

**Hallituksen esitys Eduskunnalle laeiksi kuluttajansuojalain ja
sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain
2 §:n muuttamisesta**

ESITYKSEN PÄÄASIALLINEN SISÄLTÖ

Esityksessä ehdotetaan kuluttajansuojalakia muutettavaksi. Muutoksin pantaisiin täytäntöön kuluttajansuojasta etäsopimuksissa annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 97/7/EY ja harhaanjohtavaa mainontaa koskevan direktiivin 84/450/ETY muuttamisesta sisällyttämällä siihen vertaileva mainonta annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 97/55/EY. Lisäksi esityksessä ehdotetaan muutoksia kuluttajansuojalain säännöksiin yhdistetyistä tarjouksista ja niin sanotuista kylkiäisistä sekä kulu- tushyödykkeen hinnan sovittelusta. Nämä ehdotukset eivät liity direktiivien täytäntöönpanoon.

Direktiivin 97/7/EY täytäntöön panemiseksi muutettaisiin kotimyyntiä ja posti- myyntiä koskevaa kuluttajansuojalain sääntelyä ensinnäkin siten, että sääntely kattaisi kaikenlaisen etämyyntein. Nykyiset säännökset koskevat vain puhelinmyyntiä ja tar- varoiden postimyyntiä.

Etämyyntiä olisi kulu- tushyödykkeiden tar- joaminen kuluttajille elinkeinonharjoittajan järjestämän etätarjontamenetelmän avulla niin, että sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksin- omaan etäviestimiä. Etäviestimellä tarkoitetaisiin puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa ja muuta välinettä, jota käyttäen osapuolet voivat tehdä sopimuksen olematta yhtä aikaa läsnä.

Ehdotettu sääntely ei kuitenkaan koskisi satunnaisia etäsopimuksia esimerkiksi sitä, että kuluttaja soittaa liikkeeseen ja pyytää toimittamaan tuotteita kotiinsa.

Ehdotetut etämyyntisäännökset eivät koski- si kaikkia kuluttajasopimuksia. Sovelta- misalan ulkopuolelle on rajattu muun muas- sa kiinteistökauppaa, rahoituspalveluja ja aikaosuu- sasuntoja koskevat sopimukset.

Elinkeino- harjoittajalla olisi etämyynteissä yleensä kaksivaiheinen tiedonantovelvolli-

suus. Perustiedot elinkeinonharjoittajasta, tarjotusta hyödykkeestä, sopimusehdoista ja kuluttajan peruuttamisoikeudesta olisi anneta- tava ennen sopimuksen tekemistä. Sopimuk- sen tekemisen jälkeen ennakkotiedot sekä niitä täydentävät tiedot olisi vahvistettava kirjallisesti tai muuten pysyvästi.

Kuluttajalla olisi oikeus peruuttaa etäsopi- mus 14 päivän määräajassa. Jos vahvistusil- moitus on puutteellinen, peruuttamisaika pitenisi kolmeen kuukauteen. Jos vahvistus- ta ei lainkaan anneta, sopimus tulisi kulutta- jaa lopullisesti sitovaksi vasta vuoden kulut- tua sen tekemisestä.

Elinkeino- harjoittaja vastaisi peruutuksen johdosta palautettavien tuotteiden palautus- kuluista, jos tuote voidaan palauttaa ta- vanomaisella tavalla postitse. Sen sijaan jos tuote kokonsa tai painonsa takia edellyttää erilliskäsittelyä tai muuta erityiskuljetusta, palautuskuluista vastaisi kuluttaja.

Peruuttamisoikeus ei kuitenkaan olisi poik- keuseton. Palvelussopimusta ei saisi peruut- ta sen jälkeen, kun suoritus on kuluttajan suostumuksella aloitettu. Peruuttamisoikeu- den ulkopuolelle on rajattu lisäksi sellaisia hyödykkeitä koskevia sopimuksia, joiden luonteeseen peruuttamisoikeus ei sovellu.

Kuluttajansuojalain kotimyyntisäännöksiin ehdotetaan muutoksia, jotka eivät suoraan johdu mistään direktiivistä. Muutokset kos- kevat peruuttamisaikaa, peruuttamismenette- lyä ja elinkeinonharjoittajan lainvastaisen menettelyn seuraamuksia. Ehdotuksilla on tarkoitus yhtenäistää kotimyyntiä ja etä- myyntiä koskevaa sääntelyä.

Kuluttajansuojalakiin lisättäisiin vielä di- rektiiviin 97/7/EY perustuva kielto tarjota markkinoinnissa kulu- tushyödykkeitä toimit- tamalla niitä tilaamatta ja edellyttämällä ku- luttajalta maksua tai hyödykkeen palautta- mista tai säilyttämistä.

Direktiivin 97/55/EY täytäntöön panemi-

seksi ehdotetaan kuluttajansuojalain ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain täydentämistä vertailevaa mainontaa koskevilla säännöksillä.

Vertailevalla mainonnalla tarkoitettaisiin mainontaa, josta voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai kilpailijan markkinoima hyödyke. Ehdotuksen mukaan vertaileva mainonta olisi sallittua, jos se täyttää laissa luetellut vertailun totuudenmukaisuutta, puolueettomuutta ja asiallisuutta koskevat yksityiskohtaiset vaatimukset.

Kuluttajansuojalain markkinointisäännöksiä ehdotetaan muutettavaksi siten, että yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäistarjouksia voitaisiin käyttää nykyistä laajemmin kilpailukeinoina. Esityksessä luovuttaisiin tällaisille tarjouksille nykyisin asetetusta vaatimuksesta, jonka mukaan yhdessä tarjotuilla hyödykkeillä on oltava ilmeinen asiallinen yhteys keskenään.

Elinkeinonharjoittajan olisi sen sijaan annettava markkinoinnissaan tietoja tarjouksen sisällöstä ja ehdoista, jotta kuluttajat voisivat arvioida tarjouksen edullisuuden.

Kulutushyödykkeen kohtuuttoman hinnan sovittelua nykyisin koskevista erityisistä edellytyksistä ehdotetaan luovuttaviksi. Kohtuuttomuuden arviointi ja sovittelu perustuisivat vastaavaan kokonaisharkintaan kuin muitakin sopimusehtoja soviteltaessa. Periaate on sama kuin varallisuus oikeudellisista oikeustoimista annetun lain yleisessä kohtuullistamissäännöksessä.

Lait ovat tarkoitetut tulemaan voimaan mahdollisimman pian niiden hyväksymisen ja vahvistamisen jälkeen. Sopimussuhdetta koskevia kuluttajansuojalain säännöksiä sovellettaisiin lain voimaantulon jälkeen tehtäviin sopimuksiin.

SISÄLLYSLUETTELO

ESITYKSEN PÄÄASIALLINEN SISÄLTÖ	1
YLEISPERUSTELUT	5
1. Nykytila	5
1.1. Lainsäädäntö ja käytäntö	5
1.1.1. Etämyynti	5
1.1.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset	6
1.1.3. Vertaileva mainonta	7
1.2. Kansainvälinen kehitys, ulkoimaiden lainsäädäntö ja käytäntö	7
1.2.1. Etämyynti	7
1.2.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset	11
1.2.3. Vertaileva mainonta	12
2. Nykytilan arviointi	13
2.1. Etämyynti	13
2.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset	14
2.3. Vertaileva mainonta	14
3. Esityksen tavoitteet ja keskeiset ehdotukset	15
3.1. Etämyynti	15
3.1.1. Yleistä	15
3.1.2. Soveltamisala	15
3.1.3. Elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus	16
3.1.4. Kuluttajan oikeus peruuttaa sopimus	16
3.1.5. Puhelinmyynti	17
3.1.6. Kotimyynti	18
3.1.7. Muut ehdotukset	18
3.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset	18
3.3. Vertaileva mainonta	19
3.4. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu	19
4. Esityksen vaikutukset	20
4.1. Etämyynti	20
4.1.1. Direktiivin vähimmäistason ylittävien säännösten vaikutus kansainväliseen sähköiseen kaupankäyntiin	20
4.1.2. Muut vaikutukset	21
4.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset	22
4.3. Vertaileva mainonta	22
4.4. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu	22
5. Asian valmistelu	22
5.1. Etämyynti	22
5.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset sekä vertaileva mainonta	23
5.3. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu	23
YKSITYISKOHTAISET PERUSTELUT	23
1. Lakiehdotusten perustelut	23
1.1. Kuluttajansuojalaki	23
1.2. Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa	37

2. Tarkemmat säännökset	37
3. Voimaantulo	38
LAKIEHDOTUKSET	39
1. Laki kuluttajansuojalain muuttamisesta	39
2. Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 §:n muuttamisesta	46
LIITE	
Rinnakkaistekstit	47

YLEISPERUSTELUT

1. Nykytila

1.1. Lainsäädäntö ja käytäntö

1.1.1. Etämyynti

Lainsäädäntö

Etämyyntitavoista säännellään nykyisin vain puhelinmyyntiä ja postimyyntiä. Säännökset sisältyvät kuluttajansuojalain (38/1978) 6 lukuun, joka koskee kotimyyntiä ja postimyyntiä. Postimyyntillä tarkoitetaan luvussa tavarantoimitusta tilattavaksi ostajalle toimitettavan esitteen, luettelon tai ilmoituksen perusteella. Puhelinmyynti katsotaan kotimyyntiksi. Postimyyntisäännökset koskevat vain tavarantoimitusta, mutta kotimyyntisäännökset sekä tavarantoimituksen että palvelustoimituksen. Eräät sopimukset, kuten kiinteistön kauppa ja vuokra sekä luotto- ja vakuutus sopimukset, on rajattu luvun soveltamisalan ulkopuolelle.

Kotimyyntissä elinkeinonharjoittajan tai tämän asiamiehen on luovutettava kuluttajalle erityinen kotimyyntiasiakirja, jossa on sopimusta koskevien tietojen ohella mainittava kuluttajan oikeus peruuttaa sopimus ja annettava ohjeet peruuttamisoikeuden käyttämisestä varten. Kotimyyntiasiakirjan on oltava kauppa- ja teollisuusministeriön vahvistaman tai Kuluttajaviraston erikseen hyväksymän kaavan mukainen.

Ellei kotimyyntiasiakirjaa ole luovutettu asianmukaisesti kuluttajalle, elinkeinonharjoittaja ei voi vedota kuluttajan tarjoukseen tai vastaukseen.

Kuluttajalla on kotimyyntissä ja postimyyntissä oikeus peruuttaa sopimus seitsemän päivän määräajassa. Kotimyyntissä peruuttamisaika alkaa siitä, kun kuluttaja on vastaanottanut kotimyyntiasiakirjan. Tavarantoimituksessa aika alkaa kuitenkin vasta tavarantoimituksen tai ensimmäisen tavarantoimituksen vastaanottamisesta, jos se tapahtuu myöhemmin kuin asiakirjan vastaanottaminen. Postimyyntin peruuttamisaika alkaa aina tavarantoimituksen tai ensimmäisen tavarantoimituksen vastaanottamisesta. Peruuttamisesta on ilmoitettava kirjallisesti. Postimyyntis-

sä peruuttamisilmoitukseksi katsotaan myös vastaanotetun tavarantoimituksen palauttaminen.

Jos kuluttaja haluaa peruuttaa postimyyntisopimuksen, hänen on palautettava vastaanotettu tavara kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle. Elinkeinonharjoittajan on korvattava palauttamiskulut. Kotimyyntissä elinkeinonharjoittajan on sen sijaan noudettava tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus kuluttajan luota. Kuluttajan vastuu tavarantoimituksen säilyttämisestä lakkaa kahden kuukauden kuluttua vastaanottamisesta. Jos elinkeinonharjoittaja ei ole tänä aikana noutanut tavaraa tai suoritusta, kuluttaja saa sen vastikkeetta, paitsi jos se olisi elinkeinonharjoittajan kannalta ilmeisen kohtuutonta.

Kuluttaja ei menetä peruuttamisoikeuttaan, jos tavara tai suoritus tuhoutuu, huonontuu tai vähentyy ilman hänen syytään. Hän ei vastaa myöskään arvon alenemisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarantoimituksen tutkimisesta tai muusta sellaisesta syystä.

Jos elinkeinonharjoittaja ei ole 30 päivän kuluessa peruuttamisilmoituksen saatuaan palauttanut, mitä kauppahinnasta on maksettu, hänen on viivästyskoron sijasta maksettava kuluttajalle kymmenesosa kauppahinnasta sopimussakon luonteisena korvauksena. Kotimyyntissä tällaista lisäkorvausta ei kuitenkaan tarvitse maksaa, jos kuluttaja saa tavarantoimituksen vastikkeetta.

Koti- ja postimyyntistä annetussa asetuksessa (1601/1993) on vahvistettu hinta, jota halvempiin hyödykkeisiin kuluttajansuojalain 6 luvun säännöksiä ei sovelleta. Hintaraja on 30 markkaa. Luvun säännöksiä kuitenkin sovelletaan, jos samalla kertaa myydään useita kappaleita kulutushyödykettä, jonka yksikköhinta alittaa 30 markkaa, mutta yhteishinta on vähintään 30 markkaa.

Asetuksen mukaan Kuluttajavirasto voi myöntää elinkeinonharjoittajalle luvan käyttää postimyyntissä sopimusehtoa, jolla kuluttajan oikeutta vedota kuluttajansuojalain 6 luvun säännöksiin rajoitetaan. Lupa voidaan myöntää mittatilaustavaroille ja muille tavaroille, joiden edelleenmyyntiarvo alenee

merkittävästi ostajan niihin vaatiman tunnuksen tai muun ostajakohtaisen erikoisominaisuuden johdosta. Lisäksi Kuluttajavirasto voi myöntää elinkeinonharjoittajalle luvan käyttää kotimyyntissä sopimusehtoa, jonka mukaan postitse vastaanotettu tavara on myös palautettava postitse.

Viranomaisohjeet

Kuluttaja-asiamies on antanut ohjeita postimyyntistä vuonna 1988 (ei dnroa) ja kotimyyntistä vuonna 1997 (dnro 96/44/297). Etämyyntiin liittyviä ohjeita on myös vuonna 1997 annetuissa erillisissä ohjeissa, jotka koskevat lapsia markkinoinnin kohteena (dnro 96/44/1717).

Postimyyntiohjeiden mukaan postimyyntiaineistossa on mainittava kaikki sopimusehdot näkyvässä paikassa aineiston siinä osassa, jota ei käytetä tilaamiseen. Postimyyntiluettelon joka aukeamalla on oltava viittaus ehtoihin. Tilauslipukkeeseen on otettava tilauksen olennaisimmat sopimusehdot ja viittaus kaikkiin ehtoihin. Tilauslomakkeissa on oltava kohta, jossa alle 18-vuotias ta kehoitetaan hankkimaan holhoajan suostus tilaukseen.

Hintatiedot on ohjeiden mukaan esitettävä ilmoituksissa ja postimyyntiluetteloissa selkeästi, ja kokonaishinnan on oltava näkyvisä. Kuluttajalle tilauksesta aiheutuvat kulut on ilmoitettava myös tilauslipukkeessa. Jos tavaraa ei toimiteta postitse, toimitusehdoissa on ilmoitettava toimitustapa ja rahtikulut. Postimyyntiyrityksen on ilmoitettava markkinoinnissaan täydellinen käyntiosoite.

Postimyyntitarjous, jonka mukaan tavara lähetetään kuluttajalle automaattisesti, jos tämä ei kieltäydy sitä vastaanottamasta, katsotaan ohjeissa sopimattomaksi.

Kotimyyntiohjeiden mukaan puhelimitse tehtävän tarjouksen ehtojen on oltava selkeästi ymmärrettäviä ja kokonaisuudessaan suullisesti esitettävissä niin, että kuluttaja voi vaivatta ymmärtää, mihin hän sitoutuu. Puhelinmyyntijärjestelmää, jossa numeron valinta ja nauhoitetun myyntiviestin esittäminen tapahtuu automaattisesti, voidaan pitää kuluttajan kannalta sopimattomana. Telekomarkkinointiin on ohjeen mukaan hankittava kuluttajan suostumus.

Lapsia markkinoinnin kohteena koskevilla erityisohjeissa edellytetään, että lapselle ei myydy tavaraa television myyntiohjelman välityksellä. Lapsen nimellä ei saa myöskään

lähettää suoramarkkinointikirjettä.

Valvontakäytännössään kuluttaja-asiamies edellyttää ohjeiden noudattamista. Niiden vastainen menettely voi siten johtaa kuluttajansuojalain 2 tai 3 luvun ja Kuluttajavirastosta annetun lain (1056/1998) mukaisiin toimenpiteisiin.

Oikeuskäytäntö

Markkinatuomioistuimessa on käsitelty vain muutama asia, jossa on nimenomaisesti ollut kysymys etämyynnin menettelytavoista. Ratkaisu 1981:3 koski postimyyntiyrityksen katuosoitteen ilmoittamista. Markkinatuomioistuin katsoi riittäväksi, että kuluttaja sai myyjän toimipaikan osoitetiedot viimeistään silloin, kun hyödyke toimitettiin. Ratkaisussaan 1997:20 markkinatuomioistuin kielsi elinkeinonharjoittajaa lähettämästä kaupallisia tekstiviestejä kuluttajille matkapuhelimiin, jollei kuluttaja ole ennakolta antanut tähän suostumustaan.

1.1.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset

Lainsäädäntö

Kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:ssä kielletään tekemästä markkinoinnissa tarjousta, jonka mukaan kulutushyödyke myydään yhteisestä hinnasta toisen hyödykkeen kanssa tai joka edellyttää, että ostamalla kulutushyödykkeen saa vastikkeetta tai alennetulla hinnalla muun kulutushyödykkeen, mikäli tarjotuilla kulutushyödykkeillä ei ole ilmeistä asiallista yhteyttä keskenään. Säännös täydentää luvun 1 §:n yleislauseketta, jonka mukaan markkinoinnissa ei saa käyttää hyvän tavan vastaista tai muutoin kuluttajan kannalta sopimatonta menettelyä.

Elinkeinonharjoittajaa voidaan kieltää jatkamasta tai uudistamasta lainvastaista markkinointia. Kiellon tehosteeksi on yleensä asetettava uhkasakko. Kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:n nimenomaisen kiellon rikkomisesta tahallaan tai törkeästi huolimattomuudesta voi seurata myös sakkorangaistus.

Viranomaisohjeet

Kuluttaja-asiamies on vuonna 1992 antanut yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäistarjouksia koskevat markkinointiohjeet. Ohjeilla on pyritty selventämään ilmeisen asiallisen yhteyden vaatimusta markkinatuomioistuimen

ratkaisukäytännön valossa.

Oikeuskäytäntö

Markkinatuomioistuimessa on käsitelty lukuisia kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:ssä tarkoitettua lisäetumarkkinointia koskevia asioita. Muun muassa seuraavat tarjoukset on kielletty hyödykkeiden ilmeisen asiallisen yhteyden puuttumisen perusteella:

— aikakauslehden tilaajalle tarjottiin lisäetuna kirja (1995:14) ja kuulakärkikynä (1997:11);

— keittiökalusteiden ostajalle tarjottiin vaihtoehtoisina lisäetuna kalusteisiin kuulumaton vitriinikaappi, eteisryhmä tai keittiövälineistö (1993:9);

— urheilulehden tilaajalle tarjottiin lisäetuna vapaa-ajan tapaturmavakuutus, luonto-opaskirjanen ja virvokejuomajauhe (1981:14);

— kihlasormuksen ostajille tarjottiin lisäetuna kihlakuvaukseen oikeuttava lahjakortti (1980:8).

Sallittuina tarjouksina markkinatuomioistuin on pitänyt muun muassa seuraavia:

— silmälasikehysten ostajalle tarjottiin alennuksella linssit (1993:17);

— keittiökalusteiden ostajalle tarjottiin alennuksella astianpesukone (1993:3);

— kirjapaketti, jonka kirjoista osa oli kaudonkirjallisuutta ja osa yleistajuisesti historiaa ja eläimistöä kuvaavia (1984:2).

Arvioidessaan sitä, onko tarjottujen hyödykkeiden kesken laissa edellytetty ilmeinen assilainen yhteys, markkinatuomioistuin on kiinnittänyt huomiota erityisesti siihen, hankitaanko kyseiset tuotteet yleensä yhdessä tai liittykö niiden käyttäminen toisiinsa.

Eräissä tapauksissa markkinatuomioistuin on kieltänyt lisäetutarjouksen kuluttajien kannalta sopimattomana kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n yleislausekkeen nojalla, vaikka tarjouksen ei katsottu olleen 4 §:n erityissäännöksen vastainen. Tapaukset koskivat autovakuutuksen tarjoamista lisäetuna auton ostajalle (1980:19) sekä uuden filmin tarjoamista "ilmaisena" maksullisen kehitys- ja kopiointipalvelun yhteydessä (1982:10, 11 ja 12). Yleislausekkeen nojalla on kielletty myös lapsiin kohdistunut kylkiäismarkkinointi (1980:13) sekä sähkön markkinointi tarjoamalla kylkiäisiä tai tekemällä muu vastaava tarjous, joka rakenteeltaan ja esitystavaltaan on omiaan viemään kuluttajien huomion sähkösimuksen tekemisen kannalta

toisarvoisiin seikkoihin (1999:6).

1.1.3. Vertaileva mainonta

Lainsäädäntö

Vertailevasta mainonnasta ei ole erityissäännöksiä, vaan siihen sovelletaan markkinointia yleensä koskevia säännöksiä. Käytännössä ovat useimmiten tulleet sovellettaviksi kuluttajansuojalain 2 luvun 2 § ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain (1061/1978) 2 §, jotka koskevat totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa markkinointia. Vertailevaa mainontaa on lisäksi arvioitu kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n ja sitä vastaavan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:n yleislausekkeen nojalla.

Oikeuskäytäntö ja alan käytäntö

Vertailevasta mainonnasta on runsaasti markkinatuomioistuimen ratkaisuja. Tuomioistuin on ratkaisujensa perusteluissa vakiintuneesti todennut, että vertailevassa mainonnassa korostuu vaatimus esitettävien seikkojen totuudellisuudesta. Vertailut seikat on myös valittava niin, että vertailun kohteista syntyy oikea kokonaiskuva. Elinkeinonharjoittajan on kyettävä osoittamaan vertailussa esitettävät tiedot riidattomiksi tosiasioiksi.

