n 1 tai 2 momentin mu-
kaista velvollisuutta toimittaa ennakkotiedot
ja sopimusehdot kirjallisesti tai muulla pysy-
vällä tavalla, 11 b §:n säännöksiä kirjallisesta
vahvistusmenettelystä puhelinmyynnissä tai
16 §:n 2 momentin mukaisen velvollisuuden
suorituksen palauttamiseen;

4) 7 luvun 13 §:n 2 momentin 3 kohdan mu-
kaista kieltoa käyttää lisämaksullista teksti-
viestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipal-
velua, 13 a §:n säännöstä kytkeykaupan kiel-
lostä, 14 §:n mukaisen velvollisuuden arvi-
oida kuluttajan luottokelpoisuus, 15 §:n 1 tai
2 momentin mukaisen velvollisuuden toden-
taa luotonhakijan henkilöllisyys, 16 §:n mu-
kaisen velvollisuuden säilyttää todentamista
koskevat tiedot, 16 a §:n säännöksiä luoton
myöntämisestä, 17 §:n ja sen 3 momentin no-
jalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen
tekemisestä, 17 a §:n säännöksiä luottokustan-
nusten enimmäismäärästä, 17 b §:n säännök-
siä maksuajan pidentämisestä perittävistä ku-
luista, 19 §:n mukaista varojen luovuttamisai-
kaa koskevaa rajoitusta, 24 §:n säännöksiä ko-
ron ja maksujen muutoksista tai 48 §:n mukai-
sen velvollisuuden ilmoittaa valtuuksistaan;

4) 7 luvun 13 §:n 2 momentin 3 kohdan mu-
kaista kieltoa käyttää lisämaksullista teksti-
viestipalvelua tai muuta vastaavaa viestipal-
velua, 13 a §:n säännöstä kytkeykaupan kiel-
lostä, 14 §:n mukaisen velvollisuuden arvi-
oida kuluttajan luottokelpoisuus, 15 §:n 1 tai
2 momentin mukaisen velvollisuuden toden-
taa luotonhakijan henkilöllisyys, 16 §:n mu-
kaisen velvollisuuden säilyttää todentamista
koskevat tiedot, 16 a §:n säännöksiä luoton
myöntämisestä, 17 §:n ja sen 3 momentin no-
jalla annettuja säännöksiä luottosopimuksen
tekemisestä, 17 a §:n säännöksiä luottokustan-
nusten enimmäismäärästä, 17 b §:n säännök-
siä maksuajan pidentämisestä perittävistä ku-
luista, 19 §:n mukaista varojen luovuttamisai-
kaa koskevaa rajoitusta, 24 §:n säännöksiä ko-
ron ja maksujen muutoksista tai 48 §:n mukai-
sen velvollisuuden ilmoittaa valtuuksistaan;

5) 7 a luvun 10 §:n 1 momentin mukaisen
velvollisuuden määritellä luottokelpoisuuden
arvioinnissa käytettävät menettelytavat ja tie-
dot, 11 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida
kuluttajan luottokelpoisuus, 14 §:n säännöksiä
luottotarjouksen tekemisestä tai 15 §:n ja sen
3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luot-
tosopimuksen tekemisestä;

5) 7 a luvun 10 §:n 1 momentin mukaisen
velvollisuuden määritellä luottokelpoisuuden
arvioinnissa käytettävät menettelytavat ja tie-
dot, 11 §:n mukaisen velvollisuuden arvioida
kuluttajan luottokelpoisuus, 14 §:n säännöksiä
luottotarjouksen tekemisestä tai 15 §:n ja sen
3 momentin nojalla annettuja säännöksiä luot-
tosopimuksen tekemisestä;

6) 9 luvun 25 §:n 2 momentin mukaisen vel-
vollisuuden asettaa ennakkomaksun turvaava
vakuus;

6) 9 luvun 25 §:n 2 momentin mukaisen vel-
vollisuuden asettaa ennakkomaksun turvaava
vakuus;

7) 10 luvun 12 §:n kieltoa ottaa vastaan suoritus
peruuttamisaikana ja välityssopimuksen
voimassaoloaikana.