Vertailevaa mainontaa on lukuisia kertoja käsitelty myös Keskuskauppakamarin liiketapalautakunnassa. Lautakunta antaa lausuntoja siitä, onko suunniteltua tai elinkeinotoiminnassa toteutettua toimenpidettä pidettävä hyvän liiketavan vastaisena tai muutoin elinkeinotoiminnassa sopimattomana menettelynä taikka mainonnan kansainvälisten perussääntöjen vastaisena. Liiketapalautakunta on lausunnoissaan niin ikään korostanut totuudellisuuden vaatimusta ja mainostajan velvollisuutta kyetä esittämään väitteidensä tueksi puolueetonta selvitystä.

1.2. Kansainvälinen kehitys, ulkomaiden lainsäädäntö ja käytäntö

1.2.1. Etämyynti

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 97/7/EY

Euroopan parlamentti ja neuvosto ovat 20 päivänä toukokuuta 1997 antaneet direktiivin

97/7/EY kuluttajansuojasta etäsopimuksissa, jäljempänä direktiivi. Direktiivi on niin sanottu vähimmäisdirektiivi, joten jäsenvaltiot voivat antaa tai pitää voimassa säännöksiä, jotka suojaavat kuluttajaa tehokkaammin kuin direktiivin säännökset.

Soveltamisala

Direktiivi koskee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisiä etäsopimuksia. Etäsopimuksella tarkoitetaan direktiivin 2 artiklan 1 alakohdan mukaan tavaraa tai palvelua koskevaa sopimusta, joka tehdään elinkeinonharjoittajan järjestämän sellaisen etämyyntitai palvelutarjontamenetelmän avulla, jossa käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintävälinettä sopimuksen tekemiseen asti, mukaanlukien sopimuksen tekeminen.

Etäviestintävälineellä tarkoitetaan direktiivin 2 artiklan 4 alakohdan mukaan välinettä, jota voidaan käyttää kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisen sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä. Direktiivin liitteessä on esimerkkeinä etäviestintävälineistä mainittu muun muassa osoitteellinen ja osoitteeton painotuote, vakiokirje, tilauskupongin sisältävä lehti-mainos, puhelin, radio, televisio, tietokone, sähköposti ja telekopio.

Direktiivin soveltamisalan rajoitukset on lueteltu 3 artiklan 1 kohdassa. Direktiiviä ei sovelleta rahoituspalvelua koskeviin sopimuksiin, joista direktiivin liitteessä on esimerkkeinä mainittu sijoitus-, vakuutus- ja pankkipalvelut sekä termiini- ja optio toimiin liittyvät palvelut. Direktiiviä ei sovelleta myöskään kiinteän omaisuuden rakentamista, kauppaa tai muuta kiinteään omaisuuteen kohdistuvaa oikeutta koskevaan sopimukseen vuokrasopimusta lukuunottamatta. Soveltamisalan ulkopuolelle on rajattu vielä jakelu-automaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtävät sopimukset, teletoinnin harjoittajan kanssa maksullista yleisöpuhelin-ta käyttäen tehtävät sopimukset sekä huuto-kaupassa tehtävät sopimukset.

Artiklan 2 kohdan mukaan elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta, kuluttajan peruuttamisoikeutta ja sopimuksen täyttämistä koskevia direktiivin säännöksiä ei sovelleta sopimukseen, jotka koskevat elintarvikkeiden tai muiden päivittäistavaroiden säännöllistä toimittamista kuluttajan asuntoon tai työpaikalle. Vastaavat soveltamisrajoitukset koskevat majoitus-, kuljetus-, ravintola- tai

vapaa-ajanpalvelujen tarjoamista, jos elinkeinonharjoittaja sopimusta tehtäessä sitoutuu suorittamaan palvelun määrättyä ajankohtana tai määrätyn ajan kuluessa. Ulkoilmatilaisuuksien osalta elinkeinonharjoittaja saa poikkeuksellisesti varata itselleen oikeuden olla erityisolosuhteissa soveltamatta 7 artiklan 2 kohdan säännöstä maksettujen maksujen palauttamisesta.

Elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus

Direktiivin 4 artiklan 1 kohdan mukaan elinkeinonharjoittajan on hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä annettava kuluttajalle tiedot henkilöllisyydestään ja, jos sopimuksessa edellytetään ennakkomaksua, myös osoitteestaan. Lisäksi kuluttajalle tulee ilmoittaa tavarain tai palvelun pääominaisuudet, hinta veroineen, maksuehdot, mahdolliset toimituskulut, toimitusehdot ja muut sopimuksen täyttämistä koskevat ehdot sekä tieto oikeudesta peruuttaa sopimus. Kuluttajalle on annettava myös tiedot tarjouksen tai hinnan voimassaoloajasta sekä tarvittaessa sopimuksen vähimmäiskestoajasta, jos sopimus koskee tavaroiden tai palvelujen jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista, sekä etäviestintävälineen käyttämisestä syntyvistä kuluista, jos siitä veloitetaan muu kuin perushinta.

Artiklan 2 kohdan mukaan tietojen kaupallisesta tarkoituksesta ei saa olla epäselvyyttä. Tiedot on annettava selkeästi ja ymmärrettävästi käytettyyn etäviestintävälineeseen soveltuvalla tavalla. Niitä annettaessa tulee noudattaa hyvää kauppatapaa ja periaatteita, joilla suojellaan henkilöitä, jotka jäsenvaltioiden lainsäädännön mukaan eivät ole oikeustoimikelpoisia.

Puhelimitse tapahtuvissa yhteydenotoissa elinkeinonharjoittajan henkilöllisyys ja soiton kaupallinen tarkoitus on artiklan 3 kohdan mukaan selvitettävä aina kuluttajan kanssa käytävän keskustelun alussa.

Pääosa 4 artiklassa mainituista ennakotiedoista on direktiivin 5 artiklan 1 kohdan mukaan vahvistettava kuluttajalle kirjallisesti tai muulla kuluttajan saatavissa ja käytettävissä olevalla pysyvällä tavalla. Kuluttajan on saatava vahvistus hyvissä ajoin sopimuksen täyttämisen kuluessa ja tavarain kaupassa viimeistään tavarain luovutusajan kohtana, paitsi jos tavara sopimuksen mukaan luovutetaan kolmannelle. Vahvistusta ei kuitenkaan tarvita, jos tiedot on jo ennen sopimuksen tekemistä annettu kuluttajalle

kirjallisina tai muulla pysyvällä tavalla. Kaikissa tapauksissa kuluttajalle on kuitenkin annettava kirjalliset tiedot peruuttamisoikeuden käyttämisistä varten ja tieto siitä, ettei peruuttamisoikeutta ole enää sen jälkeen, kun palvelun suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä. Lisäksi kuluttajalle tulee aina ilmoittaa elinkeinonharjoittajan liikkeen käyntiosoite, sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on tehty toistaiseksi tai yhtä vuotta pidemmäksi ajaksi, sekä mahdolliset kaupanteon jälkeiset palvelut ja takuut.

Vahvistusmenettely ei artiklan 2 kohdan mukaan koske palveluja, jotka suoritetaan etäviestintävälinettä käyttämällä yhdellä kertaa ja jotka laskuttaa viestintävälineen toimittaja. Kuluttajalle on tällöinkin ilmoitettava elinkeinonharjoittajan liikkeen käyntiosoite, jonne hän voi toimittaa valituksensa.

Kuluttajan oikeus peruuttaa sopimus

Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan mukaan kuluttaja voi seitsemän arkipäivän kuluessa peruuttaa sopimuksen seuraamuksitta ja syytä ilmoittamatta. Kuluttajan maksettavaksi voivat tällöin tulla vain tavarahan palauttamisesta aiheutuvat välittömät kulut. Peruuttamisaika alkaa tavarahan kaupassa päivästä, jona kuluttaja on tavarahan vastaanottanut edellyttäen, että hänelle on annettu 5 artiklassa tarkoitettu vahvistus. Palvelusten osalta peruuttamisaika alkaa sopimuksentekopäivästä tai, jos vahvistus annetaan vasta sopimuksen teon jälkeen, päivästä, jona vahvistus on annettu.

Jos elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt vahvistuksen antamisen, peruuttamisaika on kolme kuukautta. Jos vahvistus annetaan kolmen kuukauden kuluessa, kuluttajalla on vahvistuksen antamisesta alkaen seitsemän arkipäivän peruuttamisaika.

Jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan, elinkeinonharjoittajan on artiklan 2 kohdan mukaan palautettava kuluttajan suorittamat maksut mahdollisimman pian ja viimeistään 30 päivän kuluessa.

Artiklan 3 kohdassa on lueteltu peruuttamisoikeutta koskevat poikkeukset. Ellei toisin ole sovittu, peruuttamisoikeutta ei ole sopimuksissa, jotka koskevat:

- palveluja, joiden suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä;

- tavaroita tai palveluja, joiden hinta riip-

puu rahoitusmarkkinoilla vaihtuvista noteerausista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa;

- tavaroita, jotka on valmistettu kuluttajan määrittelyjen mukaisesti tai jotka ovat ilmeisen henkilökohtaisia tai joita luonteensa vuoksi ei voida palauttaa edelleen myytäväksi tai jotka voivat nopeasti pilaantua tai kulua loppuun;

- sinetöityinä toimitettuja ääni- tai kuvallenteita tai tietotekniikassa käytettäviä ohjelmia, jotka kuluttaja on avannut;

- sanoma-, aikakausi- ja kuvalehtien toimitusta;

- vedonlyönti- ja arvontapalveluja.

Jos tavarahan tai palvelun hinta rahoitetaan kokonaan tai osittain luotolla, jonka elinkeinonharjoittaja on myöntänyt, tai luotolla, jonka kolmas osapuoli on myöntänyt kuluttajalle elinkeinonharjoittajan kanssa tekemänsä sopimuksen perusteella, luottosopimus peruuntuu artiklan 4 kohdan mukaan seuraamuksitta kuluttajan käyttäessä peruuttamisoikeuttaan.

Muut säännökset

Jollei toisin ole sovittu, elinkeinonharjoittajan on 7 artiklan 1 kohdan mukaan toimitettava tilaus viimeistään 30 päivän kuluessa siitä, kun kuluttaja antoi tilauksensa elinkeinonharjoittajalle. Jos tilattu tavaraa tai palvelua ei ole saatavilla, kuluttajalle on artiklan 2 kohdan mukaan ilmoitettava tästä, ja hänelle on 30 päivän kuluessa palautettava hänen suorittamansa maksut. Jäsenvaltiot voivat kuitenkin artiklan 3 kohdan mukaan säätää, että elinkeinonharjoittaja saa toimittaa kuluttajalle vastaavanlaatuisen ja -hintaisen tavarahan tai palvelun, jos tällainen mahdollisuus on selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla esitetty ennen sopimuksen tekemistä tai sopimuksessa. Jos kuluttaja tässä tapauksessa peruuttaa sopimuksen, elinkeinonharjoittaja vastaa tavarahan palauttamiskuluista.

Kuluttajalla on 8 artiklan mukaan oikeus saada maksu peruutettua tai hyvitys maksamistaan maksuista tai niiden palautus, jos hänen maksukorttiaan on käytetty väärin.

Kuluttajalle ei 9 artiklan mukaan saa toimittaa ilman hänen tilaustaan tavaraa tai palvelua, jos toimitus sisältää maksuvaatimuksen. Kuluttajalta ei voida edellyttää vastasuoritusta, jos hän ei ole tavaraa tai palvelua tilannut. Vastaamatta jättäminen ei merkitse tarjouksen hyväksymistä.

Elinkeinonharjoittaja ei 10 artiklan 1 kohdan mukaan saa käyttää kutsuautomaattia eikä telekopiota, ellei kuluttaja ole antanut niiden käyttämiseen ennakolta suostumustaan. Artiklan 2 kohdan mukaan muuta etäviestintävälinettä, jos siinä on mahdollisuus yksilölliseen yhteydenpitoon, saa käyttää vain, jos kuluttaja ei ole sitä kieltänyt.

Direktiivin 11 artiklassa säädetään sen noudattamisen varmistamiseen liittyvistä järjestelyistä.

Direktiivin 12 artiklan 1 kohdan mukaan direktiivin säännökset ovat kuluttajan hyväksi pakottavia. Jäsenvaltioiden on artiklan 2 kohdan mukaan toteutettava tarpeelliset toimenpiteet sen estämiseksi, että kuluttaja ei saa kolmannen valtion lain valitsemisen vuoksi direktiivin mukaista suojaa, jos sopimuksella on läheinen yhteys yhden tai useamman jäsenvaltion alueeseen.

Direktiivin 13 artiklan mukaan direktiivin säännökset ovat toissijaisia suhteessa muuhun yhteisön lainsäädäntöön. Direktiivin 14 artiklassa ilmaistaan sen minimiluonne. Artiklan mukaa jäsenvaltio voi muun muassa kieltää alueellaan tiettyjen tavaroiden tai palvelujen, etenkin lääkkeiden etämyynnin. Direktiivin 15 artikla koskee täytäntöönpanoa.

Direktiivin 16 artiklassa jäsenvaltiot veloitetaan huolehtimaan siitä, että kuluttajat saavat tietoja direktiivin täytäntöön panemiseksi annetusta kansallisesta lainsäädännöstä. Jäsenvaltioiden on tarvittaessa kannustettava elinkeinoelämän järjestöjä antamaan kuluttajille tietoa käytännösäännöistään.

Lainsäädäntö muissa pohjoismaissa

Ruotsissa puhelinmyyntiin sovelletaan kotimyyntilakia (hemförsäljningslag, 1361/1981). Postimyyntistä ei ole säännöksiä. Puhelinmyynnissä elinkeinonharjoittajan on kolmen päivän kuluessa sopimuksen tekemisestä toimitettava kuluttajalle sopimusta koskeva vahvistus. Samalla kuluttajalle tulee toimittaa asiakirja, josta käyvät ilmi elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite sekä kotimyyntilain sisältö, ja lomake peruuttamisoikeyden käyttämistä varten.

Kuluttaja saa peruuttaa sopimuksen viikon kuluessa tavarán vastaanottamisesta tai sitä ennen tapahtuneesta tavarán tarkastamisesta. Peruuttamisaika ei kuitenkaan ala ennen kotimyyntiasiakirjan ja peruuttamislomakkeen saamista. Palvelusten osalta peruuttamisaika lasketaan asiakirjan ja peruuttamislomakkeen

saamisesta. Jos asiakirjaa ei toimiteta, sopimus tulee kuluttajaa sitovaksi vasta vuoden kuluttua. Peruuttamisesta on ilmoitettava kirjallisesti. Kuluttajan on pidettävä tavara elinkeinonharjoittajan saatavilla paikassa, jossa hän on sen vastaanottanut, tai muussa paikassa, josta elinkeinonharjoittaja voi sen noutaa. Jos kuluttaja on saanut tavarán postitse, hänen tulee se postitse myös palauttaa elinkeinonharjoittajalle. Elinkeinonharjoittajan on tällöin korvattava kuluttajalle aiheutuneet pakkaus- ja postituskulut.

Ruotsin markkinointilaissa (marknadsföringslag, 450/1995) on kielletty toimittamasta tuotteita ilman nimenomaista tilausta ja johtamasta siten vastaanottajaa harhaan hänen maksuvelvollisuudestaan.

Norjassa säännökset puhelin- ja postimyyntistä sisältyvät lakiin peruuttamisajasta tietyissä kuluttajakauppaa koskevissa sopimuksissa (lov om angrefrist ved visse avtaler om forbrukerkjøp mm, 11/1972).

Elinkeinonharjoittajan on sopimusta tehtäessä luovutettava kuluttajalle asiakirja, josta ilmenevät tälle lain mukaan kuuluvat oikeudet. Kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus kymmenen päivän kuluessa. Tavarán kaupassa peruuttamisaika alkaa tavarán vastaanottamisesta ja palveluksissa sopimuksen tekemisestä, ei kuitenkaan ennen asiakirjan saamista. Peruuttamisesta voi ilmoittaa myös suullisesti. Jos kuluttaja on saanut tavarán postitse, hänen tulee se samalla tavalla myös palauttaa elinkeinonharjoittajalle. Kuluttaja vastaa palautuskuluista.

Tanskan lakia eräistä kuluttajasopimuksista (lov om visse forbrugeraftaler, 886/1987) sovelletaan, kun elinkeinonharjoittaja tarjoaa tavaraa kuluttajalle postitse tai muulla vastaavalla tavalla ja kuluttaja tilaa tavarán puhelimitse, postitse tai muulla vastaavalla tavalla ja se toimitetaan tilauksen jälkeen kuluttajalle. Laki ei koske palveluksia.

Lähettyessään tavarán kuluttajalle elinkeinonharjoittajan tulee antaa kirjalliset tiedot peruuttamisoikeydestä. Kuluttaja saa peruuttaa kaupan lähettämällä tavarán elinkeinonharjoittajalle viimeistään viikon kuluttua tavarán vastaanottamispäivästä. Peruuttamisoikeyden käyttämiseksi katsotaan myös se, että kuluttaja kieltäytyy vastaanottamasta tai lunastamasta lähetystä. Kuluttaja vastaa palautuskuluista.

Tanskassa puhelinmyyntiin, kuten kotimyyntiinkin, tarvitaan kuluttajan ennakolta antama lupa. Jos elinkeinonharjoittaja on

tarjonnut tavaraa kuluttajalle puhelimitse ja tämä on sen tilannut, elinkeinonharjoittajan on kolmen päivän kuluessa tilauksesta lähetettävä kuluttajalle kirjallinen vahvistus sopimuksesta ja peruuttamisoikeutta koskevat tiedot.

Tanskan laissa on myös nimenomainen säännös tilaamatta toimitetuista tavaroista: kuluttaja saa pitää tavarana vastikkeetta, paitsi jos kysymyksessä on erehdys.

Islannin laki koti- ja etämyynnistä (lög um húsöngu- og fjarsölu, 96/1992) koskee suoraan vain tavarana kauppaa, mutta oikeuskäytännössä lakia on sovellettu myös palveluksiin.

Elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle kirjalliset tiedot muun muassa henkilöllisyydestään ja peruuttamisoikeudesta. Kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus kymmenen päivän kuluessa tietojen saamisesta.

1.2.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset

Direktiivi sähköisestä kaupankäynnistä

Direktiivi tietoyhteiskunnan palveluja, erityisesti sähköistä kaupankäyntiä, sisämarkkinoilla koskevista tietyistä oikeudellisista näkökohdista (direktiivi sähköisestä kaupankäynnistä) sisältää säännöksiä myös myyninedistämiskeinoista, joita toteutetaan sähköisesti esimerkiksi tietoverkoissa. Direktiivi on jo hyväksytty neuvostossa ja parlamentissa, mutta sitä ei ole vielä lopullisesti annettu. Direktiivi on pantava kansallisesti täytäntöön 18 kuukauden kuluessa sen voimaantulosta.

Direktiivin 6 artiklan c kohdassa on myyninedistämistarjouksia, kuten alennuksia, kylkiäisiä ja ostohyvityksiä koskevat yhteisön tason säännökset. Kohdan mukaan tällaisten tarjousten on oltava selvästi tunnistettavissa myyninedistämiseksi, niiden saamista koskevien ehtojen on oltava helposti saatavilla ja ehdot on esitettävä selkeästi ja ymmärrettävästi. Direktiiviin sisältyvän niin sanotun alkuperämaan periaatteen mukaisesti myyninedistämistarjousten sallittavuus ja niitä koskevat muut vaatimukset määräytyvät lähtökohtaisesti sen jäsenvaltion lain mukaan, johon palvelun tarjoaja on sijoittautunut. Muut jäsenvaltiot eivät saa rajoittaa toisesta jäsenvaltiosta peräisin olevien tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisen vapautta.

Euroopan yhteisöjen oikeuskäytäntö

Euroopan yhteisöjen tuomioistuimessa on käsitelty myyninedistämiskeinoille kansallisesti asetettujen rajoitusten yhteensopivuutta perustamissopimuksen 28 artiklan (entinen 30 artikla) kanssa. Artiklassa kielletään tuonnin määrälliset rajoitukset ja vaikutukseltaan vastaavat toimenpiteet.

Asiassa 286/81 *Oosthoek* (Kok. 1982, s. 4575) tuomioistuin totesi Alankomaiden lainsäädäntöön sisältyvän kiellon käyttäa kylkiäistarjouksia myyninedistämiskeinona voivan muodostaa perustamissopimuksen 30 artiklassa tarkoitetun tuonnin esteen, koska lainsäädäntö pakottaa toimijan joko soveltamaan erilaisia menetelmiä eri jäsenvaltioihin kohdistuvassa mainonnassa tai myyninedistämisessä taikka luopumaan toimijan tehokkaana pitämästä menetelmästä. Tuomioistuin katsoi kuitenkin, että Alankomaiden lainsäädäntö on omiaan edistämään kuluttajansuojaa ja hyvää kauppataapaa ja että 30 artikla ei siten estä Alankomaiden lainsäädännön soveltamista.

Tuomioistuimen uudemmissa ratkaisuista merkittävin on annettu yhdistetyissä asioissa C-267/91 ja C-268/91 *Keck ja Mithouard* (Kok. 1993, s. I-6097). Tuomioistuin katsoi, että sellaisten kansallisten säännösten, joilla rajoitetaan tai kielletään tiettyjä myyntijärjestelyjä, soveltaminen muista jäsenvaltioista tuotuihin tuotteisiin, ei rajoita jäsenvaltioiden välistä kauppaa 30 artiklan vastaisella tavalla, jos säännöksiä sovelletaan kaikkiin jäsenvaltion alueella toimiviin taloudellisiin toimijoihin ja niillä on oikeudellisesti ja tosiasiallisesti sama vaikutus sekä kotimaisten että muista jäsenvaltioista maahantuotujen tuotteiden markkinointiin.

Lainsäädäntö ja käytäntö pohjoismaissa ja eräissä Euroopan unionin jäsenvaltioissa

Markkinoinnin sääntely pohjautuu muissakin pohjoismaissa samantyyppiseen hyvää tapaa edellyttävään yleislauskeeseen kuin Suomessa. Lisäetumarkkinointia koskevissa erityissäännöksissä on sen sijaan eroja.

Ruotsissa lisäetutarjousten sallittavuus oli aikaisemmin kytketty hyödykkeiden keskinäiseen asialliseen yhteyteen samalla tavoin kuin Suomessa. Vuoden 1996 alusta voimaan tullessa uudessa markkinointilaissa (marknadsföringslag 1995:450) rajoitukset poistettiin ja korvattiin tiedonantovelvollis-

suudella. Elinkeinonharjoittajan on tarjotessaan kuluttajalle erityisiä etuja selvästi ilmoitettava tarjouksen käyttämisen ehdot, tarjouksen ominaisuudet ja arvo sekä tarjousta koskevat ajalliset ja muut rajoitukset.

Norjassa lisäeduista säädetään markkinointia ja sopimusehtoja koskevassa laissa (Lov om kontroll med merkedsføring og avtalevilkår, 16 juni 1972, Nr 47). Laissa kielletään edistämästä elinkeinotoiminnassa hyödykkeen myyntiä tarjoamalle kuluttajalle lisäetuja. Lisäetuna pidetään tavaraa, palvelusta tai muuta suoritusta, joka on kytketty pääsuorituksen tarjoamiseen ilman, että suoritusten välillä on luonnollista yhteyttä.

Myös Tanskassa lisäeduista säädetään markkinointilaissa (Lov 1994-06-01 nro 428 om markedsføring). Elinkeinonharjoittaja ei saa tarjota kuluttajalle tavaroiden tai kiinteän omaisuuden myynnin taikka työ- tai palvelusuorituksen yhteydessä lisäetua. Lisäedun tarjoaminen on kuitenkin sallittua, jos edun arvo on melko vähäinen tai etu on samanlainen kuin pääsuoritus. Sallittuja ovat myös lentoyhtiöiden asiakasetuohjelmat.

Euroopan yhteisöjen komissio on selvittänyt jäsenvaltioiden lainsäädännöissä olevia kieltoja ja rajoituksia, jotka koskevat erilaisia markkinointikeinoja, muun muassa yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäisiä. Selvitykset on julkaistu vihreässä kirjassa *Kaupallinen viestintä sisämarkkinoilla* (KOM (96) 192 lopull., 8.5.1996). Tämän tyyppisiä myyminen edistämiskeinoja on vihreän kirjan mukaan rajoitettu erityisen tiukasti Saksassa. Ranskassa on kielletty "ilmaiset lahjat" ja Belgiassa kaikki kytkykaupparjoukset. Alankomaissa edellytetään, että myyminen edistämislahjan on oltava arvoltaan vähäinen ja että lahjan on liityttävä läheisesti ostettuun tuotteeseen. Muissa jäsenvaltioissa sääntelyn arvioidaan olevan vapaampaa.

Myyminen edistämisen kansainväliset perussäännöt

Kansainvälisen kauppakamarin vuonna 1987 hyväksymissä myyminen edistämisen kansainvälisissä perussäännöissä käsitellään myös lisäetutarjouksia. Myyminen edistämistoiminnassa on sääntöjen mukaan huolehdittava siitä, ettei lisäedun arvoa liioitella eikä päähyödykkeen hintaa salata (2 artikla). Myyminen edistäjän on erityisesti varmistuttava siitä, että lisäetuja on riittävästi saatavissa kysynnän tyydyttämiseksi (4 artikla). Myy-

ninedistämistoimenpide on esitettävä siten, että edunsaaja pystyy arvioimaan myyminen edistämistarjouksen yksityiskohdat ennen päähyödykkeen ostoa. Esityksestä on soveltuvin osin käytävä ilmi muun muassa, miten on toimittava, jos tarjouksen haluaa käyttää hyväkseen. (9 artikla)

Kansainvälisen kauppakamarin vuonna 1997 hyväksymien mainonnan kansainvälisten perussääntöjen totuudellisuusvaatimus on sovellettavissa myös lisäetumainontaan. Sääntöjen 5 artiklan mukaan mainos ei saa sisältää lausumaa tai kuvallista esitystä, joka suoranaisesti tai epäsuorasti, salailevana, moniselitteisenä tai liioittelevana on omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan muun muassa tuotteen arvosta ja tosiasiallisesti maksettavasta kokonaishinnasta.

1.2.3. Vertaileva mainonta

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 97/55/EY

Euroopan parlamentti ja neuvosto antoivat 6 päivänä lokakuuta 1997 direktiivin 97/55/EY, jäljempänä direktiivi, harhaanjohtavaa mainontaa koskevan direktiivin 84/450/ETY, jäljempänä päädirektiivi, täydentämisestä sisällyttämällä siihen säännökset vertailevasta mainonnasta. Direktiivin tarkoituksena on yhtenäistää edellytykset, joiden toteutuessa jäsenvaltioiden on sallittava vertaileva mainonta. Vaikka päädirektiivi on minimisäädös, siihen lisätyt säännökset vertailevasta mainonnasta ovat täysjärjestyksellisiä. Jäsenvaltiot eivät voi antaa tai pitää voimassa muita säännöksiä direktiivillä yhdenmukaistetuista seikoista.

Direktiivillä on lisätty päädirektiivin 2 artiklaan uusi 2 a kohta, jossa määritellään vertaileva mainonta. Vertailevalla mainonnalla tarkoitetaan kohdan mukaan kaikkea mainontaa, josta suoraan tai epäsuorasti voidaan tunnistaa kilpailija tai kilpailijan tarjotut tavarat tai palvelut.

Vertaileva mainonta on vertailun osalta sallittua, jos se täyttää päädirektiivin lisätyin 3 a artiklan 1 kohdan a–h alakohdassa säädetyt seuraavat edellytykset:

a) se ei saa olla päädirektiivin 2 artiklan 2 kohdan, 3 artiklan ja 7 artiklan 1 kohdan mukaisesti harhaanjohtavaa;

b) siinä verrataan samoja tarpeita tyydyttäviä tai samaan tarkoitukseen aiottuja tavaroita tai palveluja;

c) siinä vertaillaan puolueettomasti näiden tavaroiden tai palvelujen yhtä tai useampaa olennaista, merkityksellistä, todennettavissa olevaa ja edustavaa piirrettä, joihin voi kuulua myös hinta;

d) se ei aiheuta markkinoilla sekaannusta mainostajan ja kilpailijan välillä tai mainostajan ja kilpailijan tavaramerkkien, kauppanimitysten tai muiden erottavien tunnusten taikka tavaroiden ja palvelujen välillä;

e) siinä ei vähätellä tai panetella kilpailijan tavaramerkkiä, kaupanimeä, muuta erottavaa tunnusta, tavaroita, palveluja, toimintaa tai olosuhteita;

f) alkuperänimityksellä varustettujen tuotteiden osalta vertailu kohdistuu kussakin tapauksessa tuotteisiin, joiden nimitys on sama;

g) siinä ei käytetä epäoikeutetusti hyväksi kilpailijan tavaramerkin, kauppanimityksen tai muiden erottavien tunnusten mainetta taikka kilpailevan tuotteen alkuperänimitystä;

h) siinä ei esitetä tavaroita tai palveluja sellaisten tavaroiden tai palvelusten jäljitelmänä tai toisintoina, joilla on suojattu tavaramerkki tai kauppanimitys.

Lisätyn 3 a artiklan 2 kohdan mukaan erikoistarjouksia koskevassa vertailussa on selkeästi ja yksiselitteisesti mainittava tarjouksen päättymisajankohta tai tarvittaessa se, että erikoistarjous riippuu tavaroiden tai palvelujen saatavuudesta. Jos erikoistarjous ei ole vielä alkanut, on lisäksi mainittava sen ajanjakson alkamisaika, jolloin erikoishintaa tai muita erityisehtoja sovelletaan.

Päädirektiivin 6 artiklan mukaan jäsenvaltioiden on annettava tuomioistuimille tai hallintoviranomaisille toimivalta vaatia mainostajaa näyttämään toteen mainonnassa esitettyjen tosiasiaväittämien paikkansapitävyys. Direktiivillä artiklaa on täydennetty niin, että vertailevan mainonnan osalta näyttö on voitava vaatia lyhyessä ajassa.

Päädirektiivin 7 artiklaan on lisätty säännös, jonka mukaan direktiivin minimiluonne ei koske vertailevaa mainontaa vertailun osalta. Artiklan mukaan jäsenvaltioilla ei kuitenkaan ole velvollisuutta sallia sellaisten tavaroiden tai palvelujen vertailevaa mainontaa, joita koskevia mainontakieltoja jäsenvaltio Euroopan yhteisöjen perustamissopimuksen mukaisesti pitää voimassa tai ottaa käyttöön. Jäsenvaltiot voivat samoin pitää voimassa tai ottaa käyttöön tiettyjä ammattiryhmiä koskevia mainontakieltoja ja rajoituksia.

Lainsäädäntö ja käytäntö pohjoismaissa ja eräissä Euroopan unionin jäsenvaltioissa

Missään pohjoismaassa ei ole erityisesti säädetty vertailevasta mainonnasta, vaan siihen sovelletaan markkinointisäädösten yleislausekkeita ja harhaanjohtavaa mainontaa koskevia erityissäännöksiä. Vertailevaa mainontaa koskeva oikeuskäytäntökin on pohjoismaissa ollut pitkälti yhdenmukaista.

Alankomaissa, Belgiassa, Luxemburgissa ja Italiassa vertaileva mainonta on kielletty. Saksassa tuomioistuimet ovat suhtautuneet vertailevaan mainontaan kielteisesti.

Mainonnan kansainväliset perussäännöt

Kansainvälisen kauppakamarin hyväksymissä mainonnan kansainvälisissä perussäännöissä käsitellään myös vertailuja. Sääntöjen 6 artiklan mukaan vertailuja sisältävä mainos on laadittava rehellisen liikekilpailun periaatteita noudattaen ja niin, että vertailu ei ole omiaan johtamaan harhaan. Vertailtavien asioiden on perustuttava todisteellisiin tosiseikkoihin, eikä niitä saa valita vilpillisessä mielessä. Sääntöjen 21 artiklan mukaan todistettavissa olevia tosiasioita koskevien väitteiden paikkansapitävyys on voitava näyttää toteen ja mainostajan on oltava valmis viivyttelemättä esittämään todisteet. Lisäksi vertailevaan mainontaan voivat tulla sovellettaviksi halventavia viittauksia koskeva 7 artikla, lausuntoja ja todistuksia koskeva 8 artikla sekä toisen maineen ja tunnetavuuden hyväksikäyttöä koskeva 10 artikla.

2. Nykytilan arviointi

2.1. Etämyynti

Postimyynnin määritelmä kuluttajansuojalain 6 luvussa on vuodelta 1982, jolloin postimyyntiä harjoitettiin yksinomaan kirjallisen markkinointiaineiston avulla ja ostettavaksi tarjottiin tavanomaisia kulutustavaroita. Määritelmää on kuitenkin pyritty tulkitsemaan laajentavasti niin, että sen on katsottu kattavan uudemmatkin etämyyntitekniikat, kuten television ostoskanavat ja sähköisen verkkokaupan, sikäli kuin näillä tavoilla on tarjottu tilattavaksi postitse toimitettavia tavaroita. Käytännössä kuluttajille on myönnetty peruuttamisoikeus myös uudempaan tekniikkaan perustuvassa etämyynnissä samoin edellytyksin kuin perinteisessä posti-

myynissä. Sääntelyn vanhentuneisuudesta huolimatta kansallisessa etämyynissä ei siten ole ilmennyt merkittäviä kuluttajansuojaongelmia.

Sääntelyn saattaminen ajan tasalle on silti tarpeen. Etenkin sähköisessä kaupankäynnissä tarjotaan myös erilaisia palveluksia samoin kuin suoraan sähköisesti toimitettavia hyödykkeitä. Tällaista tarjontaa nykyiset säännökset eivät miltei osin koske.

Kuluttajansuojan yhtenäistämiseksi lainsäädäntöä tulisikin uudistaa niin, että kuluttajan oikeudet ja velvollisuudet eivät perusteettomasti vaihtelisi sen mukaan, minkälaista tekniikkaa etämyyntiin käytetään tai mitä hyödykkeitä sopimus koskee.

Etämyynnin, erityisesti sähköisen kaupankäynnin, kansainvälisestä luonteesta seuraa, ettei mahdollisesti ilmeneviin ongelmiin voida puuttua pelkästään kansallisella lainsäädännöllä. Esityksellä täytäntöön pantava direktiivi 97/7/EY on ensimmäinen askel kuluttajansuojan parantamiseksi rajat ylittävissä etämyynissä. Lisäksi merkittäviä ovat edellä 1.2.2. jaksossa mainittu direktiivi sähköisestä kaupankäynnistä sekä valmisteilla oleva direktiivi rahoituspalvelujen etämarkkinoinnista kuluttajille. Kuluttajan oikeusasemaa kansainvälisessä sähköisessä kaupankäynnissä parantaa osaltaan myös Taloudellisen yhteistyön ja kehityksen järjestön (OECD) neuvoston joulukuussa 1999 hyväksymä suositus kuluttajansuojaa sähköisessä kaupankäynnissä koskevista ohjeista.

2.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset

Kuluttajansuojalain markkinointisäännöksillä on kaksi tavoitetta: ehkäistä epäasianmukaisten markkinointikeinojen käyttäminen ja turvata kuluttajille riittävät tiedot järkevien ostopäätösten tekemiseksi.

Lakia vuonna 1978 säädettäessä eräänä arveluttavana markkinointikeinona pidettiin yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäisiä. Tällainen markkinointi katsottiin kuluttajien päätöksenteon kannalta epäedulliseksi, koska vertailumahdollisuudet vastaaviin muihin tarjouksiin puuttuivat. Kokonaan lisäetumarkkinointia ei kuitenkaan kielletty. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäistarjoukset ovat sallittuja, jos tarjottujen hyödykkeiden kesken vallitsee ilmeinen asiallinen yhteys. Sallittuja ovat myös paljousalennukset ja muut rahana annettavat lisäetudet.

Nykyinen sääntely on sen tavoitteisiin ja

perusteluihin nähden jossain määrin epäjohdonmukainen. Lisäetutarjousten vertailtavuus ei niinkään riipu siitä, minkälaisia hyödykkeitä tarjoukseen sisältyy, vaan olennaista olisi erillishintojen ilmoittaminen. Tätä ei kuitenkaan edellytetä sallituistakaan tarjouksista. Kuluttajien rationaalisen päätöksenteon kannalta ei liioin näyttäisi olevan erityistä eroa sillä, tarjotaanko hänelle kuulakärkikynä kirjoituslehden mukana (sallittu kylkiäinen) vai aikakauslehden yhteydessä (kielletty kylkiäinen).

Rajanveto sallittujen ja kiellettyjen tarjousten välillä on osoittautunut hankalaksi. Tasmallista rajaa ei voida yleisellä tasolla asettaa, vaan ratkaisu on tehtävä tapausittain silloin, kun tiedetään, mitä hyödykkeitä yhdessä tarjotaan. Lisäetumarkkinointi onkin työllistänyt kuluttaja-asiamiestä jatkuvasti ja siinä määrin, ettei sitä voida pitää asian yleiseen merkitykseen nähden järkevänä.

Sähköisesti toteutettaville myyminen edistämistarjouksille asetettavista yhteisön tason vaatimuksista tullaan säätämään sähköisessä kaupankäynnistä lähiaikoina annettavassa direktiivissä. Vaatimukset koskisivat tarjousten kaupallista tunnistettavuutta sekä tarjousta koskevien ehtojen saatavuutta ja selkeyttä. Tarjousten sisältöä ei rajoitettaisi. Direktiivistä seuraisi myös, ettei jäsenvaltio voi rajoittaa toisesta jäsenvaltiosta peräisin olevaa tarjousmarkkinointia vain sillä perusteella, että kansallisen lain vaatimukset ovat tiukemmat. Nykyisten rajoitusten säilyttäminen johtaisi siihen, että samaa myyntikanavaa, internetiä, käyttävät ulkomaiset yritykset saisivat myös Suomen markkinoilla laillisesti edistää myyntiään sellaisin lisäetutarjouksin, jotka kotimaisilta yrityksiltä olisi kielletty. Tällainen tilanne ei ole kotimaisten yritysten kilpailukyvyn kannalta suotava.

Markkinoinnin sääntelyn yleiset tavoitteet voidaan toteuttaa paremmin muilla keinoilla kuin lisäetujen sisältöä rajoittamalla. Olennaista on turvata riittävien ja asianmukaisten tietojen saaminen järkevien kulutusratkaisujen pohjaksi.

Ruotsissa lisäetumarkkinoinnin sisältörajoituksista luovuttiin vuoden 1996 alusta. Muutoksesta ei tiettävästi ole aiheutunut kuluttajansuojan kannalta ongelmia.

2.3. Vertaileva mainonta

Asialliseen ja totuudenmukaiseen vertailevaan mainontaan on Suomessa suhtauduttu

sallivasti. Vertailujen on katsottu lisäävän kuluttajien tiedonsaantimahdollisuuksia ja tehostavan kilpailua. Kuluttajansuojan kannalta merkittäviä ongelmia ei ole esiintynyt. Useimmat markkinatuomioistuimissa käsitellyt asiat ovat olleet elinkeinonharjoittajien välisiä erimielisyyksiä, ja kuluttaja-asiamies on harvoin pitänyt aiheellisena ryhtyä niissä toimenpiteisiin.

Kansallista tarvetta vertailevan mainonnan tarkempaan sääntelyyn ei ole. Oikeuskäytäntö on vakiintunutta, ja vertailuille käytännössä asetetut vaatimukset ovat asiallisesti samansisältöiset kuin direktiivissä 97/55/EY. Sisämarkkinoiden toimivuuden kannalta nykyinen tilanne on sen sijaan epätydyttävä. Eräissä jäsenvaltioissa voimassa olevat vertailukiellot häiritsevät rajat ylittävien yhtenäisten mainoskampanjoiden toteuttamista ja saattavat johtaa vertailuista luopumiseen niissäkin valtioissa, joissa tämentyyppiselle mainonnalle ei ole lainsäädännössä asetettu estettä. Yhteisön tasolla direktiivin täytäntöönpanon voidaan arvioida hyödyttävän kuluttajia.

3. Esityksen tavoitteet ja keskeiset ehdotukset

3.1. Etämyynti

3.1.1. Yleistä

Esityksen tarkoituksena on panna kansallisesti täytäntöön 1.2.1. jaksossa selostettu direktiivi 97/7/EY. Tarvittavat säännökset ehdotetaan lisättäviksi kuluttajansuojalain 2 ja 6 lukuun.

Direktiivin 8, 10, 11 ja 16 artiklan säännökset vastaavat Suomessa voimassa olevaa lainsäädäntöä, eikä niitä tarvitse panna erikseen täytäntöön. Kuluttajansuojalain 7 luvun 19 §:n säännökset suojaavat kuluttajaa väärinkäytöksiltä korttimaksuissa direktiivin 8 artiklassa edellytetyllä tavalla. Direktiivin 10 artiklan 1 kohdan säännökset eräiden etäviestimien käyttöä koskevista rajoituksista on pantu täytäntöön yksityisyyden suojasta televiestinnässä ja teletoiminnan tietoturvasta annetun lain (565/1999) 21 §:llä. Saman artiklan 2 kohta, joka koskee kuluttajan oikeutta kieltää itseensä kohdistuva etämarkkinointi, on pantu täytäntöön henkilötietolain (523/1999) 19 §:llä. Kuluttajansuojalain 2 ja 3 luvussa säädetty valvonta- ja seura-

musjärjestelmä vastaa direktiivin 11 artiklan vaatimuksia. Kuluttajaviranomaisille, erityisesti kunnallisille kuluttajaneuvojille ja Kuluttajavirastolle, lailla säädetty neuvonta- ja valistustehtävät täyttävät 16 artiklan mukaisen tiedottamisvelvollisuuden.

Direktiivin 14 artiklan mukaan jäsenvaltio voi yleisen edun vuoksi kieltää alueellaan tiettyjen tavaroiden tai palvelujen, etenkin lääkkeiden, tarjoamisen etäsopimuksin hankittavaksi. Lääkkeiden myynnistä, mukaanlukien niiden postimyynti, säädetään nykyisin lääkelaisissa (395/1987). Terveystieteiden laitteiden ja tarvikkeiden myynnistä säädetään terveydenhuollon laiteista ja tarvikkeista annetussa laissa (1505/1994). Lääkkeiden sekä terveydenhuollon laitteiden ja tarvikkeiden myynnistä on tarkoituksenmukaista säätää vastaisuudessaakin erityislaeissa. Direktiivin 14 artiklan mahdollistamaa erityissääntelyä ei sen vuoksi ehdoteta tässä esityksessä.

3.1.2. Soveltamisala

Kuluttajansuojalain 6 luku eroaa direktiivistä eniten soveltamisalaltaan. Direktiivi koskee kaikkia etämyyntitapoja ja sekä tavaroita että palveluksia. Kuluttajansuojalaki koskee paitsi puhelinmyyntiä vain tavaroiden postimyyntiä.

Ehdotuksen mukainen etämyyntisäännösten soveltamisala vastaa pääosin direktiivin soveltamisalaa. Direktiivin ulkopuolelle rajatut kiinteän omaisuuden rakentamista koskevat sopimukset on ehdotuksessa kuitenkin sisällytetty soveltamisalaan. Myös kotimyyntisäännöksiä sovelletaan näihin sopimuksiin, eikä erilaiseen sääntelyyn etämyyntissä ole katsottu olevan tarvetta.

Yleisten soveltamisalarajoitusten ohella direktiivissä on rajoitettu sen tärkeimpien säännösten eli elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta, kuluttajan peruuttamis-oikeutta ja sopimuksen täyttämistä koskevien säännösten soveltamisalaa eräissä sopimuksissa. Rajoitukset koskevat määrätyn ehdoin toimitettavia elintarvikkeita ja muita päivittäistavaroita sekä määrätyn ehdoin sovitut majoitus- ja kuljetuspalveluja sekä ravintola-toimintaan ja vapaa-ajan viettoon liittyviä palveluja.

Ehdotus sisältää vastaavat rajoitukset kuitenkin niin, että elintarvike- ja päivittäistavaraopikeus koskisi vain yksittäisiä toimituksia mutta ei kesto-sopimuksia. On kohtuul-

lista, että kuluttaja ennen jatkuvia toimituksia käsittävään sopimukseen sitoutumista saa riittävät tiedot sopimuksen sisällöstä ja ehdoista ja että hän voi myös rauhassa harkita sitoutumistaan.