7) 10 luvun 12 §:n kieltoa ottaa vastaan suoritus
peruuttamisaikana ja välityssopimuksen
voimassaoloaikana.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös
elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös
elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai

3. lakiehdotuksessa ehdotettu laki

Ehdotus

huolimattomuudesta käyttää sopimusehtoa tai soveltaa käytäntöä, jolla poiketaan kuluttajien vahingoksi kuluttajansuojalain:

1) 6 luvun 14 §:n 1 tai 2 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus;

2) 6 a luvun 12 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa rahoituspalvelun etämyyntiä koskeva sopimus;

3) 7 luvun 20 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa kuluttajaluottosopimus taikka 39 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta saada luotonantajalta rahasuoritus myyjän tai palveluksen suorittajan sopimusrikkomuksen johdosta;

4) 7 a luvun 17 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa asunto-omaisuuteen liittyvä kuluttajaluottosopimus;

5) 10 luvun 9 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa aikaosuutta tai pitkäkestoisista lomatuotetta koskeva sopimus taikka vaihtosopimus.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää kuluttajansuojalain 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohdavia tai aggressiivisia menettelytapoja.

huolimattomuudesta käyttää sopimusehtoa tai soveltaa käytäntöä, jolla poiketaan kuluttajien vahingoksi kuluttajansuojalain:

1) 6 luvun 14 §:n 1 tai 2 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyyntisopimus;

2) 6 a luvun 12 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa rahoituspalvelun etämyyntiä koskeva sopimus;

3) 7 luvun 20 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa kuluttajaluottosopimus taikka 39 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta saada luotonantajalta rahasuoritus myyjän tai palveluksen suorittajan sopimusrikkomuksen johdosta;

4) 7 a luvun 17 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa asunto-omaisuuteen liittyvä kuluttajaluottosopimus;

5) 10 luvun 9 §:n 1 momentin mukaisesta oikeudesta peruuttaa aikaosuutta tai pitkäkestoisista lomatuotetta koskeva sopimus taikka vaihtosopimus.

Seuraamusmaksu voidaan määrätä myös elinkeinonharjoittajalle, joka tahallaan tai huolimattomuudesta käyttää kuluttajansuojalain 2 luvun 15 §:n 3 kohdan nojalla annetuissa säännöksissä tarkoitettuja harhaanjohdavia tai aggressiivisia menettelytapoja.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20

5.

Laki

sähkömarkkinalain 87 ja 88 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään sähkömarkkinalain (588/2013) 87 §:ään, sellaisena kuin se on osaksi laissa 108/2019, uusi 3 momentti, jolloin nykyinen 3 momentti siirtyy 4 momentiksi, sekä 88 §:ään, sellaisena kuin se on laissa 1212/2013, uusi 5 momentti seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

87 §

87 §

Sopimuksen tekeminen

Sopimuksen tekeminen

Liittymissopimus on tehtävä kirjallisesti. Jakeluverkonhaltija ei saa vedota ehtoon, jota ei ole merkitty liittymissopimukseen tai josta ei ole muutoin sovittu kirjallisesti.

Kutakin sähkökäyttöpaikkaa koskevan sähköverkkosopimuksen ja sähkönmyyntisopimuksen saa tehdä vain samalle loppukäyttäjälle tai samoille loppukäyttäjille. Sähköverkkosopimus ja sähkönmyyntisopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii.

Toimitusvelvollisuuden piirissä olevalla loppukäyttäjällä tulee olla mahdollisuus tehdä vähittäismyyjän kanssa sopimus, joka sisältää sähkötoimituksen lisäksi sähkönjakelun sisältämän palvelun.

Liittymissopimus on tehtävä kirjallisesti. Jakeluverkonhaltija ei saa vedota ehtoon, jota ei ole merkitty liittymissopimukseen tai josta ei ole muutoin sovittu kirjallisesti.