Lisäksi esityksessä ehdotetaan edellä tarkoitettujen hyödykkeiden puhelinmyyntiin direktiivistä poikkeavaa sääntelyä. Puhelinmyyntiä koskevia ehdotuksia selvitetään erikseen jäljempänä 3.1.5. jaksossa.

3.1.3. Elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus

Ehdotettu elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus etämyynissä on, kuten direktiivissäkin, kaksivaiheinen. Perustiedot elinkeinonharjoittajasta, tarjotusta hyödykkeestä ja tarjouksen ehdoista olisi annettava jo ennen sopimuksen tekemistä. Sopimuksen tekemisen jälkeen ennakkotiedot samoin kuin täydentävät lisätiedot olisi vahvistettava kirjallisesti tai muulla pysyvällä tavalla. Vahvistuksen tarve johtuu siitä, että erällä viestimillä, kuten puhelimesta, televisiossa tai radiossa annetut tiedot eivät säily.

Ennakkotietojen sisältöä koskevat ehdotukset vastaavat vähäisin tarkistuksin direktiivin säännöksiä. Sama koskee vahvistuksen sisältöä koskevia ehdotuksia.

Tiedonantovelvollisuuden laiminlyönnin seuraamukset eroavat ehdotuksessa nykyisestä sääntelystä ja osittain myös direktiivin sääntelystä. Jos vahvistuksessa ei ole tarvittavia tietoja, seuraamus olisi ehdotuksen mukaan sama kuin direktiivin mukaan: peruuttamisaika pitenisi kolmeen kuukauteen. Jos vahvistusta ei lainkaan anneta, sopimus ei sitoisi kuluttajaa. Sitomattomuus olisi kuitenkin ajallisesti rajoitettu yhteen vuoteen. Jos kuluttaja tätä aikaisemmin ei ole vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen, sopimus tulisi myös häntä sitovaksi.

Nykyisin kotimyyynissä ja siis myös puhelinmyynissä sopimus ei tule kuluttajaa sitovaksi, jos kotimyyntiasiakirjaa ei ole annettu. Sitomattomuudelle ei ole asetettu takarajaa. Esitystä valmisteltaessa on kuitenkin katsottu, ettei oikeusvarmuuden kannalta ole suotavaa jättää sopimussidonnaisuutta avoimeksi määräämättömäksi ajaksi. Yhden vuoden aikaraja on arvioitu molempien osapuolten kannalta asianmukaiseksi ja kohtuulliseksi. Sama aikaraja on myös Ruotsin kotimyyntilaissa.

3.1.4. Kuluttajan oikeus peruuttaa sopimus

Peruuttamisoikeutta koskevat ehdotukset eroavat direktiivin säännöksistä erityisesti siinä, että peruuttamisaika olisi 14 päivää. Direktiivin mukainen peruuttamisaika on seitsemän työpäivää eli vähintään yhdeksän kalenteripäivää. Direktiivin suomenkielisen toisinnon ilmaisu, arkipäivä, on ilmeinen käännösvirhe. Direktiivin valmisteluasiakirjoista käy ilmi, että direktiivissä on tarkoitettu määräaikoihin, päivämääriin ja määräpäiviin sovellettavista säännöistä annetussa neuvoston asetuksessa (1182/71/ETY, Euratom) määriteltä työpäivää.

Direktiivistä poikkeavaan peruuttamisaikaan on päädytty ensisijaisesti käytännön syistä. Kiinteää kahden viikon ajanjaksoa on selkeämpi ja yksinkertaisempi soveltaa kuin tapauksittain erikseen laskettavia työpäiviä. Työpäivien määrittelemisenkin on tulkinvaraisista. Neuvoston asetuksen mukaan työpäiviä ovat muut päivät kuin pyhäpäivät, lauantait ja sunnuntait. Pyhäpäiviä ovat ne päivät, jotka ovat pyhäpäiviä siinä valtiossa tai yhteisön toimielimessä, jossa toiminta tapahtuu. Rajat ylittävässä etämyynissä toimintaa tapahtuu kummankin osapuolen kotivaltiossa. Asetuksen perusteella jää epäselväksi, minkä valtion pyhäpäivät peruuttamistapauksissa tulisi ottaa lukuun.

Direktiivin täytäntöönpanoa valmistelevassa pohjoismaisessa virkamiestyöryhmässä on saavutettu yhteisymmärrys siitä, että 14 päivän peruuttamisaika on valmistelun lähtökohtana kaikissa pohjoismaissa. Rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevaa direktiiviehdotusta käsittelevässä neuvoston työryhmässä on myös päädytty 14 päivän peruuttamisaikaan kyseisen direktiivin osalta.

Peruuttamisoikeuden rajoitukset ovat ehdotuksessa samat kuin direktiivissä. Tämä merkitsee eräissä tapauksissa peruuttamisoikeuden supistumista, sillä puhelinmyynnin ja postimyyntin peruuttamisoikeudessa ei nykyisin ole minkäänlaisia rajoituksia.

Käytännössä ehkä merkittävin rajoitus koski palveluksia, joiden suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu. Rajoitus on katsottu aiheelliseksi, koska suoritettua palvelusta ei yleensä voida palauttaa. Samasta syystä on rajoitettu myös palvelussopimusten purkuoikeutta. Vaikka puhelinmyynissä ei nykyisin ole vastaavaa rajoitusta, muutoksen käytännön merkitys on vähäinen, sillä palveluksia ei juurikaan tarjota puhelimitse. Posti-

myyntisäännökset koskevat vain tavarankauppa, joten rajoitus ei postimyyntiin osalta vähennä kuluttajan nykyisiä oikeuksia.

Lisäksi peruttamisoikeuden ulkopuolelle on rajattu sellaisia hyödykkeitä koskevia sopimuksia, joiden peruuttaminen olisi elinkeinonharjoittajalle kohtuutonta hyödykkeen erityisen ominaisuuden tai luonteen takia. Rajoitukset koskevat kuluttajan toivomusten mukaisesti valmistettuja tai muunneltuja tavaroita, tuotteita, joiden hinta riippuu rahoitusmarkkinanoteerauksista, tavaroita, joita ei luonteensa vuoksi voida palauttaa tai jotka voivat nopeasti pilaantua tai venhentua, sinetöityinä toimitettuja ääni- ja kuvatallenteita sekä tietokoneohjelmia, sanoma- ja aikakauslehtiä sekä vedonlyönti ja arvontapalveluita.

Erikoisvalmisteisten tavaroiden peruuttamisoikeutta on nykyisinkin voitu rajoittaa sopimusehdoissa Kuluttajaviraston myöntämän luvan nojalla. Muidenkin uusien rajoitusten käytännön merkitys olisi vähäinen. Esimerkiksi sinetöityjä ääni- ja kuvatallenteita ja tietokoneohjelmia koskevan etäsopimuksen saisi edelleen peruuttaa, jos tuote palautetaan sinettiä avaamatta. Sanoma- ja aikakauslehtiä koskevaa rajoitusta ei sovellettaisi puhelinmyynissä, jossa peruuttamisoikeuden rajoitus merkittävästi muuttaisikin nykytilaa. Puhelinmyyntiä koskevia erityissäännöksiä ja niiden syitä selvitetään tarkemmin 3.1.5. jaksossa.

Postimyyntiä ja puhelinmyyntiä koskevien voimassa olevien säännösten mukaan elinkeinonharjoittajan on peruuttamistapauksissa korvattava kuluttajalle tavarankuluttajan tai suorituksen palauttamiskulut. Direktiivin mukaan kulut voidaan jättää kuluttajan maksettaviksi.

Suomen lainsäädäntö on ollut Euroopassa poikkeuksellinen. Direktiivin täytäntöönpanon yhteydessä vastaava velvollisuus on kuitenkin otettu Saksan uuteen etämyyntilakiin, joka on hyväksytty Saksan liittopäivillä (Bundestag) mutta ei vielä liittoneuvostossa (Bundesrat). Ruotsin uuden lain samoin kuin Norjan hallituksen lakiesityksen mukaan elinkeinonharjoittajan on puhelinmyynissä korvattava palauttamiskulut. Tanskassa kuluttaja saa käyttää peruuttamisoikeuttaan myös niin, että hän jättää tavarankuluttajan vastaanottamatta tai postilähetyksen lunastamatta, jolloin palautuskulut jäävät elinkeinonharjoittajan kannettaviksi. Niissä muissa jäsenvaltioissa, joista direktiivin täytäntöönpanotietoja on saatu (Alankomaat, Iso-Britannia,

Itävalta) on päädytty tai päädyttäneen direktiivin mukaiseen sääntelyyn.

Ehdotusta valmisteltaessa on harkittu, tulisiko palautuskulujen korvausvastuuta muuttaa vastaamaan Euroopassa pääasiallisesti vallitsevaa käytäntöä. Muutos kuitenkin merkitsisi kuluttajansuojan heikentämistä yli 20 vuoden ajan voimassa olleesta tasosta. Tällaista muutosta ei katsottu perustelluksi pelkästään sen takia, että kuluttajansuoja on useimmissa muissa jäsenvaltioissa tässä suhteessa heikompi kuin Suomessa. Palautuskulujen korvausvelvollisuudesta ei ole osoitettu aiheutuneen käytännössä erityisiä epäkohtia. Näistä syistä ehdotuksessa on päädytty pääosin nykytilaa vastaavan sääntelyn säilyttämiseen.

Esityksessä on toisaalta otettu huomioon se, että hyödykevalikoima etämyynissä voi muodostua monipuolisemmaksi kuin perinteisessä kulutustavaroihin keskittyneessä postimyyntissä. Etämyyntinä voidaan tarjota myös ajoneuvoja, rakennusmateriaaleja tai muita sellaisia hyödykkeitä, joita ei voida laatunsa vuoksi lähettää tai palauttaa tavanomaisina postipaketteina, vaan niiden kuljetus edellyttää erityisjärjestelyjä. On kohtuullista, että kuluttajat tällaisissa tapauksissa pyrkisivät selvittämään hyödykkeen ominaisuudet muulla tavalla kuin tilaamalla sen nähtävilleen sekä harkitsisivat ennakkolta myös ostopäätöstään niin, että tavanomaista kalliimmat ja hankalammat edestakaiset kuljetukset voitaisiin välttää. Tämän tavoitteen toteutumista voidaan edistää sillä, että kuluttaja vastaisi itse palautuksesta koituvista kuluista. Esityksessä elinkeinonharjoittajan vastuuta palautuskuluista on tämän takia rajoitettu siten, että korvausvelvollisuus koskee vain sellaisia hyödykkeitä, jotka voidaan jättää tavanomaisella tavalla postin kuljetettaviksi.

3.1.5. Puhelinmyynti

Puhelinmyynti, jossa elinkeinonharjoittaja omasta aloitteestaan tarjoaa hyödykkeitä kuluttajalle, rinnastetaan nykyisin kotimyyntiin. Tämän mukaisesti elinkeinonharjoittajan on toimitettava kuluttajalle määrätty tiedot sisältävä kotimyyntiasiakirja riippumatta siitä, minkätyyppistä tavaraa tai palvelusta puhelintarjous koskee. Kuluttajalla on vastaavasti hyödykkeen lajista riippumaton oikeus peruuttaa sopimus.

Ehdotuksessa on puhelinmyyntiin osalta

päädytty säilyttämään elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus ja kuluttajan peruuttamisoikeus eräiltä osin nykytilaa vastaavana. Tämä on katsottu perustelluksi puhelinmyynnin erityispiirteiden takia: kuluttaja joutuu sopimuksentekotilanteeseen yllättäen ilman, että hän itse olisi harkinnut kyseisen hyödykkeen hankkimista.

Direktiivin vähimmäistasosta poiketen elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuus ja kuluttajan peruuttamisoikeus koskisivat puhelinmyynnissä myös päivittäistavaroiden toimittamista sekä majoitusta, kuljetusta, ravintolatoimintaa ja vapaa-ajan viettoa koskevaa palvelusta. Ehdotuksessa ei myöskään ole rajoitettu kuluttajan peruuttamisoikeutta sanoma- ja aikakauslehtien puhelinmyynnissä. Tältä osin ehdotuksen käytännön merkitys on suuri, sillä lehtiä tarjotaan yleisesti tilattavaksi puhelinmyynnissä.

3.1.6. Kotimyynti

Direktiivin täytäntöönpano edellyttää kotimyyntisäännösten muuttamista vain siten, että näitä säännöksiä ei enää sovelleta puhelinmyyntiin. Esityksessä ehdotetaan kotimyyntisäännöksiin muitakin muutoksia.

On pidetty tärkeänä, että peruuttamisoikeutta koskevat keskeiset säännökset ovat kotimyyntissä ja etämyyntissä samansisälliset. Tästä syystä ehdotetaan, että peruuttamisaika kotimyyntissä muutetaan nykyisestä 7:stä päivästä 14:ään päivään ja että peruuttamisilmoituksen kirjallisesta muodosta luovutaan. Jos kotimyyntiasiakirjan antaminen laiminlyödään, sopimuksen sitomattomuudella on ehdotuksen mukaan sama vuoden aikaraja kuin etämyyntissä vahvistuksen antamisen laiminlyöntitapauksissa.

3.1.7. Muut ehdotukset

Kotimyyntiä ja postimyyntiä koskevien nykyisten säännösten mukaan elinkeinonharjoittajan on viivästyskoron sijasta maksettava kuluttajalle sopimussakon luonteinen korvaus, kymmenesosa kauppahinnasta, jos hän ei ole palauttanut kauppahintaa säädetyn 30 päivän kuluessa.

Lakia vuonna 1978 säädettäessä katsottiin, ettei laillinen viivästyskorko ollut riittävä seuraamus. Viivästyskorot olivat tuolloin viisi tai kuusi prosenttia ja huomattavasti yleistä korkotasoa alhaisemmat. Tilanne on korkolain (633/1982) säätämisen ja siihen

vuonna 1995 tehtyjen muutosten jälkeen olennaisesti muuttunut. Viivästyskorko seuraa nykyisin markkinakorkoja ja täyttää sille asetettavat ennakkoehkäisevät ja korvaavat tavoitteet.

Vaikka nykyisen kiinteän korvauksen voidaan olettaa ehkäisevän viivästyksiä tehokkaasti, se menettää tehonsa viivästyksen tapahtuttua, koska viivästyksen kesto ei vaikuta korvauksen suuruuteen. Jos elinkeinonharjoittaja myöhästyy päivänkin rahojen palauttamisessa, pikaiseen suoritukseen ei hänen kannaltaan ole tarvetta, koska viivästysseuraamus ei enää muutu.

Näistä syistä ehdotetaan, että kiinteästä viivästyskorvauksesta luovutaan ja siirrytään käyttämään korkolain mukaista viivästyskorkoa. Muutos koskisi sekä kotimyyntiä että etämyyntiä.

Esityksessä ehdotetaan vielä, että kuluttajansuojalain 2 lukuun lisättäisiin nimenomainen säännös tilaamattomien hyödykkeiden toimittamisesta markkinoinnissa. Tällainen markkinointi olisi kielletty, jos kuluttajalta edellytetään maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä. Ehdotus ei asiallisesti muuta oikeus tilaa. Ehdotetussa säännöksessä tarkoitettua niin sanottua negatiivista myyntimenetelmää on vakiintuneesti pidetty hyvän tavan vastaisena ja sopimattomana markkinointina. Direktiivin 9 artiklan mukaan jäsenvaltioiden on kuitenkin nimenomaisesti kiellettävä tällainen menettely.

Direktiivin 9 artiklassa on lisäksi säännös siitä, ettei kuluttajan passiivisuus näissä tapauksissa merkitse tarjouksen hyväksymistä. Tältä osin erityisiä täytäntöönpanosäännöksiä ei tarvita, sillä varallisuus oikeudellisista oikeustoimista annetun lain (228/1929, jäljempänä oikeustoimilaki) säännökset, erityisesti lain 8 §, vastaavat direktiivin vaatimusta.

3.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset

Esityksen tavoitteena on tehostaa kuluttajia hyödyttävää kilpailua laajentamalla sallittujen kilpailukeinojen valikoimaa. Lähtökohdana on, että tietäntyyppisten markkinointitarjousten kieltämisen sijasta pyritään lisäämään markkinointiin avoimuutta ja kuluttajien ratkaisujen tueksi annettavien tietojen määrää ja tasoa.

Esityksen tavoitteiden mukaisesti ehdotetaan, että lisäetutarjousten sisältöä koskevista

vaatimuksista luovutaan. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäistarjoukset olisivat ehdotuksen mukaan sallittuja riippumatta siitä, minkälaisia yhdessä tarjotut hyödykkeet ovat. Erilaisen kanta-asiakasohjelmien sallittavuuteen ei myöskään vaikuttaisi se, millä tavalla asiakasuskollisuutta palkitaan.

Ehdotuksen mukaan elinkeinonharjoittajien olisi annettava markkinoinnissaan tiedot liisäetu- tai erikoistarjouksen sisällöstä ja arvosta sekä tarjouksen hyväksi käyttämisestä koskevista ehdoista, erityisesti tarjouksen kestosta ja mahdollisista määrällisistä tai muista rajoituksista. Tiedonantovelvollisuutta lisäämällä pyritään varmistamaan se, että kuluttajat voisivat vertailla tarjouksia keskenään ja arvioida omalta kannaltaan niiden edullisuuden.

Ehdotettu sääntely täyttäisi sähköisestä kaupankäynnistä lähiaikoina annettavaksi tulevan direktiivin vaatimukset myynninedistämistarjouksista annettavista tiedoista.

3.3. Vertaileva mainonta

Vertailevaa mainontaa koskevien ehdotusten tarkoituksena on panna kansallisesti täytäntöön 1.2.3. jaksossa selostettu direktiivi 97/55/EY. Koska direktiivillä suojataan paitsi kuluttajia myös kilpailevia elinkeinonharjoittajia, täytäntöönpano edellyttää sekä kuluttajansuojalain että sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain muuttamista.

Tarvittavat materiaaliset säännökset ehdotetaan lisättäviksi kuluttajansuojalain 2 lukuun. Säännösten toistamista sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetussa laissa ei ole pidetty tarpeellisenä, vaan tähän lakiin ehdotetaan otettavaksi viittaussäännös kuluttajansuojalakiin.

Kuluttajansuojalain ja sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain nykyiset säännökset koskevat mainonnan ohella muutakin markkinointia. Markkinoinnin käsite on laaja: se kattaa muun muassa sen, mitä elinkeinonharjoittaja yksittäisessä kaupantekotilanteessa suullisesti esittää. Ei ole pidetty tarpeellisenä ulottaa direktiivin mukaista sääntelyä tämänkaltaiseen toimintaan, joten ehdotetut säännökset on direktiiviä vastaavasti rajoitettu koskemaan mainontaa. Mainonnalla tarkoitettaisiin yleisölle tai muulle laajajalkolle vastaanottajajoukolle suunnattua julkaistua viestintää.

Ehdotetut säännökset ovat direktiivin täys-

harmonisointiluonteen takia asiallisesti samansisältöiset kuin direktiivissä sekä vastaavat sanamuodoiltaan pitkälti direktiivin tekstiä.

Direktiivin suomenkielisessä toisinnossa käytetyn sanan "kauppanimitys" tarkoitus ja oikea merkitys on tulkinnanvarainen. Ruotsinkielisessä toisinnossa vastaava sana on firmanamn eli toiminimi. Asiayhteydestä päätellen ja ottaen huomioon eräät muut kieliversiot ruotsinkielinen toisinto vaikuttaa oikeammalta, ja ehdotus on sen mukainen.

Esityksessä ei ehdoteta pantavaksi erikseen täytäntöön alkuperänimityksellä varustettujen tuotteiden vertailua koskevaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan f alakohtaa. Komission neuvostolle esittämän selvityksen mukaan kyseinen säännös ei muuta oikeustilaa, sillä se vastaa asiallisesti maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden maantieteellisten merkintöjen ja alkuperänimitysten suojasta annetun neuvoston asetuksen (ETY) N:o 2081/92 ja erityisesti sen 13 artiklan säännöksiä. Koska asetus on jo sellaisenaan voimassa, asiasta ei katsottu tarvittavan muuta säännöstä.

Erillistä täytäntöönpanosäännöstä ei ole katsottu tarvittavan myöskään siitä direktiivin vaatimuksesta, jonka mukaan näyttö mainonnassa esitettyjen tosiasiaväittämien paikkansapitävyydestä on voitava vaatia lyhyessä ajassa. Sekä kuluttaja-asiamiehellä että markkinatuomioistuimella on voimassa olevan lainsäädännön mukaan oikeus vaatia elinkeinonharjoittajalta asian selvittämiseksi tarpeellisia tietoja. Tiedot voidaan velvoittaa antamaan lyhyessäkin ajassa. Vertailevassa mainonnassa voidaanankin yleisesti edellyttää, että mainostajalla on jo ennen mainoskampanjan toteuttamista hallussaan selvitykset ja muut tiedot niistä tosiasioina esitettävistä seikoista, joihin vertailussa aiotaan nojautua.

3.4. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu

Kuluttajansuojalain 4 luvun 1 §:n mukaan kulutushyödykkeen hintaa voidaan sovittaa, jos hinta on kohtuuton ottaen huomioon kulutushyödykkeen laatu ja yleinen hintataso. Säännös on ollut voimassa vuodesta 1978, ja sen sisältöön on vaikuttanut tuolloin vielä laajalti voimassa ollut hintasäännöstely. Kun oikeustoimilakiin vuonna 1982 lisättiin yleinen kohtuullistamissäännös, vastiketta koskevien ehtojen ja oikeustoimen muiden ehtojen välillä ei tehty eroa. Sekä vastikkeen että muiden ehtojen sovittelu perustuu oikeustoi-

milain 36 §:n nojalla samoihin yleisiin kohtuuttomuuden arviointiperusteisiin.

Kohtuuttoman vastikkeen ja muiden kohtuuttomien sopimusehtojen sovittelun erilaisia edellytyksiä ei voida pitää perusteltuina kuluttajasopimuksissakaan. Käytännössä ongelmallisia ovat olleet erityisesti sellaiset tapaukset, joissa hinta tai muu vastike määräytyy yleisesti käytetyn ja sinänsä hyväksyttävän perusteen mukaisesti, mutta tämän perusteen soveltaminen johtaisi yksittäisen tapauksen olosuhteet huomioon ottaen kohtuuttomuuteen. Näistä syistä ehdotetaan, että kuluttajansuojalain sovittelusäännös tältä osin yhtenäistettäisiin oikeustoimilain vastaavan säännöksen kanssa.

Ehdotuksen mukaan myös vastikkeen sovittelu perustuisi kokonaisarviointiin, jossa olisi otettava huomioon kaikki asiaan vaikuttavat seikat. Sovittelun esteenä ei näin ollen olisi yksinomaan se, että hinta tai muu vastike on yleisen hintatason mukainen.

Ehdotettu muutos yhdenmukaistaisi kuluttajansuojalain sovitteluedellytyksiä myös eräiden muiden kohtuullistamissäännösten kanssa. Erityisiä kohtuullistamissäännöksiä, jotka niin ikään perustuvat kokonaisarviointiin, on saatavien perinnästä annetun lain (513/1999) 10 §:ssä ja kuluttajansuojasta kiinteistönvälityksessä annetun lain (686/1988) 17 §:ssä.

4. Esityksen vaikutukset

4.1. Etämyynti

4.1.1. Direktiivin vähimmäistason ylittävien säännösten vaikutus kansainväliseen sähköiseen kaupankäyntiin

Direktiivi 97/7/EY on, kuten aiemmatkin sopimusoikeudelliset kuluttajansuojadirektiivit, niin sanottu vähimmäisdirektiivi: jäsenvaltiot voivat antaa tai pitää voimassa kuluttajia tehokkaammin suojaavia säännöksiä. Kuluttajansuojaa koskevien direktiivien valmistelussa Suomen kansallisena tavoitteena on vakiintuneesti ollut vähimmäistasoinen sääntely. Vähimmäisdirektiivejä täytäntöön pantaessa on vastaavasti lähdetty siitä, ettei olemassa olevaa kuluttajansuojan tasoa perusteettomasti heikennetä.

Myös eduskunnan talousvaliokunta on ottanut sääntelyn tasoon kantaa suurelle valiokunnalle 18 päivänä kesäkuuta 1996 antamassaan lausunnossa (TaVL 10/1996 vp),

joka koski valtioneuvoston selvitystä elintarvikkeita, kuluttajansuojaa, ympäristönsuojelua ja työläinsäädännön alaa koskevasta suojatasosta (E 11/1996 vp). Valiokunta totesi, että suuri osa yhteisön kuluttajansuojalainsäädäntöä ei ole sillä tavoin sisämarkkinoiden toteutumisen ydinalueella, että jäsenvaltioiden lainsäädännön kokonaisharmonisointi olisi tarpeen tämän tavoitteen kannalta. Yhteisötason kuluttajansuojaa kehitettäessä tulee niiden jäsenvaltioiden, joilla on kehittynyt kuluttajansuojalainsäädäntö, voida säilyttää kansallinen lainsäädäntönsä olemassa olevassa laajuudessaan, ylläpitää korkeaa suojatasoa ja kehittää sitä edelleen. Kuluttajansuojasäädöksiä yhteisötasolla laadittaessa on pyrittävä ennen muuta asettamaan jäsenvaltioille velvollisuus toteuttaa tietyt kuluttajansuojan perusvaatimukset. Yhteisötason säädösten ei tule esimerkiksi markkinoinnin, sopimusehtojen ja kulutusluottojen osalta estää jäsenvaltioita pitämästä yllä ja säätämästä kuluttajan aseman paremmin turvaavaa lainsäädäntöä. Talousvaliokunta toisti edellä olevan kannanottonsa suurelle valiokunnalle 10 päivänä joulukuuta 1997 antamassaan lausunnossa (TaVL 24/1997 vp), joka koski valtioneuvoston selvitystä rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevista direktiiviluonnoksista (E 69/1997 vp). Suuri valiokunta on yhtynyt talousvaliokunnan lausunnoissa esitettyyn.

Esitystä valmisteltaessa on harkittu, ovatko nämä aiemmat periaatteet enää tarkoituksenmukaisia ottaen erityisesti huomioon rajat ylittävän sähköisen kaupankäynnin lisääntyminen ja Suomen kansalliset pyrkimykset edistää ja tukea tätä kehitystä. Hyödykkeiden tarjoaminen tietoverkoissa ei ole samalla tavoin maantieteellisesti rajattua kuin esimerkiksi perinteinen postimyynti, vaan tavoitteena nimenomaan on maailmanlaajuinen markkinapaikka. Yritysten on vaikea ottaa toiminnassaan huomioon kaikkien niiden valtioiden erilaista lainsäädäntöä, joissa tarjonta on vastaanotettavissa. Tämä synnyttää painetta myös yhteisön lainsäädännön täysharmonisointiin. On myös epäilty, että yleistä eurooppalaista tasoa tiukempi kansallinen kuluttajansuoja saattaa heikentää suomalaisten kuluttajien mahdollisuuksia käyttää sähköistä kaupankäyntiä hyödykseen. On jopa esitetty, että kansainväliset sähköisen kaupankäynnin yritykset saattavat rajata Suomen tarjontansa ulkopuolelle sen sijaan, että järjestäisivät toimintansa Suomen mark-

kinoita varten Suomen lain erityisvaatimukset täyttäväksi.

Toisaalta on syytä korostaa, että sähköinen kuluttajankauppa voi kehittyä vain, jos se saavuttaa kuluttajien luottamuksen. Luottamusta tuskin lisäisi se, että sähköisessä kaupankäynnissä luovuttaisiin sellaisesta kuluttajansuojasta, jota perinteisessä kaupankäynnissä on vakiintuneesti noudatettu. Kuluttajansuojalainsäädännön yhtenäistämisen tavoitteena ei voine olla taantuminen kehittyneeltä suojatasolta vähimmäistasolle vaan pyrkiminen asteittain yhteiseen korkeaan kuluttajansuojatasoon.

Direktiivissä säännellään van osaa etämyyntiin ja etäsopimuksiin liittyvistä oikeudellisista seikoista. Muun muassa sitovan sopimuksen syntyminen, sopimusrikkomukset ja niiden seuraamukset samoin kuin direktiivin mukaisen peruuttamisoikeuden tarkemmat oikeusvaikutukset on jätetty kansallisten lakien varaan. Vaikka direktiivi kaikissa jäsenvaltioissa pantaisiin täytäntöön vähimmäistasonsa mukaisena, lainsäädäntöjen erot eivät sillä poistuisi. Kansainvälistä etämyyntiä harjoittavat yritykset joutuisivat joka tapauksessa ottamaan toiminnassaan lukuun peruseriaatteiltaan toisistaan eroavat sopimusoikeudelliset normistot.

Esityksen valmistelun lähtökohtana on ollut, ettei kuluttajansuojalakiin tehdä direktiivin täytäntöönpanon takia sellaisia muutoksia, jotka selvästi heikentäisivät kuluttajan oikeudellista tai taloudellista asemaa nykyisestä. Eräin kohdin on kuitenkin päädytty direktiivin vähimmäistasoa vastaavaan sääntelyyn, vaikka se on kuluttajien kannalta nykytilaa epäedullisempi. Näille muutoksille on katsottu olevan asiallisia perusteita, eivätkä ne merkittävästi vaikuta kuluttajien asemaan käytännössä. Ehdotetut muutokset ja niiden syyt käyvät tarkemmin ilmi yleisperustelujen 3.1. jaksosta.

Niistä esityksen säännöksistä, jotka poikkeavat direktiivin vähimmäistasosta, merkittävien on elinkeinonharjoittajan velvollisuus korvata yleensä tavaroiden ja muiden suoritusten palautuskulut kuluttajan peruuttaessa sopimuksen. Velvoitteen taloudellisten vaikutusten lisäksi on otettava huomioon sen poikkeuksellisuus: yhtä laaja velvoite korvata palautuskulut on tiettävästi vain Saksan uudessa etämyyntilaissa, joka on hyväksytty liittopäivillä mutta ei vielä liittoneuvostossa. Ei voida kokonaan sulkea pois sitä mahdollisuutta, että tällainen säännös saattaa vaikut-

taa epäedullisesti sähköiseen tarjontaan Suomessa. Tämän vuoksi on tarkoitettu ryhtyä seuraamaan kyseisen säännöksen ja muidenkin direktiivistä poikkeavien säännösten käytännön vaikutuksia rajat ylittävässä sähköisessä kaupankäynnissä. Seurannassa kiinnitetään huomiota muun muassa siihen, pyrkivätkö esimerkiksi internetissä toimivat yritykset rajaamaan Suomen tarjoustensa ulkopuolelle tai asettavatko ne ehkä erityishintoja tai muita erityisehtoja Suomesta tehtäville tilauksille.

Suomen muita jäsenvaltioita laajempi kuluttajansuoja ei vaikuttane kotimaisten yritysten toimintaan niiden markkinoidessa hyödykkeitään muissa jäsenvaltioissa. Vallitsevaksi katsottavan tulkinnan mukaan sovellettavaksi tulee tällöin kuluttajan asuinpaikkavaltion laki. Kotimaiset yritykset voivat halutessaan varmistaa vieraan valtion lain tai jonkin sen yksittäisen säännöksen soveltamisen lisäämällä sitä koskevan ehdon verkkosivuilleen.

Sähköisestä kaupankäynnistä lähiaikoina annettavassa direktiivissä säädetään muun muassa vähimmäisdirektiivien tason ylittävien kansallisten säännösten suhteesta sähköistä kaupankäyntiä koskevaan sääntelyyn. Direktiivin 1 artiklan 3 kohdan mukaan direktiivillä ei heikennetä yhteisön säädöksillä ja niiden täytäntöönpanemiseksi annetulla kansallisella lainsäädännöllä vahvistettua suojelun tasoa erityisesti kansanterveyden ja kuluttajien suojelun osalta, sikäli kuin tämä ei rajoita tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisen vapautta.

4.1.2 Muut vaikutukset

Etämyyntiä koskevilla ehdotuksilla ei ole vaikutuksia julkistalouteen.

Ehdotettu tiedonantovelvollisuus aiheuttaisi joitakin uusia velvoitteita etämyyntiä harjoittaville elinkeinonharjoittajille. Puhelinmyynnissä nykyisin käytetyt kotimyyntiasiakirjat olisi uusittava etämyynnissä käytettävän vahvistuksen vaatimukset täyttäväksi, mistä aiheutuu vähäisiä lisäkustannuksia. Muussa etämyynnissä vastaava velvoite on uusi, mutta esimerkiksi perinteisessä postimyyntissä nykyisin käytetty markkinointiaineisto sisältää normaalisti vahvistuksessa edellytetyt tiedot, eikä erillisille vahvistuksille näissä tapauksissa olisi tarvetta. Sähköisessä kaupankäynnissä vahvistus voitaisiin toimittaa myös sähköisesti, mikä helpottaisi menette-

lyä ja vähentäisi siitä aiheutuvia kuluja.

Peruuttamisajan pidentyminen ja peruuttamisoikeuden ulottuminen eräisiin sopimuksiin, joissa oikeutta nykyisin ei ole, lisännee jossain määrin peruutusten lukumäärää ja niistä elinkeinonharjoittajille koituvia taloudellisia menetyksiä. Merkittäviä muutoksia tässä suhteessa ei kuitenkaan ole odotettavissa.

Ehdotetut uudet elinkeinonharjoittajien velvollisuudet ja kuluttajien oikeudet perustuvat pääosin direktiiviin 97/7/EY, eikä niistä koituvia kustannuksia voida kansallisesti välttää.

4.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset

Yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäistarjouksia koskevista ehdotuksista seuraa, ettei kuluttaja-asiamiehen enää tarvitse valvoa sitä, minkälaisia hyödykkeitä yhdessä tarjotaan. Valvonnessa on toisaalta ryhdyttävä seuraamaan ehdotetun tiedonantovelvollisuuden noudattamista. On kuitenkin odotettavissa, että ehdotus kaikkiaan vähentää valvontaviranomaisen tarvetta puuttua lisäetumarkkinointiin, jolloin voimavaroja voidaan nykyistä enemmän kohdentaa kuluttajansuojan kannalta merkittävämpien asioiden hoitamiseen.

Esityksellä lisätään elinkeinonharjoittajien käytettävissä olevien kilpailukeinojen valikoimaa, minkä odotetaan tehostavan kilpailua ja hyödyttävän kuluttajia.

4.3. Vertaileva mainonta

Vertailevaa mainontaa koskevat ehdotukset eivät asiallisesti muuta oikeustilaa Suomessa, eikä esityksellä siten ole kansallisia vaikutuksia.

4.4. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu

Kulutushyödykkeen hinnan sovittelua koskeva ehdotus mahdollistaisi hinnan tai muun vastikkeen kohtuullistamisen nykyistä joustavammin. Hintaa voitaisiin kohtuullistaa, vaikka se sinänsä olisi yleisen hintatason mukainen, mutta kaikki muut asiaan vaikuttavat seikat huomioon ottaen kyseisessä tapauksessa kohtuuton. Muutoksella on merkitystä lähinnä sellaisilla palvelualoilla, joilla perityt vastikkeet määräytyvät hyvin kaavamaisin perustein ilman, että yksittäisen suo-

rituksen erityispiirteet tai olosuhteet muutoin otettaisiin riittävästi huomioon.

5. Asian valmistelu

5.1. Etämyynti

Oikeusministeriö asetti 22 päivänä lokakuuta 1997 työryhmän, jonka tehtävänä oli valmistella ehdotus direktiivin 97/7/EY täytäntöön panemiseksi tarvittavasta lainsäädännöstä. Työryhmän mietintö valmistui marraskuussa 1998, ja siitä pyydettiin lausunto 34 viranomaiselta ja yhteisöltä. Lausunnoista on tehty oikeusministeriössä tiivistelmä.

Työryhmän ehdotuksia pidettiin pääosin asiallisina ja tarpeellisina direktiivin täytäntöönpanemiseksi. Elinkeinoelämää edustavat tahot kuitenkin korostivat sitä, että direktiivi 97/7/EY olisi kaikilta osiltaan pantava täytäntöön vähimmäistasonsa mukaisena. Mainitut tahot katsoivat, että myös niistä voimassa olevista kansallisista säännöksistä, jotka menevät direktiivin vaatimuksia pitemmälle, olisi tässä yhteydessä luovuttava. Erityisesti tämä vaatimus koski elinkeinonharjoittajan velvollisuutta korvata tavarain tai muun suorituksen palauttamisesta kuluttajalle aiheutuneet kulut.

Edellä 4.1.1. jaksossa on käsitelty lähemmin direktiivin vähimmäistason ylittävän sääntelyn syitä ja vaikutuksia sekä esityksen jatkovalmistelun lähtökohtia tältä osin. Monet työryhmän ehdotuksen yksityiskohdista esitetyt huomautukset on sen sijaan otettu jatkovalmistelussa huomioon.

Direktiivin täytäntöönpanoa on valmisteltu samanaikaisesti kaikissa pohjoismaissa. Valmistelusta vastaavien virkamiesten kesken on järjestetty useita yhteistyökokouksia. Yhteistyöllä on pyritty saamaan pohjoismaiden lainsäädäntö periaatteiltaan mahdollisimman yhdenmukaiseksi.

Esityksen jatkovalmistelussa on katsottu tarkoituksenmukaiseksi yhdistää direktiivin 97/7/EY täytäntöönpanosta johtuvat ehdotukset samaan esitykseen kuin direktiivin 97/55/EY täytäntöönpanoa, yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäisiä sekä sovittelusäännöksen muutosta koskevat ehdotukset, koska niissä kaikissa on kysymys kuluttajansuojain muuttamisesta. Yhdistetystä hallituksen esitysluonnoksesta järjestettiin vielä huhtikuussa 2000 oikeusministeriössä kuulemistilaisuus, johon oli kutsuttu 18:n viranomaisen ja järjestön edustajat.

5.2. Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäiset sekä vertaileva mainonta

Kaupan Keskusliitto teki 13 päivänä helmikuuta 1996 oikeusministeriölle aloitteen, jossa liitto esitti yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäisiä koskevan kuluttajansuojalain 2 luvun 4 §:n kumoamista. Vaihtoehtona liitto esitti, että säännöksestä ainakin poistettaisiin vaatimus ilmeisestä asiallisesta yhteydestä tarjottujen hyödykkeiden välillä. Aloitteesta laadittiin oikeusministeriössä virkатыönä arviomuistio, josta pyydettiin lausunto 18 viranomaiselta ja yhteisöltä. Useimmat elinkeinoelämää edustavat tahot puolsivat sääntelyn kumoamista tai lieventämistä. Kuluttajia edustavat tahot suhtautuivat muutoksiin varauksellisesti.

Oikeusministeriö antoi 9 päivänä tammi-kuuta 1998 virkamiestyöryhmälle tehtäväksi valmistella ehdotuksen kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta siten, että yritykset voivat laajemmin käyttää lisäetutarjouksia kilpailukeinoinaan. Valmistelussa oli toisaalta otettava huomioon kuluttajien mahdollisuudet saada riittävästi tietoja lisäetutarjousten edullisuuden arvioimiseksi. Työryhmän tuli samalla valmistella direktiivin 97/55/EY täytäntöönpanemiseksi tarvittavat muutokset sekä selvittää mahdolliset muut kuluttajansuojalain 2 luvun muutostarpeet.

Direktiivin täytäntöönpanoa on valmisteltu yhdessä muiden pohjoismaiden kanssa.

Virkamiestyöryhmän ehdotus valmistui huhtikuussa 1999, ja siitä saatiin lausunto

16 viranomaiselta ja yhteisöltä. Lausunnoista on tehty oikeusministeriössä tiivistelmä.

Vertailevaa mainontaa koskeneet ehdotukset hyväksyttiin yleisesti, ja niistä esitettiin vain muutamia, lähinnä lakitekniisiä huomautuksia. Valtaosa lausunnonantajista puolsi myös yhdistettyjä tarjouksia ja kylkiäisiä koskevaa ehdotusta. Kielteisesti siihen suhtautuivat kuluttaja-asiamies, Kuluttajat-konsumenterna ry sekä Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus, joka epäili ehdotuksella voivan olla kielteisiä heijastusvaikutuksia alkoholilaisissa (1143/1994) säänneltyyn alkoholin mainontaan ja muuhun myynninedistämiseen.

Lausunnonantajat esittivät myös joitakin huomautuksia ehdotetun tiedonantovelvollisuuden sisältöön samoin kuin ehdotuksen perusteluihin. Nämä huomautukset on jatkovalmistelussa pyritty ottamaan mahdollisimman pitkälti huomioon.

5.3. Kulutushyödykkeen hinnan sovittelu

Kulutushyödykkeen hinnan sovittelua koskeva ehdotus on valmisteltu oikeusministeriössä virkатыönä kuluttaja-asiamiehen ja kuluttajavalituslautakunnan aloitteesta. Ehdotuksesta järjestettiin huhtikuussa 2000 oikeusministeriössä kuulemistilaisuus, johon oli kutsuttu 18 viranomaisen ja järjestön edustajat. Kuultavilla ei ollut huomattamista ehdotettuun lakitekstiin, mutta perusteluihin esitettiin tarkistuksia, jotka on jatkovalmistelussa pyritty ottamaan huomioon.

YKSITYISKOHTAISET PERUSTELUT

1. Lakiehdotusten perustelut

1.1. Kuluttajansuojalaki

2 luku. Markkinoinnin sääntely

2 a §. Pykälällä pannaan täytäntöön etäsovimuksia koskevan direktiivin 97/7/EY 9 artiklan säännökset. Pykälä koskee markkinointia, jossa kuluttajille toimitetaan kulutushyödykkeitä ilman nimenomaista tilausta. Tällainen markkinointi on pykälän mukaan kielletty, jos siinä edellytetään kuluttajalta maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyt-

tämistä taikka muuta toimenpidettä, esimerkiksi nimenomaista vastausta. Pykälän tarkoituksena on estää niin sanotun negatiivisen myyntimenetelmän käyttäminen.

Negatiivisessa myyntimenetelmässä tarjous tehdään toimittamalla suoritus vastaanottajalle ja edellyttämällä esimerkiksi suoritusten palauttamista tai nimenomaista kieltävää vastausta, jotta sopimus ei syntyisi. Voimassa olevan oikeuden mukaan tällaisen suoritusten vastaanottajalle ei synny sopimussidonnaisuutta, vaikka hän pysyisi passiivisena. Negatiivinen myyntimenetelmä on vakiintuneesti katsottu myös sopimattomaksi

markkinoinniksi.

Pykälässä ei kielletä tilaamattomien hyödykkeiden toimittamista sinänsä. Markkinoinnissa saatetaan lähettää esimerkiksi aikakauslehden näytenumero tutustumista varten tai muita tuotenäytteitä kuluttajien koekäyttöä varten. Hyväntekeväisyysjärjestöt tarjoavat usein ostettaviksi joulukortteja, kirjeensulkijamerkkejä tai arpoja toimittamalla niitä tilaamatta kuluttajille. Tämän tyyppiseen markkinointiin ei kuitenkaan saa liittyä minkäänlaisia velvoitteita kuluttajille.

Pykälän vastainen menettely voidaan luvun 7 §:n nojalla sakon uhalla kieltää. Säännöksen rikkominen tahallaan tai törkeästä huolimattomuudesta on lisäksi rangaistava teko 11 luvun 1 §:n nojalla.

4 §. Pykälä koskee lisäetumarkkinoinnissa ja muussa erikoistarjousmarkkinoinnissa annettavia tietoja. Tällaista markkinointia arvioidaan lisäksi, kuten nykyisinkin, 1 §:n yleislausukseen nojalla. Tärkeimpiä markkinatuomioistuimen ratkaisuja, joissa yleislausetta on sovellettu lisäetumarkkinointiin, on selvitetty yleisperustelujen 1.1.2. jaksossa.

Pykälän 2 kohdan säännöksillä pannaan samalla täytäntöön osa vertailevaa mainontaa koskevan direktiivin 97/55/EY säännöksistä. Muilta osin pykälän säännökset eivät liity direktiivien täytäntöönpanoon.

Pykälän säännöksiä sovelletaan silloin, kun markkinoinnissa tarjotaan kahta tai useampaa kulutushyödykettä yhteisellä hinnalla tai kun hyödykkeen ostajalle tarjotaan muu hyödyke alennetulla hinnalla tai jokin muu erityinen etu.