Kutakin sähkökäyttöpaikkaa koskevan sähköverkkosopimuksen ja sähkönmyyntisopimuksen saa tehdä vain samalle loppukäyttäjälle tai samoille loppukäyttäjille. Sähköverkkosopimus ja sähkönmyyntisopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii.

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa kuluttajalle puhelimesta 1 tai 2 momentissa tarkoitettua sopimusta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

Toimitusvelvollisuuden piirissä olevalla loppukäyttäjällä tulee olla mahdollisuus tehdä vähittäismyyjän kanssa sopimus, joka sisältää sähkötoimituksen lisäksi sähkönjakelun sisältämän palvelun.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

88 §

88 §

*Vahvistusilmoitus**Vahvistusilmoitus*

Jos sähköverkkosopimusta tai sähkönmyyntisopimusta ei ole tehty kirjallisesti, jakeluverkonhaltijan tai vähittäismyyjän on lähetettävä loppukäyttäjälle tiedot tehdystä sopimuksesta sekä siihen sovellettavista hinnoista ja muista ehdoista (*vahvistusilmoitus*). Vahvistusilmoitus on lähetettävä viivytyksettä ja viimeistään kahden viikon kuluttua sopimuksen tekemisestä.

Jos sopimus on tehty kuluttajan kanssa kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitettussa kotimyyynnissä tai etämyynnissä, vahvistusilmoituksen on täytettävä mainitun luvun 13 §:ssä vahvistukselle säädetyt vaatimukset. Tällöin myös vahvistusilmoituksen toimittamisaikaan sovelletaan, mitä mainitussa pykälässä säädetään.

Sopimus katsotaan tehdyksi vahvistusilmoituksen ehdoin, jollei loppukäyttäjä vahvistusilmoituksessa mainitussa huomautusajassa ole ilmoittanut sopijapuolelleen, ettei hän pidä ilmoitusta sopimusta vastaavana. Huomautusajan on oltava vähintään kolme viikkoa vahvistusilmoituksen lähettämisestä. Kuluttajan oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyynnissä tehty sopimus säädetään kuluttajansuojalain 6 luvussa.

Sopimuksen tekemisen ja loppukäyttäjän tekemän ilmoituksen välisenä aikana sovelletaan vahvistusilmoituksen mukaisia sopimusehtoja, jollei muuta näytetä sovitun.

Jos sähköverkkosopimusta tai sähkönmyyntisopimusta ei ole tehty kirjallisesti, jakeluverkonhaltijan tai vähittäismyyjän on lähetettävä loppukäyttäjälle tiedot tehdystä sopimuksesta sekä siihen sovellettavista hinnoista ja muista ehdoista (*vahvistusilmoitus*). Vahvistusilmoitus on lähetettävä viivytyksettä ja viimeistään kahden viikon kuluttua sopimuksen tekemisestä.

Jos sopimus on tehty kuluttajan kanssa kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitettussa kotimyyynnissä tai etämyynnissä, vahvistusilmoituksen on täytettävä mainitun luvun 13 §:ssä vahvistukselle säädetyt vaatimukset. Tällöin myös vahvistusilmoituksen toimittamisaikaan sovelletaan, mitä mainitussa pykälässä säädetään.

Sopimus katsotaan tehdyksi vahvistusilmoituksen ehdoin, jollei loppukäyttäjä vahvistusilmoituksessa mainitussa huomautusajassa ole ilmoittanut sopijapuolelleen, ettei hän pidä ilmoitusta sopimusta vastaavana. Huomautusajan on oltava vähintään kolme viikkoa vahvistusilmoituksen lähettämisestä. Kuluttajan oikeudesta peruuttaa koti- tai etämyynnissä tehty sopimus säädetään kuluttajansuojalain 6 luvussa.

Sopimuksen tekemisen ja loppukäyttäjän tekemän ilmoituksen välisenä aikana sovelletaan vahvistusilmoituksen mukaisia sopimusehtoja, jollei muuta näytetä sovitun.

Mitä 3 ja 4 momentissa säädetään, ei sovelleta sopimukseen, jos sitä tehtäessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20

6.