Pykälä koskee sekä samanveroisista tuotteista koottuja yhdistettyjä tarjouksia että kylkiäistarjouksia, joissa päätuotteen yhteydessä tarjotaan muodollisesti vastikkeeton, yleensä vähäarvoinen lisätuote. Pykälä koskee myös erikoistarjousmarkkinointia, jossa etuna on tavanomaista alempi kampanjahinta, sekä paljousalennuksia, joissa määrätyn erän hyödykkeitä hankkiva saa ne tai osan niistä alennetulla hinnalla. Pykälässä tarkoitettu muu erityinen etu voi lisäksi olla rahana tai ostokortteina palautettava osuus tietyn ajanjakson kuluessa tehtyjen ostosten hinnoista. Kysymykseen voivat tulla myös muuntotyypiset erilaisiin kanta-asiakasohjelmiin liittyvät etuudet.

Pykälässä tarkoitetuille tarjouksille on yhteistä se, että kuluttajan on edun saadakseen hankittava jokin kulutushyödyke. Säännökset

eivät koske markkinointiarpajaisia eivätkä muita markkinoinnissa tarjottuja etuja, joiden saaminen ei edellytä minkään hyödykkeen hankkimista.

Pykälän säännökset eivät koske myöskään sellaisia tuoteyhdistelmiä, jotka on suunniteltu ja pakattu kokonaisuudeksi ja tarkoitettu myytäväksi itsenäisinä tuotteina. Tällaisia voivat esimerkiksi olla työkalu- tai kosmetiikkasarjat ja useammista tuotteista kootut lahjapakkaukset.

Markkinoinnissa on pykälän 1 kohdan mukaan ilmoitettava tarjouksen sisältö. Esimerkiksi yhdistetystä tarjouksesta on selvitettävä, minkälaisia hyödykkeitä siihen sisältyy. Maininta tavarasta tai palveluksen lajista riittää. Yksityiskohtaisempia selvityksiä hyödykkeiden ominaisuuksista ei edellytetä. Muista eduista on vastaavasti selvitettävä, mitä ne ovat. Esimerkiksi kanta-asiakasohjelmia markkinoitaessa on ilmoitettava, saako asiakasedun rahana, ostokortteina, alennuksina vai vastikkeettomina hyödykkeinä.

Kohdan mukaan on lisäksi ilmoitettava tarjouksen arvo. Jos tuotteita tarjotaan yhdistettyyn hintaan, tarjouksen arvo kuluttajalle on tuotepaketin kokonaishinnan ja siihen sisältyvien tuotteiden erillishintojen erotus. Arvon todentamiseksi on siis ilmoitettava paitsi paketin kokonaishinta myös sen osan hinta erikseen ostettaessa. Jos paketin osa ei ole erillisenä ostettavissa, on ilmoitettava laskennallinen vähittäismyyntihinta. Elinkeinonharjoittajan on tarvittaessa voitava esittää selvitys siitä, miten arvo on määritetty.

Jos hyödykkeen hinta erikseen hankittuna alittaa kymmenen euroa (noin 60 markkaa), sitä ei tarvitse kohdan mukaan erikseen ilmoittaa. Poikkeuksella on merkitystä lähinnä kylkiäistarjouksissa, sillä kylkiäisten arvot ovat käytännössä usein olleet vähäisiä.

Kohdan säännökset täydentävät kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa annetun asetuksen (1359/1999) mukaista hinnanilmoitusvelvollisuutta. Asetuksessa ei edellytetä yhdessä tarjottavien hyödykkeiden erillishintojen ilmoittamista.

Jos lisäetuna tarjotaan vastikkeetta luovutettavia hyödykkeitä, tarjouksen arvo ilmoitetaan periaatteessa samalla tavoin kuin yhdessä tarjotuista hyödykkeistä. Markkinoinnista on käytävä ilmi, kuinka paljon ja minkä hintaisia hyödykkeitä kuluttaja joutuu edun saadakseen kaikkiaan hankkimaan. Lisäksi on ilmoitettava vastikkeetta tarjotun

hyödykkeen hinta erikseen hankittuna, paitsi jos se on alle kymmenen euroa.

Jos etuna tarjotaan alennusta muun hyödykkeen hinnasta, on ilmoitettava alennuksen määrä ja alentamaton hinta. Alennusta ilmoitettaessa on huomattava, ettei kulu-tyshyödykkeen hintaa saa 3 §:n mukaan ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan.

Pykälän 2 kohdan mukaan markkinoinnissa on ilmoitettava tarjouksen hyväksi käyttämisestä koskevat ehdot, erityisesti tarjouksen kesto ja mahdolliset määrälliset tai muut rajoitukset. Tarkoituksena on, että kuluttaja saa markkinoinnista selkeät tiedot siitä, miten toimien, minä aikana ja millä muilla edellytyksillä hän voi saada tarjotun edun hyväkseen.

Tarjouksen hyväksi käyttämisestä koskevia ehtoja ovat esimerkiksi ne, joiden mukaan kuluttajan on edun saadakseen ostettava hyödykkeitä tietty vähimmäismäärä ja mahdollisesti kerättävä ja palautettava tarjoukuponkeja, ostoskuitteja tai merkkejä. Jos tarjouksen kesto on rajoitettu, markkinoinnista on käytävä ilmi, milloin tarjous alkaa ja milloin se päättyy. Jos hyödykkeitä myydään vain rajoitettu määrä asiakasta kohden, määrä on kerrottava markkinoinnissa. Kohdassa tarkoitettu muu rajoitus on esimerkiksi se, että tarjous on voimassa niin kauan kuin varastoa riittää. Jos tarjoustuotteita on odotettavissa olevaan kysyntään nähden vain vähän, tulisi ilmoittaa niiden lukumäärä, jotta kuluttajille ei annettaisi epärealistista tai harhaanjohtavaa kuvaa tarjouksen saatavuudesta.

Direktiivin 97/55/EY mukaan erikoistarjouksia koskevassa vertailussa on mainittava tarjouksen kesto tai tarvittaessa se, että erikoistarjous riippuu tavaroiden tai palvelusten saatavuudesta. Pykälän 2 kohdan säännöksillä pannaan täytäntöön myös nämä direktiivin vaatimukset. Pykälän säännösten soveltamisa on kuitenkin laajempi kuin direktiivissä: pykälä koskee kaikentyyppistä tarjousmarkkinointia eikä vain vertailun sisältäviä erikoistarjouksia.

4 a §. Pykälällä pannaan täytäntöön pääosa vertailevaa mainontaa koskevan direktiivin 97/55/EY vaatimuksista. Vertailevalla mainonnalla tarkoitetaan pykälän 1 momentin mukaan mainontaa, josta voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai kilpailijan markkinoima hyödyke. Määritelmä on asiallisesti sama kuin direktiivissä.

Vertailevan mainonnan käsite on tarkoitettu laajaksi. Säännökset koskevat ensinnäkin sellaista mainontaa, jossa kilpaileva elinkeinonharjoittaja tai hänen markkinoimansa hyödyke mainitaan nimenomaisesti. Säännöksiä sovelletaan myös silloin, kun kilpailijaan viitataan vain epäsuorasti. Mainoksessa esitetty vertailutuote saattaa esimerkiksi muotoilunsa perusteella olla tunnistettavissa kilpailijan tuotteeksi, vaikka kilpailijan tai tuotteen nimeä ei olisikaan kerrottu. Kysymykseen voi tulla myös yleisluontoisempi vertailu, jossa mainostetun tuotteen materiaalia, ominaisuuksia tai käyttökelpoisuutta verrataan muihin markkinoilla oleviin vastaaviin tuotteisiin yleensä, vertailukohteita yksilöimättä.

Pykälässä vertailuille asetettavat vaatimukset koskevat, kuten direktiivikin, vain mainontaa. Tältä osin sääntely eroaa luvun muista markkinointisäännöksistä, joita sovelletaan mainonnan ohella muuhunkin markkinointiin. Mainonnalla tarkoitetaan yleisölle tai muuten suurehkolle vastaanottajajoukolle suunnattua julkaistua viestintää. Tavanomaisten lehti-, radio-, televisio- ja ulkomainosten ohella mainontana pidetään hyödykepakkauksissa esitettyjä tietoja sekä liike-tiloissa esillä olevia kylttejä ja julisteita. Mainontana ei sen sijaan pidetä esimerkiksi yksittäisten tarjousten tai myyntikeskustelujen yhteydessä esitettyjä tietoja.

Vertaileva mainonta on pykälän 2 momentin mukaan sallittu vertailun osalta, jos se täyttää kaikki momentin 1—7 kohdassa asetetut vaatimukset. Direktiivin täy-tysharmonisointiluonteon takia vertailuille ei voida kansallisesti asettaa muita vaatimuksia.

Momentin 1 kohdan mukaan vertaileva mainonta ei saa olla totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa. Kohta vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan a alakohtaa. Säännös ei tuo mitään uutta voimassa olevaan oikeuteen, sillä 2 §:ssä säädetty totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien tietojen antamiskielto koskee myös vertailevaa mainontaa. Säännöksen toistaminen momentissa on kuitenkin katsottu aiheelliseksi, koska totuudellisuusvaatimus on erityisesti vertailevassa mainonnassa korostunut.

Momentin 2 kohdan mukaan vertailevan mainonnan tulee koskea samaan tarkoitukseen tai samoihin tarpeisiin käytettäviä hyödykkeitä. Kohta vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan b alakohtaa. Asiallinen ja hyväksyttävä vertailu edellyttää, että kyseiset

hyödykkeet ovat keskenään vertailukelpoisia. Täysin toisiaan vastaaviin tuotteisiin vertailuja ei kuitenkaan ole rajoitettu. Sallittua on esimerkiksi vertailla junamatkaa lentomatkakaan, säästöhenkivakuutusta pitkäaikaiseen pankkitalletukseen tai omistusasunnon hankkimista vuokra-asumiseen.

Momentin 3 kohdan mukaan vertailevan mainonnan on oltava puolueetonta. Lisäksi edellytetään, että vertailu koskee hyödykkeiden olennaista, merkityksellistä, toteen näytettävissä olevaa ja edustavaa ominaisuutta. Myös hintavertailut ovat kohdan mukaan sallittuja. Säännös on direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan c alakohdan mukainen.

Kohdassa asetetut edellytykset vastaavat pitkälti Suomen ja muiden pohjoismaiden oikeuskäytäntöä. Markkinatuomioistuimien on muun muassa ratkaisuissaan 1988:8 ja 1993:2 katsonut vertailevan mainonnan hyvän liiketavan vastaiseksi, kun vertaillut seikat oli valittu yksipuolisesti siten, että vertailu ei antanut oikeaa kokonaiskuvaa vertailluista tuotteista. Markkinatuomioistuin on myös edellyttänyt, että kaikki vertailuissa esitettävät väitteet, myös yleisluonteiset paremmuusväitteet, on voitava näyttää toteen (1990:21).

Myös hintavertailujen on oltava kohdassa tarkoitettulla tavalla tasapuolisia. Asianmukaista ei esimerkiksi ole omien kampanjahintojen vertaaminen kilpailijan normaalihintoihin.

Momentin 4 kohdan mukaan vertaileva mainonta ei saa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa mainostajan ja kilpailijan tai heidän tavaramerkkiensä, toiminimiensä, muiden erottuvien tunnustensa taikka hyödykkeittensä kesken. Muu erottuva tunnus voi esimerkiksi olla tuotteen erikoinen pakkaus tai muotoilu. Kohta vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan d alakohdasta.

Vertailevassa mainonnassa voi olla tarpeen yksilöidä kilpailija tai kilpailijan markkinoinnissa hyödyke käyttämällä kilpailijan rekisteröityä toiminimeä, tavaramerkkiä tai muuta tunnusta. Tällaisen menettelyn ei ole katsottu loukkaavan tunnuksen haltijan yksinoikeutta. Kilpailijan tunnuksia sisältävää mainontaa suunniteltaessa on kuitenkin kiinnitettävä erityistä huomiota selkeyteen niin, ettei mainonnan todellinen tarkoitus ja sisältö hämmästy.

Vertaileva mainonta ei momentin 5 kohdan mukaan saa olla kilpailijaa väheksyvää tai halventavaa. Vaatimus liittyy kilpailijan

tunnusten käyttämiseen, hänen hyödykkeittensä esittämiseen sekä myös kilpailijan toiminnan tai olojen arviointiin. Kohta vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan e alakohdasta. Vertailevan mainonnan on siis oltava kilpailijaa kohtaan asiallista ja tahdikasta. On esimerkiksi varottava käyttämästä ilmaisia, jotka voivat saattaa kilpailijan epäilyttävään valoon sopijakumppanina tai joissa kilpailijan tuotteet esitetään yleisesti heikkolaatuina.

Momentin 6 kohdan mukaan vertailevassa mainonnassa ei saa käyttää sopimattomasti hyväksi kilpailijan tavaramerkkin, toiminimen tai muun erottuvan tunnuksen mainetta taikka kilpailijan markkinoinnissa hyödykkeen alkuperänimitystä. Säännös vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan g alakohdasta. Esimerkkinä toisen maineen sopimattomasta hyväksikäyttämisestä on pohjoismaissa usein mainittu Ruotsissa esillä ollut tapaus, jossa japanilaista automerkkiä mainostettiin ilmaisulla "perheen uusi Rolls".

Momentin 7 kohdan mukaan vertailevassa mainonnassa ei saa esittää hyödykettä sellaisen hyödykkeen jäljitelmänä tai toisintona, jolla on suojattu tavaramerkki. Kohta vastaa direktiivin 3 a artiklan 1 kohdan h alakohdasta. Säännöksessä ei ole kysymys kielletyistä tuotevääreännöksistä vaan menettelystä, jossa mainostajan oma tuote avoimesti esitetään kilpailijan tuotteen toisintona. Kohta liittyy osittain 6 kohtaan, sillä tällaisen menettelyn tavoitteena yleensä on oman tuotteen menekin edistäminen käyttämällä hyväksi yleisesti tunnetun ja arvostetun merkkituotteen saavuttamaa mainetta.

Siltä osin kuin vertaileva mainonta sisältää muuta kuin vertailuja, siihen sovelletaan pykälän 3 momentin mukaan, mitä muualla laissa säädetään mainonnasta ja muusta markkinoinnista. Keskeiset sovellettavat muut säännökset ovat 1 §:n yleislauseke sekä 2—5 §:n nimenomaiset kiellot. Vaikka mainos vertailun osalta olisikin moitteeton, se voidaan yleislausekkeen nojalla kieltää, jos se on muusta syystä hyvän tavan vastainen tai sopimaton. Samoin voidaan kieltää mainonta, joka hyväksyttävän vertailun ohella esimerkiksi sisältää vastikkeellisen sattumanvaraisen edun lupaamisen 5 §:n vastaisesti.

4 luku. Sopimuksen sovittelu ja tulkinta

1 §. Pykälässä on säännökset kulu-

tushyödykkeen kohtuuttoman hinnan ja kuluttajasopimuksen muun kohtuuttoman ehdon sovittelusta yksittäistapauksissa. Hinnan sovittelu on pykälän 1 momentissa kytketty nykyisin kahteen perusteeseen: kulutushyödykkeen laatuun ja yleiseen hintatasoon. Ehdotetussa 1 momentissa näistä erityisistä arviointiperusteista luovutaan. Vastikkeen määrää koskeva sitoumus rinnastetaan sopimuksen muihin ehtoihin, jolloin kohtuuttomuutta arvioitaessa otetaan huomioon samat momentissa luetellut yleiset arviointiperusteet kuin muita sopimusehtoja kohtuullistettaessa. Hinnan tai muun vastikkeen sovittelu perustuisi siis vastaavasti kokonaisuutensa harkintaan, jossa otetaan huomioon kaikki asiaan vaikuttavat seikat. Periaate on sama kuin oikeustoimilain 36 §:n yleisessä kohtuullistamissäännöksessä.

Sovittelu voi tulla kysymykseen esimerkiksi sellaisissa toimeksiannoissa, joissa palkkio määräytyy kaavamaisena osuutena toimeksiannon kohteena olevan omaisuuden arvosta. Vaikka palkkion määräytymisperuste sinänsä olisi yleisen käytännön mukainen, se voi kaavamaisuutensa takia johtaa kohtuuttomuuteen, jos toimeksiannon hoitaminen yksittäisessä tapauksessa esimerkiksi osoittautuu poikkeuksellisen helpoksi ja vähätöiseksi.

6 luku. Kotimyynti ja etämyynti

Luvun säännöksillä pannaan täytäntöön pääosa etäsopimuksia koskevan direktiivin 97/7/EY säännöksistä.

Luvun otsikko. Otsikko on muutettu vastaamaan luvun laajentunutta soveltamisalaa.

1 §. *Soveltamisala.* Ehdotettu luku koskee kotimyyntiä ja etämyyntiä. Kotimyynti määritellään 3 §:ssä ja etämyynti 4 §:ssä. Luvun soveltamisala laajenee, sillä nykyisin luku koskee etämyyntitavoista vain puhelinmyyntiä ja postimyyntiä. Nykyiset postimyntisäännökset koskevat vain tavarankauppaa. Luvun etämyyntisäännökset sen sijaan koskevat lähtökohtaisesti kaikkia kulutushyödykkeitä.

Pykälässä on informaatiosta lueteltu, mitkä luvun säännöksistä koskevat kotimyyntiä ja mitkä etämyyntiä. Molempiin myyntitapoihin sovelletaan säännösten pakottavuutta koskevaa 2 §:ää ja lisäksi 20 §:ää (tiedonantovelvollisuuden laiminlyönti), 21 §:ää (peruuttamisajan laskeminen), 22 §:ää (eräiden ilmoitusten antaminen

tai lähettäminen), 23 §:ää (vastuu vastaanotetusta suorituksesta sekä korvaus saadusta hyödyistä), 24 §:ää (luottosopimuksen peruuntuminen) sekä 25 §:ää (viivästyskorko).

Yksinomaan kotimyyntiä koskevat 5 § (soveltamisalan rajoitukset kotimyyntissä), 8 § (kotimyyntiasiakirja), 9 § (peruuttamisoikeus kotimyyntissä), 10 § (hinnan palauttaminen kotimyyntissä), 11 § (suorituksen säilyttäminen ja palauttaminen kotimyyntissä) sekä 12 § (kotimyyntiasiakirjalomakkeet).

Yksinomaan etämyyntiä koskevat 6 § (soveltamisalan rajoitukset etämyyntissä), 7 § (eräiden etämyyntisäännösten soveltamista koskevat poikkeukset), 13 § (ennakkotiedot etämyyntissä), 14 § (tietojen vahvistaminen etämyyntissä), 15 § (peruuttamisoikeus etämyyntissä), 16 § (peruuttamisoikeuden rajoitukset etämyyntissä), 17 § (suoritusten palauttaminen etämyyntissä), 18 § (sopimuksen täyttäminen etämyyntissä) sekä 19 § (lakiviittauksia koskeva rajoitus etämyyntissä).

2 §. *Pakottavuus.* Pykälän mukaan luvun säännökset ovat kuluttajan hyväksi pakottavia, jollei nimenomaisesti säädetä toisin. Periaate on sama kuin lain 5 ja 8—10 luvussa. Direktiivin 12 artiklan 1 kohdassa edellytetään vastaavasti, ettei sen säännöksistä voida sopimuksin poiketa kuluttajan vahingoksi.

3 §. *Kotimyyntin määritelmä.* Pykälän mukainen kotimyyntin määritelmä vastaa nykyisen 1 a §:n määritelmää lukuun ottamatta sitä, että kulutushyödykkeen tarjoaminen kuluttajalle puhelimitse ei enää ole kotimyyntiä. Koska puhelin on direktiivissä tarkoitettu etäviestin, sovelletaan puhelinmyyntiin etämyyntiä koskevia säännöksiä.

4 §. *Etämyyntin määritelmä.* Pykälän 1 momentin mukaan etämyyntillä tarkoitetaan kulutushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle elinkeinonharjoittajan järjestämän etätarjontamenetelmän avulla niin, että sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä. Määritelmä perustuu direktiivin 2 artiklan 1 kohtaan. Kuluttajan, elinkeinonharjoittajan ja kulutushyödykkeen käsitteet määritellään 1 luvussa.

Etätarjontamenetelmä määritellään pykälän 2 momentissa. Sillä tarkoitetaan markkinointi- tai myyntitapaa, joka on järjestetty niin, että sen pääasiallisena tavoitteena voidaan katsoa olevan sopimusten tekeminen etäviestimen avulla.

Etäviestimellä tarkoitetaan pykälän 3 mo-

mentin mukaan postia, puhelinta, televisiota, tietoverkkoa tai muuta välinettä, jonka avulla osapuolet voivat tehdä sopimuksen olematta yhtä aikaa läsnä. Määritelmä pohjautuu direktiivin 2 artiklan 4 kohtaan ja direktiivin liitteen esimerkkiluetteloon. Momentissa tarkoitettuja muita välineitä ovat muun muassa postimyyntiluettelo, osoitteellinen tai osoitteeton suoramarkkinointikirje, sanomatai aikakauslehti, telefaksi, sähköposti ja radio.

Pykälässä tarkoitettulle etämyynnille on ominaista ensinnäkin se, että elinkeinonharjoittaja on järjestänyt toimintansa tai osan siitä etäsopimusten tekemistä silmällä pitäen. Tällaisesta järjestelystä on kysymys, jos elinkeinonharjoittaja on varautunut vastaanottamaan etäviestimellä markkinoitujen tuotteidensa tilauksia niin ikään etäviestimellä ja toimittamaan tilatut tuotteet kuluttajille. Tyyppillisiä etämyyntitapoja ovat postimyynti, puhelinynti, television ostoskanavat ja sähköinen verkkokauppa.

Pykälässä tarkoitettua etämyyntiä ei sen sijaan ole esimerkiksi se, että kuluttaja ottaa puhelimitse tai sähköpostitse yhteyttä lähikauppaan, pyytää toimittamaan tuotteita kotiinsa ja myyjä asiakaspalvelusyistä suostuu niin tekemään. Tässä tapauksessa ei ole kysymys myyjän erityisesti organisoimasta etätarjontamenetelmästä. Etämyyntinä ei pidetä myöskään tavanomaista lehti-ilmoittelua, vaikka se sisältäisi riittävät tiedot sopimuksen tekemiseksi, ellei elinkeinonharjoittaja ole muuten järjestänyt toimintaansa etäsopimusten tekemistä varten.