Laki

maakaasumarkkinalain 71 ja 72 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan maakaasumarkkinalain (587/2017) 71 §:n 1 momentti ja 72 §:n 1 momentti seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

71 §

71 §

Maakaasuverkkosopimuksen tekeminen

Maakaasuverkkosopimuksen tekeminen

Maakaasuverkkosopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasuverkkosopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii.

Maakaasuverkkosopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasuverkkosopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii. *Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasuverkkosopimusta kuluttajalle puhelimesta ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halutaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.*

Maakaasuverkkosopimus voidaan tehdä, kun kyseistä maakaasun käyttöpaikkaa koskeva maakaasun liittymissopimus on voimassa.

Maakaasuverkkosopimus voidaan tehdä, kun kyseistä maakaasun käyttöpaikkaa koskeva maakaasun liittymissopimus on voimassa.

Maakaasun jakelun aloittamisen edellytyksenä on maakaasuverkkosopimuksen ja maakaasun liittymissopimuksen lisäksi voimassaoleva maakaasun myyntisopimus avoimesta maakaasun toimituksesta vastaavan vähittäismyyjän kanssa.

Maakaasun jakelun aloittamisen edellytyksenä on maakaasuverkkosopimuksen ja maakaasun liittymissopimuksen lisäksi voimassaoleva maakaasun myyntisopimus avoimesta maakaasun toimituksesta vastaavan vähittäismyyjän kanssa.

72 §

72 §

Maakaasun myyntisopimuksen tekeminen

Maakaasun myyntisopimuksen tekeminen

Maakaasun myyntisopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasun myyntisopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii.

Maakaasun myyntisopimus voidaan tehdä kirjallisesti tai suullisesti. Maakaasun myyntisopimus on tehtävä kirjallisesti, jos sopijapuoli sitä vaatii. *Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa maakaasun myyntisopimusta kuluttajalle*

Voimassa oleva laki

Ehdotus

Vähittäismyyjän toimitusvelvollisuuden piirissä olevalla loppukäyttäjällä on oikeus solmia vähittäismyyjän kanssa sopimus, joka sisältää maakaasun toimituksen lisäksi maakaasun jakelun sisältämän palvelun.

Maakaasun toimituksen aloittamisen edellytyksenä on maakaasun liittymissopimuksen lisäksi voimassaoleva maakaasuverkkosopimus.

puhelimessa ja kuluttaja tällöin ilmoittaa halustaan tehdä sopimus elinkeinonharjoittajan kanssa, sopimuksen tekemisessä on noudatettava kuluttajansuojalain 6 luvun 12 a §:ssä säädettyjä vaatimuksia, jollei mainitun pykälän 3 momentista muuta johdu.

Vähittäismyyjän toimitusvelvollisuuden piirissä olevalla loppukäyttäjällä on oikeus solmia vähittäismyyjän kanssa sopimus, joka sisältää maakaasun toimituksen lisäksi maakaasun jakelun sisältämän palvelun.

Maakaasun toimituksen aloittamisen edellytyksenä on maakaasun liittymissopimuksen lisäksi voimassaoleva maakaasuverkkosopimus.

—————
Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20
.

7.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain voimaantulosäännöksen muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään kuluttajansuojalain muuttamisesta annetun lain (1242/2021) voimaantulosäännökseen uusi 3 momentti seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Tämä laki tulee voimaan 1 päivänä tammi-
kuuta 2022.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyyn so-
pimukseen ja sitoumukseen sovelletaan tämän
lain voimaan tullessa voimassa olleita sään-
nöksiä.

Ehdotus

Tämä laki tulee voimaan 1 päivänä tammi-
kuuta 2022.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyyn so-
pimukseen ja sitoumukseen sovelletaan tämän
lain voimaan tullessa voimassa olleita sään-
nöksiä.