Etämyynnille on pykälän määritelmän mukaan ominaista myös se, että sopimuksen tekemiseen käytetään yhtä tai useampaa etäviestintä. Osapuolten on saavutettava yksimielisyys sekä sopimukseen sitoutumisesta että sopimuksen sisällöstä tapaamatta toisiaan henkilökohtaisesti. Esimerkiksi pelkkä puhelimitse tehty ajanvaraus hammaslääkärille tai kampaajalle ei merkitse sopimuksen syntymistä etäviestimellä.

Lisäksi edellytetään, että myös sopimuksen tekemistä edeltävät toimenpiteet, kuten hyödykkeiden tarjonta ja muu markkinointi tehdään etäviestimillä. Käytetyt viestimet voivat markkinoinnin ja sopimuksentekoprosessin eri vaiheissa vaihdella. Markkinointiin saatetaan käyttää esimerkiksi postimyyntiluetteloa tai etätarjontaan tarkoitettua internetin kotisivua ja sopimuksen tekemiseen puhelinta tai sähköpostia.

Etämyynnissä merkitystä ei ole sillä, kumpi osapuolista tekee aloitteen yksittäisen sopimuksen tekemiseksi. Tässä suhteessa etämyynnin määritelmä eroaa kotimyyntin määritelmästä.

5 §. *Soveltamisalan rajoitukset kotimyyntissä.* Pykälän 1 momentin luettelo sopimuksista, joihin kotimyyntisäännöksiä ei sovelleta, on sama kuin nykyisen 1 §:n 2 momentissa.

Pykälän 2 momentin mukaan kotimyyntisäännöksiä ei sovelleta, jos kulutushyödykkeen hinta alittaa 15 euroa (noin 90 markkaa). Rahamäärää voidaan muuttaa asetuksella talouskehityksen ja rahaolojen kehityksen mukaisesti. Jos samalla kertaa myydään useampia hyödykkeitä, joiden yhteishinta on vähintään 15 euroa, säännöksiä kuitenkin sovelletaan. Merkitystä ei ole sillä, myydäänkö samalla kertaa useampia kappaleita samaa hyödykettä vai erilaisia hyödykkeitä.

Nykyisin vähimmäishinta on vahvistettu koti- ja postimyyntiasetuksessa 30 markaksi. Sama hintaraja koskee sekä kotimyyntiä että postimyyntiä. Koska asetus on tarkoitus kumota, hintaan perustuva soveltamisalarajoitus on otettu suoraan lakiin. Samalla säännökset on rajattu koskemaan vain kotimyyntiä. Etäsopimuksia koskevassa direktiivissä ei nimittäin ole vastaavaa hyödykkeen hintaan perustuvaa soveltamisalarajoitusta kuin muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa neuvoteltuja sopimuksia koskevasta kuluttajansuojasta annetussa neuvoston direktiivissä 85/577/ETY, jäljempänä kotimyyntidirektiivi.

Nykyinen hintaraja on ollut saman suuruisena voimassa vuodesta 1978. Rahan arvon muuttumisen takia vähimmäishinta on momentissa korotettu 15 euroon. Hintaraja on edelleen olennaisesti alempi kuin kotimyyntidirektiivissä sallittu 60 euroa (noin 360 markkaa).

6 §. *Soveltamisalan rajoitukset etämyyntissä.* Pykälän 1 kohdan mukaan etämyyntisäännöksiä ei sovelleta kiinteän omaisuuden kauppaa tai muuta oikeutta kiinteän omaisuuteen koskevaan sopimukseen. Poikkeus perustuu direktiivin 3 artiklan 1 kohdan 4 luetelmakohtaan.

Kiinteän omaisuuden kauppaa ei Suomessa voi tehdä pätevästi etäsopimuksena. Maakaa-
ren (540/1995) 2 luvun 1 §:n mukaan julkisen kaupanvahvistajan on vahvistettava kauppa osapuolten tai näiden edustajien ollessa yhtä aikaa läsnä. Kohdassa tarkoitettuja

muita kiinteää omaisuutta koskevia oikeuksia ovat esimerkiksi sellaiset käyttö- ja hallinto-oikeudet, jotka eivät ole vuokraoikeuksia.

Etämyyntisäännöksiä sovelletaan kuitenkin kiinteää omaisuutta koskevaan vuokrasopimukseen samoin kuin huoneenvuokrasopimukseen. Säännöksiä sovelletaan myös kiinteän omaisuuden rakentamista koskeviin sopimuksiin. Rakentamista koskevalta osin soveltamisala on laajempi kuin direktiivissä ja vastaa kotimyyntisäännösten soveltamisalaa.

Pykälän 2 kohdan mukaan etämyyntisäännöksiä ei sovelleta arvopaperimarkkina- ja arvopaperimarkkinatarkoitettua arvopaperia koskevaan sopimukseen. Säännös perustuu direktiivin 3 artiklan 1 kohdan 1 luetelmakohtaan. Samanlainen rajausta koskee kotimyyntisäännösten soveltamista, ja sen sisältö ilmenee arvopaperimarkkinatarkoitettua arvopaperia koskevan 1 luvun 2 §:stä. Luvun säännöksiä sovellettaisiin siten esimerkiksi asunto-osakeisiin ja yksityisen osakeyhtiön arvopapereihin.

Pykälän 3 kohdan mukaan etämyyntisäännöksiä ei sovelleta talletusta, luottoa, vakuutusta tai muuta rahoituspalvelua koskevaan sopimukseen. Rajoitus vastaa direktiivin 3 artiklan 1 kohdan 1 luetelmakohtaa. Rahoituspalvelujen etämyyntistä on tarkoitus säätää erikseen. Komissio on antanut asiaa koskevan direktiiviehdotuksen 14 päivänä lokakuuta 1998. Rahoituspalvelun käsitteen selventämiseksi kohdassa on lueteltu tärkeimpiä tarkoitettuja palveluja. Direktiivin liitteessä II on esimerkkeinä rahoituspalveluista mainittu sijoituspalvelut, vakuutus- ja jälleenvakuutustoimet, pankkipalvelut, eläkerahastoihin liittyvät toimet sekä termiini- ja optio toimiin liittyvät palvelut.

Pykälän 4 kohdan mukaan säännöksiä etämyyntistä ei sovelleta 10 luvussa tarkoitettua aikaosuuksuasuntoa koskevaan sopimukseen. Aikaosuuksuasuntojen markkinointia ja kauppaa koskevan 10 luvun säännökset perustuvat Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiiviin 94/47/EY ostajien suojaamisesta sopimuksissa, jotka koskevat aikaosuuksiin perustuvien kiinteän omaisuuden käyttöoikeuksien hankkimista. Luku sisältää yksityiskohtaiset säännökset muun muassa myyjän tiedonantovelvollisuudesta ja ostajan oikeudesta peruuttaa sopimus.

Pykälän 5 ja 6 kohdan rajoitukset koskevat automaattia käyttäen tehtäviä sopimuksia. Rajoitukset ovat samat kuin direktiivin 3 artiklan 1 kohdan 2 ja 3 luetelmakohdassa. Di-

rektiivin säännöksiä ei ole tarpeen eikä aina mahdollistakaan noudattaa asioitaessa esimerkiksi virvoitusjuoma- tai lippuautomaattilla taikka automatisoidussa itsepalvelupesulassa. Sama koskee teletoinnin harjoittajien ylläpitämiä maksullisia yleisöpuhelimia.

Pykälän 7 kohdan rajoitus koskee huutokaupassa tehtäviä sopimuksia, jotka on direktiivin 3 artiklan 1 kohdan 5 luetelmakohdassa rajattu myös direktiivin ulkopuolelle. Kohdan mukainen rajoitus koskee vain sellaisia perinteisiä huutokauppatilaisuuksia, joihin voidaan osallistua muutenkin kuin etäviestimellä, siis myös henkilökohtaisesti paikan päällä. Tällaisessa huutokaupassa ostotarjouksia tehdään välittömästi ja jatkuvasti, ja kauppa syntyy lopullisesti jo huutokauppatilaisuudessa yleensä sen kanssa, joka on tehnyt korkeimman tarjouksen. Jos korkeampaa tarjousta ei heti hylätä, alempi tarjous ei enää sido antajaansa. Etämyyntiin liittyvät ennakkotietojen vahvistusmenettely ja kuluttajan peruuttamisoikeus eivät sovi huutokaupan luonteeseen.

Rajoitus ei sen sijaan koske esimerkiksi sellaisia huutokauppoiksi nimettyjä kauppa- paikkoja internetissä, joihin osallistutaan yksinomaan sähköisesti. Näissä kauppapaikoissa tarjolla on usein uusia tavanomaisia kulu- tushyödykkeitä ja ostotarjouksia voi tehdä pitkäkhön ajan kuluessa. Tällaiselta kaupan- tekotavalta puuttuu varsinaisen huutokaupan välitön ja lopullinen luonne samoin kuin mahdollisuus seurata tarjousten tekemistä ja varmistua niiden aitoudesta henkilökohtai- sesti ja samanaikaisesti myös paikan päällä. Ei ole katsottu olevan syytä rajata tällaisia myyntimenetelmiä etämyyntisäännösten so- veltamisen ulkopuolelle.

7 §. *Eräiden etämyyntisäännösten sovelta- mista koskevat poikkeukset.* Pykälässä tar- koitettuihin sopimuksiin ei pääsääntöisesti sovelleta ennakkotietojen antamista koskevaa 13 §:ää, tietojen vahvistamista koskevaa 14 §:ää, peruuttamisoikeutta koskevaa 15 §:ää eikä sopimuksen täyttämisaikaa kos- kevaa 18 §:n 1 momenttia. Poikkeukset pe- rustuvat direktiivin 3 artiklan 2 kohtaan.

Mainittuja säännöksiä ei pykälän 1 kohdan mukaan sovelleta sopimukseen, joka koskee elintarvikkeiden tai muiden päivittäistavaro- den yksittäistä toimitusta kuluttajan asuntoon tai työpaikalle säännöllisesti toimivan jakelu- järjestelmän avulla. Päivittäistavaroita ovat muun muassa pesuaineet, hygieniatarvikkeet

ja talouspaperit. Kotiin rinnastetaan kuluttajan vapaa-ajan asunto.

Kohta koskee vain yksittäisiä toimituksia. Jos kysymyksessä on jatkuvia tai toistuvia toimituksia sisältävä toistaiseksi voimassa oleva tai määräaikainen sopimus, tulevat 13—15 §:n säännökset sovellettaviksi. Tästä on selvytyden vuoksi otettu säännös 2 momenttiin. Soveltamisala on tältä osin laajempi kuin direktiivissä.

Pykälän 2 kohdan mukaan 13—15 §:ää ja 18 §:n 1 momenttia ei sovelleta sopimukseen, joka koskee majoitusta, kuljetusta, ravintolatoimintaa tai vapaa-ajan viettoon liittyvää palvelua. Edellytyksenä kuitenkin on, että elinkeinonharjoittaja sopimusta tehtäessä sitoutuu suorittamaan palveluksen määrättyä ajankohtana tai määrätyn ajan kuluessa. Poikkeus perustuu direktiivin 3 artiklan 2 kohdan 2 luetelmakohtaan.

Ravintolatoiminnalla tarkoitetaan kohdassa myös ateria- tai pitopalvelua, esimerkiksi syntymäpäivä- tai häävastaanoton järjestämistä kuluttajan kotona. Vapaa-ajan palveluja ovat muun muassa huvi-, kulttuuri- ja urheilutapahtumat, harrastuskurssit, erilaisten välineiden vuokraus harrastustoimintaa varten sekä loma-asuntojen vuokraus. Tyypillistä kohdassa tarkoitetuille palveluille on, että ne suoritetaan tiettyinä aikana ja että suoritusta varten on varattu jokin tila, paikka tai väline. Peruuttamisoikeus voi johtaa elinkeinonharjoittajan kannalta kohtuuttomaan tilanteeseen, jos hän on pitänyt sopimuksen kohdetta pitkään varattuna tiettyä asiakasta varten eikä peruutuksen jälkeen saa enää hankittua toista asiakasta.

Kohdassa tarkoitettut palvelukset saattavat yhdistettynä muodostaa valmismatkalaissa (1079/1994) tarkoitettua valmismatkan. Tällöin tulevat sovellettaviksi matkanjärjestäjän tiedonantovelvollisuutta ja matkustajan peruuttamisoikeutta koskevat valmismatkalain erityissäännökset.

Pykälän 2 momentin mukaan tiedonantovelvollisuutta ja peruuttamisoikeutta koskevia 13—15 §:n säännöksiä kuitenkin sovelletaan, jos elinkeinonharjoittaja oma-aloitteisesti puhelimitse tarjoaa kuluttajalle 1 momentissa tarkoitettuja tavaroita tai palveluja. Perinteisessä puhelinyhteydessä elinkeinonharjoittajalla on siis poikkeuksitta tiedonantovelvollisuus ja kuluttajalla peruuttamisoikeus. Momentin säännökset eivät perustu direktiiviin. Yleisperustelujen 3.1.5. jaksossa selvitetään syitä direktiivistä poikkeamiselle.

Luvun 13—15 §:n säännöksiä sovelletaan myös 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettuihin päivittäistavarasopimuksiin, jos kysymyksessä on jatkuvia tai toistuvia toimituksia sisältävä sopimus.

Sikäli kuin 15 §:n yleinen peruuttamisoikeussäännös tulee sovellettavaksi pykälässä tarkoitettuihin sopimuksiin, tulevat myös 16 §:n mukaiset rajoitukset sovellettaviksi. Niistä käytännön merkitystä on lähinnä 16 §:n 1 kohdan säännöksellä, joka koskee palvelussuorituksen aloittamisen vaikutusta peruuttamisoikeuteen sekä 4 kohdan säännöksellä, joka koskee nopeasti pilaantuvia tavaroita.

8 §. *Kotimyyntiasiakirja.* Pykälän 1 momentti on muuten samansisältöinen kuin nykyinen 2 §:n 1 momentti, mutta kotimyyntiasiakirjan kaava jäisi yksinomaan kauppa- ja teollisuusministeriön vahvistettavaksi. Kuluttajaviraston oikeudesta hyväksyä hake- muksesta muita kaavoja on luovuttu. Tarkoituksena on, että ministeriö vahvistaisi uuden, nykyistä joustavamman mallikaavan tai tarvittaessa useampia kaavoja, jotka soveltuisivat erityyppisiin sopimuksiin niin, että tarvetta hyväksyttää elinkeinonharjoittajien omia kaavoja ei enää olisi. Nykyisiä kaavoja saisi luvun voimaantulosäännöksen 4 momentin mukaan käyttää vielä vuoden ajan lain voimaantulosta.

Pykälän 2 momentista on nykyiseen 2 §:n 2 momenttiin verrattuna poistettu puhelinmyyntiä koskeva erityissäännös, koska puhelinmyynti ei enää ole kotimyyntiä vaan etämyyntiä.

Kotimyyntiasiakirjan antamisen laiminlyönnin seuraamuksista säädetään 20 §:ssä.

9 §. *Peruuttamisoikeus kotimyyntissä.* Pykälän säännökset poikkeavat nykyisistä, jotta ne olisivat yhdenmukaiset etämyyntiä koskevan 15 §:n 1 momentin kanssa. Pykälän mukainen peruuttamisaika on nykyisen 7 päivän sijasta 14 päivää. Peruuttamisilmoitusta ei enää tarvitse tehdä kirjallisesti, vaan suullinenkin peruutus on pätevä. Tavarankaupassa kuluttaja voi peruuttaa sopimuksen myös palauttamalla vastaanotetun tavarank elinkeinonharjoittajalle ilman, että hän erikseen ilmoittaa peruuttamisesta. Vastaava säännös nykyisen 6 §:n 1 momentissa koskee vain postimyyntiä. Koska myös kotimyyntissä toimitetaan ja palautetaan tavaroita postitse, on katsottu aiheelliseksi ulottaa sama säännös koskemaan myös kotimyyntiä.

Luvun 21—23 §:ssä on kotimyyntiä ja etä-

myyntiä yhteisesti koskevia säännöksiä muun muassa peruuttamisajan laskemisesta, kuluttajan oikeudesta vedota peruuttamisilmoitukseen sekä vastaanotetun tavaran tai muun suorituksen katoamisen tai vahingoittumisen vaikutuksesta peruuttamisoikeuteen.

10 §. *Hinnan palauttaminen kotimyyntissä.* Pykälä on asiallisesti samansisältöinen kuin nykyinen 5 §:n 1 momentti.

11 §. *Suorituksen säilyttäminen ja palauttaminen kotimyyntissä.* Pykälä vastaa nykyistä 4 §:n 1 momenttia ja 5 §:n 2 ja 3 momenttia. Pykälän 1 momenttiin on kuitenkin lisätty tavaran kauppaa koskeva säännös, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja voi vakioehdoissaan määrätä, että kuluttajan on palautettava postitse vastaanottamansa tavara kohtuullisen ajan kuluessa postitse. Nykyisin Kuluttajavirasto on voinut koti- ja posti-myyntiasetuksen 3 §:n nojalla myöntää elinkeinonharjoittajalle luvan käyttää tällaista sopimusehtoa. Esityksessä kuitenkin ehdotetaan asetuksen kumoamista ja poikkeusluvista luopumista. Koska kotimyyntin pääsääntö, tavaran noutaminen kuluttajan luota, on postitse toimitettujen ja postitse helposti palautettavien tavaroiden osalta elinkeinonharjoittajalle kohtuuttoman raskas menettely, on katsottu aiheelliseksi ottaa palauttamisesta yleinen säännös lakiin.

12 §. *Kotimyyntiasiakirjalomakkeet.* Pykälä vastaa nykyistä 10 §:ää.

13 §. *Ennakkotiedot etämyyntissä.* Pykälän 1 momentissa luetellaan tiedot, jotka elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä. Momentti perustuu direktiivin 4 artiklan 1 kohtaan. Säännösten tarkoituksena on varmistaa, että sopimuksen tekemistä harkitseva kuluttaja saa ajoissa tarpeelliset tiedot päätöksensä tekemistä varten.

Momentin 1 kohdan mukaan kuluttajalle on ilmoitettava elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta. Osoite voi olla käyntiosoite, postilokero-osoite tai sähköpostiosoite. Direktiivin 4 artiklan 1 kohdan a alakohdan mukaan osoite on ilmoitettava vain, jos sopimuksessa edellytetään ennakkomaksun suorittamista. Direktiivistä on poikettu, koska on pidetty tärkeänä, että kuluttaja jo tässä vaiheessa saa tiedon siitä, missä elinkeinonharjoittajan toimipaikka sijaitsee.

Momentin 2 kohdan mukaan on ilmoitettava kulutushyödykkeen pääominaisuudet. Säännös perustuu direktiivin 4 artiklan

1 kohdan b alakohtaan. Ennakkotiedoissa on selvitettävä hyödykkeen laji ja laatu sekä keskeiset tiedot sen käyttökelpoisuuden ja sopivuuden arvioimiseksi. Yksinkertaisista standardituotteista riittää usein pelkän nimikkeen ja mahdollisten koko- tai väri vaihtoehtojen kertominen, kun taas monimutkaisista teknisistä laitteista saatetaan tarvita hyvinkin kattava kuvaus.

Momentin 3 kohdan mukaan on ilmoitettava kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot. Hinnalla tarkoitetaan kokonaishintaa veroineen. Maksuehdot koskevat yleensä maksuaikaa, maksutapaa ja mahdollisesti perittävää viivästyskorkeaa. Kohdan säännös perustuu direktiivin 4 artiklan 1 kohdan c–e alakohtaan.

Momentin 4 kohdan mukaan on ilmoitettava kulutushyödykkeen toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat muut ehdot. Säännös perustuu direktiivin 4 artiklan 1 kohdan e alakohtaan. Toimitusaika saa 18 §:n 1 momentin mukaan olla enintään 30 päivää, jos osapuolet eivät toisin sovi.

Momentin 5 kohdan mukaan on ilmoitettava sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee hyödykkeiden jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista. Säännös perustuu direktiivin 4 artiklan 1 kohdan i alakohtaan.

Momentin 6 kohta vastaa direktiivin 4 artiklan 1 kohdan g alakohtaa. Kohdan mukaan etäviestimen käyttämisestä syntyvät kulut on ilmoitettava, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän. Säännöksessä tarkoitetaan lähinnä lisämaksullisia puhelinpalveluja. Perushinta on tällöin kyseisen teletoiminnan harjoittajan normaalisti perimä paikallis- tai kaukopuhelumaksu.

Momentin 7 kohta vastaa direktiivin 4 artiklan 1 kohdan h alakohtaa. Kohdan mukaan on ilmoitettava tarjouksen voimassaolo-aika.

Momentin 8 kohdan mukaan kuluttajalle on annettava tieto 15 §:n mukaisesta peruuttamisoikeudesta tai tieto siitä, että peruuttamisoikeutta ei 16 §:n 2–7 kohdan mukaan ole. Direktiivissä ei edellytetä ilmoittamista peruuttamisoikeuden puuttumisesta. Koska etämyyntissä on yleensä peruuttamisoikeus, on pidetty tärkeänä, että kuluttaja saa tiedon myös siitä, ettei tätä oikeutta poikkeuksellisesti olekaan. Ennakkotiedoissa ei tarvitse mainita 16 §:n 1 kohdan mukaisesta peruuttamisoikeuden menettämisestä, sillä se tulee kysymykseen vain kuluttajan omasta tahdosta, jota elinkeinonharjoittaja ei voi ennakolta

tietää.

Tiedot on 2 momentin mukaan annettava käytettyyn etäviestimeen soveltuvalla tavalla, selkeästi ja ymmärrettävästi. Tietojen kaupallisesta tarkoituksesta ei saa syntyä epä-tietoisuutta. Säännös perustuu direktiivin 4 artiklan 2 kohtaan. Vaatimus kaupallisen tarkoituksen ilmaisemisesta vastaa vakiintunutta käytäntöä. Nykyisinkin on edellytety, että kaupallinen viestintä on voitava aina tunnistaa kaupalliseksi.