*Lain 5 a luvun säännöksiä sovelletaan kui-
tenkin 27 §:ää lukuun ottamatta myös ennen 1
päivää tammikuuta 2022 tehtyyn sopimuk-
seen, kun digitaalista sisältöä tai palvelua toi-
mitetaan kuluttajalle 28 päivästä toukokuuta
2022 lukien.*

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20

Valtioneuvoston asetus

kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun asetuksen 1 §:n muuttamisesta

Valtioneuvoston päätöksen mukaisesti

lisätään kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa annetun valtioneuvoston asetuksen 1 §:ään, sellaisena kuin se on osaksi asetuksissa 1126/2015 ja 176/2018, uusi 23–27 kohta seuraavasti:

1 §

Harhaanjohtava menettely

Seuraavia menettelytapoja markkinoinnissa ja asiakassuhteissa pidetään kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettulla tavalla sopimattomina ja lain 2 luvun 6 ja 7 §:ssä tarkoitettulla tavalla harhaanjohtavina:

23) vaatimus, että kuluttajan, joka haluaa tehdä korvaushakemuksen vakuutuksen perusteella, on esitettävä asiakirjoja, joita ei kohtuudella voida pitää korvaushakemuksen hyväksyttävyyden kannalta olennaisina, tai järjestelmällinen vastaamatta jättäminen asiaan liittyvään kirjeenvaihtoon, jotta kuluttaja jättäisi käyttämättä hänelle sopimuksen perusteella kuuluvia oikeuksia;

24) hakutulosten antaminen kuluttajan verkossa tekemään hakukyselyyn ilman, että kuluttajalle selvästi ilmoitetaan maksetusta mainonnasta tai maksusta, jonka nimenomaisena tarkoituksena on kulutushyödykkeiden asettaminen järjestyksessä korkeammalle hakutuloksissa;

25) tapahtumalippujen jälleenmyynti kuluttajille, jos elinkeinonharjoittaja on hankkinut liput käyttäen automaattisia keinoja, joilla kierretään yksittäisen henkilön ostamien lippujen määrälle asetettua rajoitusta tai lippujen ostamiseen sovellettavia muita sääntöjä;

26) ilmoitus, jonka mukaan tuotearvostelut ovat kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet kulutushyödykettä tai ostaneet sen, ilman, että on toteutettu kohtuullisia ja oikeasuhteisia toimia sen tarkistamiseksi, että arvostelut ovat peräisin tällaisilta kuluttajilta;

27) tekaistujen kuluttaja-arvostelujen tai suosittelujen esittäminen tai tämän antaminen toimeksi muulle oikeushenkilölle tai luonnolliselle henkilölle taikka kuluttaja-arvostelujen tai sosiaalisen median suosittelujen vääristeleminen kulutushyödykkeiden myynnin edistämiseksi.

Tämä asetus tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Oikeusministeriön asetus

kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annetun asetuksen muuttamisesta

Oikeusministeriön päätöksen mukaisesti
muutetaan kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista annetun oikeusministeriön asetuksen liitettä I ja II, sellaisina kuin ne ovat asetuksessa 110/2014, seuraavasti:

Liite I

Tietoja peruuttamisoikeuden käytöstä

Peruuttamisohjeen malli

Peruuttamisoikeus

Peruuttamisoikeuden käyttämiseksi teidän on ilmoitettava meille [2] päätöksestänne peruuttaa sopimus yksiselitteisellä tavalla (esimerkiksi kirjeellä postitse tai sähköpostilla). Voitte käyttää liitteenä olevaa peruuttamislomaketta, mutta sen käyttö ei ole pakollista. [3]

Lomakkeen täyttöohjeet:

[2] Lisätäkää nimenne, maantieteellinen osoitteenne, puhelinnumeronne ja sähköpostiosoitteenne.

Liite II

Peruuttamislomakkeen malli

(täyttäkää ja palauttakaa tämä lomake vain siinä tapauksessa, että haluatte peruuttaa sopimuksen)

– Vastaanottaja [elinkeinonharjoittajan on lisättävä tähän nimensä, maantieteellinen osoitteen ja sähköpostiosoitteensa]:

Tämä asetus tulee voimaan päivänä kuuta 20 .