Tietoja annettaessa otetaan momentin mukaan huomioon käytetty etäviestin ja sen soveltuvuus tiedonantotarkoituksiin. Esimerkiksi tietoverkoissa tietojen saaminen voidaan varmistaa niin, ettei kuluttaja voi tehdä tilausta ennen kuin hän on avannut tietosivun tai tietoisesti ohittanut sen. Jos etämyyntiin käytetään matkapuhelimen tekstiviestejä, tietojen antaminen samalla välineellä voi olla mahdotonta näytön rajallisuuden takia. Elinkeinonharjoittajan olisi näissä tapauksissa ilmoitettava ainakin, mistä ja miten tiedot ovat saatavilla. Elinkeinonharjoittajan on lisäksi otettava huomioon, että kuluttajilla on oltava tosiasialliset mahdollisuudet saada tiedot vaivattomasti käyttöönsä.

Puhelinkeskustelussa kuluttaja saattaa olla haluton kuuntelemaan ennakkotietoselostusta ja pyrkiä tekemään tilauksensa viivytyksettä. Elinkeinonharjoittajan olisi tällöin varmistettava, että kuluttaja saa kaikki tarpeelliset tiedot viimeistään 14 §:ssä tarkoitetussa vahvistuksessa.

Jos elinkeinonharjoittaja ottaa yhteyttä kuluttajaan puhelimitse, hänen on momentin mukaan ilmoitettava heti puhelinkeskustelun alussa selvästi nimensä ja yhteydenoton kaupallinen tarkoitus. Säännös perustuu direktiivin 4 artiklan 3 kohtaan.

14 §. *Tietojen vahvistaminen etämyynnissä.* Pykälän 1 momentin mukaan elinkeinonharjoittajan on vahvistettava määrätty 13 §:ssä tarkoitetut tiedot ja annettava vahvistuksessa lisäksi ennakkotietoja täydentäviä tietoja. Pykälä perustuu direktiivin 5 artiklaan. Tarkoituksena on turvata se, että kuluttaja saa keskeiset tiedot sopimuksesta ja sen ehdoista siten, että tiedot voidaan säilyttää ja kuluttaja voi tarvittaessa niihin vedota.

Vahvistus voidaan toimittaa paitsi paperille kirjoitettuna myös sähköisesti edellyttäen, että tietoja ei voida yksipuolisesti muuntaa ja että ne säilyvät kuluttajan saatavilla.

Momentin mukaan vahvistuksessa on oltava 13 §:n 1 momentin 1—5 kohdassa tarkoi-

tetut tiedot elinkeinonharjoittajasta, kulu-tushyödykkeestä ja sopimusehdoista. Jos sopimukseen liittyy muitakin kuin 13 §:n 1 momentissa mainittuja ehtoja, myös ne on vahvistuksessa mainittava. Lisäksi vahvistuksessa on momentin 1 kohdan mukaan oltava tiedot peruuttamisoikeudesta ja ohjeet oikeuden käyttämisestä varten. Tältä osin on selvitettävä kenelle, miten ja missä ajassa peruuttamisesta on ilmoitettava. Jos kysymyksessä on palvelus, vahvistuksessa on mainittava myös siitä, että kuluttaja menettää peruuttamisoikeutensa, jos palveluksen suorittaminen hänen suostumuksellaan aloitetaan ennen peruuttamisajan päättymistä.

Momentin 2 kohdan mukaan vahvistuksessa on mainittava elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan käyntiosoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa. Vahvistusvaiheessa ei siis riitä postilokero- tai sähköpostiosoitteen ilmoittaminen.

Momentin 3 kohdan mukaan vahvistuksessa on lisäksi mainittava tiedot takuusta, kuten takuun voimassaoloaika ja kattavuus, sekä tiedot saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista.

Momentin 4 kohdan mukaan vahvistuksessa on kerrottava myös sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai jos sen kesto ylittää yhden vuoden. Vahvistuksessa on siten mainittava irtisanomisaika ja myös irtisanomisperusteet, jos sopimus ei ole vapaasti irtisanottavissa. Jos kysymyksessä on sellainen määräaikainen sopimus, jota ei voida irtisanoa, sopimuksen kesto on ilmoitettava jo 13 §:ssä tarkoitetuissa ennakkotiedoissa.

Vahvistus on pykälän 2 momentin mukaan toimitettava mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen ja, jos kysymyksessä on tavarankauppa, viimeistään tavarankuovutusajankohtana. Jos tavara on sopimuksen mukaan kuovutettava kolmannelle, vahvistuksen toimittaminen ei kuitenkaan ole sidoksissa kuovutusajankohtaan. Muulle kuin tilaajalle toimitetaan etämyynnissä usein esimerkiksi kukkalähetyksiä.

Pykälän 3 momentin mukaan vahvistusta ei tarvitse toimittaa, jos tiedot on jo ennen sopimuksen tekemistä annettu kuluttajalle kirjallisesti tai 1 momentissa asetetuin edellytyksin sähköisesti. Vahvistusta ei myöskään tarvita, jos kysymyksessä on etäviestimellä yhdellä kertaa suoritettava palvelus ja jos siitä laskuttaa se elinkeinonharjoittaja, jonka viestimellä palvelu suoritetaan. Tällai-

sia palveluja ovat esimerkiksi puhelimitse toimitettavat uutis-, sää- ja ajanvietepalvelut, jotka veloitetaan puhelinlaskussa. Näissä tapauksissa kuluttajalle on kuitenkin aina ilmoitettava palveluksen suorittaneen elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan käyntiosoite, jonne kuluttaja voi tehdä valituksensa.

Vahvistuksen vaikutuksesta peruuttamisajan laskemiseen säädetään 15 §:ssä ja vahvistuksen antamisen laiminlyönnin seuraamuksista 20 §:ssä.

15 §. *Peruuttamisoikeus etämyynnissä.* Pykälän 1 momentin mukaan kuluttajalla on oikeus peruuttaa etäsopimus ilmoittamalla siitä elinkeinonharjoittajalle 14 päivän määräajassa. Peruuttamisaika eroaa direktiivin 6 artiklan 1 kohdasta, jonka mukaan aika on vähintään seitsemän työpäivää. Direktiivistä poikkeamisen syitä on selvitetty yleisperustelujen 3.1.4. jaksossa.

Peruuttaminen on kuluttajalle kuuluva oikeus, eikä sen käyttämiselle tarvitse ilmoittaa mitään syytä. Elinkeinonharjoittaja ei liioin saa vaatia peruuttamisesta kuluttajalta minkäänlaista hyvitystä tai korvausta. Luvun 23 §:n 3 momentissa tarkoitetuissa tapauksissa kuluttaja voi kuitenkin joutua korvaamaan palautuskelvottomasta suorituksesta saamansa hyödyn.

Peruuttamisaika alkaa normaalisti siitä, kun kuluttaja on saanut 14 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen. Tavarán kaupassa aika alkaa kuitenkin vasta tavarán tai ensimmäisen tavaraerán vastaanottamisesta, jos se tapahtuu myöhemmin kuin vahvistaminen tai jos vahvistusta ei tarvita. Jos kysymyksessä on palvelus eikä vahvistusta 14 §:n mukaan tarvita, peruuttamisaika alkaa sopimuksen tekemisestä. Säännökset perustuvat direktiivin 6 artiklan 1 kohdan toiseen alakohtaan. Tarkoituksena on, että kuluttajan harkinta-aika alkaa vasta, kun hänellä on riittävät tiedot sopimuksen sisällöstä, oikeuksistaan ja elinkeinonharjoittajan suorituksesta.

Peruuttamisilmoituksen muodolle ei ole asetettu vaatimuksia. Ilmoituksen voi tehdä suullisesti tai kirjallisesti. Tavarán kaupassa peruuttamisilmoitukseksi katsotaan myös vastaanotetun tavarán palauttaminen, kuten nykyisinkin postimyyntissä.

Peruuttamisajan laskemiseen ja peruuttamisoikeuden käyttämiseen vaikuttavia muita säännöksiä on 21–23 §:ssä.

Pykälän 2 momentissa säädetään tapauksista, joissa vahvistus on annettu, mutta se ei muodoltaan tai sisällöltään täytä 14 §:ssä

asetettuja vaatimuksia. Tällöin peruuttamisaika on 14 päivän sijasta kolme kuukautta. Jos elinkeinonharjoittaja toimittaa kuluttajalle tänä aikana oikaistun vahvistuksen, kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus 14 päivän kuluessa oikaistun vahvistuksen saamisesta. Momentin säännökset perustuvat direktiivin 6 artiklan 1 kohdan 3 ja 4 alakohtaan.

Jos elinkeinonharjoittaja ei toimita ollenkaan vahvistusta, sovelletaan 20 §:n säännöksiä.

16 §. *Peruuttamisoikeuden rajoitukset etämyynnissä.* Pykälässä mainituissa tapauksissa kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, ellei siitä ole erikseen sovittu. Rajoitukset perustuvat direktiivin 6 artiklan 3 kohtaan.

Pykälän 1 kohdan mukaan peruuttamisoikeutta ei ole, jos palveluksen suorittaminen on aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden menettämisestä 14 §:ssä säädettyllä tavalla. Kuluttaja menettää peruuttamisoikeutensa vain, jos suoritukseen on saatu kuluttajan suostumus. Rajoitus on tässä tapauksessa katsottu aiheelliseksi, koska palvelusta ei useimmiten voida palauttaa. Jos peruuttamisoikeus olisi ehdoton, elinkeinonharjoittajan ei kannattaisi ryhtyä täyttämään sopimusta ennen kuin peruuttamisaika on päättynyt. Suorituksen lykkääminen ei taas aina ole kuluttajan toiveiden ja edun mukaista.

Jotta elinkeinonharjoittaja voisi vedota kohdan rajoitukseen, siitä on mainittava nimenomaisesti 14 §:ssä tarkoitetussa vahvistuksessa. Jos tieto puuttuu, kuluttajalla on näissäkin tapauksissa 15 §:n mukainen peruuttamisoikeus.

Sähköisesti toimitettavat tuotteet rinnastetaan kohtaa sovellettaessa palveluksiin. Tällaisia voivat olla esimerkiksi tietokoneohjelmat, kirjat, lehdet ja musiikkituotteet.

Pykälän 2 kohdan mukaan peruuttamisoikeutta ei ole, jos kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla vaihtuvista noteerauksista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa. Rajoitus koskee lähinnä arvometallien myyntiä, koska luvun soveltamisalasta on kokonaan suljettu pois julkisesti noteerattavia arvopapereita ja muita rahoituspalveluja koskevat sopimukset.

Kohdassa ei tarkoiteta niitä tapauksia, joissa kulutushyödykkeen hinta ilmoitetaan ulkomaan valuutassa. Hyödykkeen hinta sinänsä ei tällöin ole riippuvainen rahoitus-

markkinanoteerauksista, vaikka maksettava rahamäärä euroiksi muunnettuna voikin va- luuttakurssien muutosten takia vaihdella.

Pykälän 3 kohdan rajoitus koskee kulutta- jan toivomusten mukaisesti tilauksesta val- mistettuja tai muunneltuja tavaroita. Erikois- valmisteisten tavaroiden edelleenmyyntiarvo voi olla vähäinen, ja joskus niille ei ole lain- kaan yleistä kysyntää. Peruutuksista koituisi siten elinkeinonharjoittajalle huomattavia tappioita. Peruuttamisoikeutta on tällaisissa tapauksissa voitu nykyisinkin rajoittaa sopi- musehdoissa Kuluttajaviraston myöntämän luvan perusteella.

Kyseessä voi olla esimerkiksi mittailausta- vara tai muu tuote, joka on erityisesti val- mistettu tiettyä kuluttajaa tai kuluttajaryhmää varten. Rajoitus koskee myös standarditava- roita, joita on kuluttajan toivomuksesta muunneltu esimerkiksi lisäämällä niihin joi- kin erikoistunnus tai ominaisuus, kuten ni- mikointi tai kaiverrus.

Pykälän 4 kohdan rajoitus koskee tavaraa, jota lajinsa tai laatunsa vuoksi ei voida pa- lauttaa edelleen myytäväksi taikka joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua. Kohdassa tarkoitettuja tuotteita ovat esimerkiksi kulut- tajan säiliöön toimitettu lämmitysöljy, puu- tarhaan levitetty multa sekä nopeasti pilaan- tuvat elintarvikkeet.

Pykälän 5 kohdan mukaan kuluttaja men- nettää peruuttamisoikeutensa, jos hän on avannut sinetöitynä toimitetun ääni- tai ku- vatallenteen taikka tietokoneohjelman. Sine- tin avaamista ei siis pidetä 23 §:n 2 momen- tissa tarkoitettuna pakkauksen purkamisena, joka ei johda peruuttamisoikeuden menettä- miseen.

Kohdassa tarkoitettut tuotteet voidaan kopi- oida helposti ja nopeasti. Sinetöinnillä pyri- tään estämään peruuttamisoikeuden käyttä- minen väärin niin, että tuote ensin kopioi- daan ja sen jälkeen kauppa peruutetaan. Näistä syistä rajoitus on katsottu alan elin- keinonharjoittajien kannalta kohtuulliseksi.

Pykälän 6 kohdan mukaan kuluttajalla ei ole oikeutta peruuttaa sopimusta, joka kos- kee sanoma- tai aikakauslehtien toimitusta. Rajoitusta on pidetty perusteltuna, koska palautetuilla lehdillä ei ole uudelleenmyyn- tiarvoa. Kuluttajalla on kuitenkin peruutta- misoikeus myös näissä tapauksissa, jos elin- keinonharjoittaja omasta aloitteestaan tarjoaa lehtiä kuluttajalle puhelimitse. Säännös poik- keaa direktiivistä, mutta vastaa voimassa olevaa lakia. Säännöksen perusteita on selvi-

tetty lähemmin yleisperustelujen 3.1.5. jak- sossa.

Pykälän 7 kohta koskee vedonlyönti- tai arvontapalveluksia. Tämän tyyppisten palve- lusten luonteeseen ei sovi peruuttamisoikeus.

17 §. *Suoritusten palauttaminen etämyyn- nissä.* Pykälän 1 momentin mukaan kulutta- jan on, jos hän peruuttaa etäsopimuksen, pa- lautettava vastaanotettu tavara tai muu pa- lautettavissa oleva suoritus kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle. Palautuksen ei siis tarvitse tapahtua peruuttamisajan ku- luessa. Vastaava postimyyntiä koskeva sään- nös on nykyisin 6 §:n 1 momentissa. Pa- lautettavissa olevia muita suorituksia ovat esimerkiksi korjauspalvelukseen tai rakenta- miseen liittyvät kustannuslaskelmat, piirus- tukset, materiaalit ja tarvikkeet.

Toisin kuin kotimyyntissä tavarain tai muun suorituksen palauttamistavasta ei ole erityisiä säännöksiä, vaan palauttamisesta vastuussa oleva kuluttaja saa valita itselleen soveliaimman palautustavan.

Direktiivissä ei ole säännöksiä suoritusten palauttamismenettelystä, vaan tarpeellinen sääntely on jätetty kansallisen lain varaan.

Kun elinkeinonharjoittaja on saanut tava- ran tai suorituksen takaisin, hänen on 2 mo- mentin mukaan viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluessa palautettava maksettu hinta ja korvattava kuluttajalle palauttami- sesta aiheutuneet kulut. Nykyisestä säänte- lystä poiketen elinkeinonharjoittajan kor- vausvastuu koskisi kuitenkin vain sellaista tavaraa tai suoritusta, joka voidaan palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Tällä tarkoi- tetaan sitä, ettei palautettava hyödyke ko- konsa tai painonsa takia edellytä postin eril- liskäsittelyä eikä muutakaan erityiskuljetusta, vaan paketti voidaan jättää suoraan ja sel- laisenaan postitoimipaikkaan vastaanottajalle toimitettavaksi. Jos kysymyksessä on 18 §:n 3 momentissa tarkoitettu korvaava hyödyke, elinkeinonharjoittajan on kuitenkin aina kor- vattava palautuskulut. Tämä säännös perus- tuu direktiivin 7 artiklan 3 kohtaan.

Hinnan palauttamista koskeva säännös vas- taa direktiivin 6 artiklan 2 kohtaa. Palautta- miskustannukset voitaisiin sen sijaan direk- tiivin mukaan jättää myös kuluttajan kannet- taviksi, paitsi jos kyseessä on korvaava hyö- dyke. Yleisperustelujen 3.1.4. jaksossa esite- tyistä syistä on kuitenkin katsottu aiheelli- seksi säilyttää nykyinen sääntely pääosin ennallaan.

Jos kuluttajalla ei ole mitään palautettavaa,

hinnan palautusaika lasketaan peruuttamisilmoituksen saamisesta. Näin menetellään, jos tavara on vielä myyjän hallussa tai jos sopimus koskee palvelusta, joka ei ole palautettavissa.

18 §. *Sopimuksen täyttäminen etämyynnissä.* Jos suorituksen ajankohdasta ei ole muuta sovittu, elinkeinonharjoittajan on pykälän 1 momentin mukaan luovutettava kulutushyödyke kohtuullisessa ajassa, kuitenkin viimeistään 30 päivän kuluttua siitä päivästä, jona kuluttaja antoi tai lähetti tarjouksensa tai hyväksyvän vastauksensa. Säännökset perustuvat direktiivin 7 artiklan 1 kohtaan.

Momentissa viitataan 5, 8 ja 9 luvun säännöksiin siitä, milloin tavara tai palvelus katsotaan luovutetuksi, sekä säännöksiin viivästyksen seuraamuksista. Kuluttajankaupan osalta säännökset sisältyvät 5 luvun 3 ja 7—11 §:ään, eräiden kuluttajapalvelusten osalta 8 luvun 3 ja 7—11 §:ään ja taloelementtien kaupan ja rakennusurakan osalta 9 luvun 3 ja 7—12 §:ään.

Pykälän 2 momentti sisältää säännöksiä sen varalta, että tilattua kulutushyödykettä ei enää ole saatavilla. Säännökset perustuvat direktiivin 7 artiklan 2 kohtaan. Elinkeinonharjoittajan on momentin mukaan ilmoitettava asiasta kuluttajalle ja palautettava maksettu hinta viipymättä ja viimeistään 30 päivän kuluttua siitä, kun kuluttajan tarjous tai vastaus on annettu tai lähetetty.

Momentin mukaista 30 päivän määräaika ei sovelleta, jos osapuolet ovat sopineet pidemmästä suoritusajasta. Tällöin elinkeinonharjoittajan on palautettava maksettu hinta kuluttajalle viimeistään sovittuna suoritusajankohtana.

Elinkeinonharjoittaja saa pykälän 3 momentissa säädetyin edellytyksin käyttää vakioehtoa, jonka mukaan hän voi toimittaa kuluttajalle korvaavan hyödykkeen, jos tilattua hyödykettä ei ole. Momentti perustuu direktiivin 7 artiklan 3 kohtaan.

Momentin mukaan korvaavan hyödykkeen tulee vastata käyttötarkoitukseltaan tilattua, sen tulee olla laadultaan vähintään yhtä hyvä eikä sen hinta saa ylittää tilatun hyödykkeen hintaa. Korvaavaa toimitusta koskevasta ehdosta on selkeästi ilmoitettava kuluttajalle jo 13 §:ssä tarkoitetuissa ennakotiedoissa. Jos momentissa säädetyt vaatimukset täyttyvät, toimitusta ei pidetä 2 lukuun lisättäväksi ehdotetussa 2 a §:ssä kiellettyä tilaamattoman hyödykkeen toimittamisena markkinoinnissa.

Jos elinkeinonharjoittaja toimittaa korvaavan kulutushyödykkeen, kuluttaja voi, kuten muulloinkin, peruuttaa sopimuksen. Palautuskuluista vastaa tällöin aina elinkeinonharjoittaja.

19 §. *Lakiviittauksia koskeva rajoitus etämyynnissä.* Pykälässä rajoitetaan osapuolten oikeutta sopia etäsopimukseen sovellettavasta laista eli tehdä lakiviittaus. Pykälä tulee sovellettavaksi silloin, kun sopimukseen lakiviittauksen puuttuessa sovellettaisiin Euroopan talousalueeseen kuuluvassa valtiossa, jäljempänä ETA-valtio, voimassa olevia säännöksiä etämyynnistä. Pykälä perustuu direktiivin 12 artiklan 2 kohtaan. Säännöksen tarkoituksena on estää direktiivin mukaisen kuluttajansuojan kiertäminen valitsemalla sovellettavaksi laiksi muun kuin ETA-valtion laki.

Sopimukseen sovellettavasta laista määrätään Euroopan unionin jäsenvaltioiden välisessä yleissopimuksessa (Rooman yleissopimus), joka tuli Suomen osalta voimaan 1 päivänä huhtikuuta 1999. Lisäksi etäsopimukseen sovelletaan kohtuuttomia sopimusehtoja koskevaa 4 luvun 5 §:n lainvalintäsäännöstä.

Pääperiaatteena Rooman yleissopimuksessa on sopimusvapaus: sopimukseen sovelletaan sen valtion lakia, josta osapuolet ovat sopineet. Kuluttajasopimuksissa lakiviittauksella on kuitenkin rajoitettu vaikutus. Kuluttaja säilyttää asuinpaikkavaltionsa pakottavan lainsäädännön antaman suojan, jos sopimuksella on määrättyjä liittymiä tähän valtioon. Tällaisia liittymiä ovat muun muassa asuinpaikkavaltiossa kuluttajalle osoitettu tarjous tai mainonta ja kuluttajan omat tässä valtiossa toteuttamat toimenpiteet sopimuksen tekemiseksi. Jos lakiviittautusta ei ole tehty ja jos sopimuksella on edellä mainittuja liittymiä kuluttajan asuinpaikkavaltioon, sovelletaan tämän valtion lakia. Muissa tapauksissa sovelletaan sen valtion lakia, johon sopimus läheisimmin liittyy.

Jos etäsopimukseen tulisi sovellettavaksi jonkun ETA-valtion laki, lakiviittauksella ei pykälän mukaan voi syrjäyttää etämyyntiä koskevia ETA-valtion säännöksiä, jos niissä suojataan kuluttajaa tehokkaammin kuin sen valtion laissa, johon lakiviittaus on tehty. Etäsopimukseen voivat siten tulla sovellettaviksi kahden eri oikeusjärjestyksen säännökset: sen valtion laki, johon lakiviittaus on tehty, ja lakiviittauksella syrjäytetyt ETA-valtion säännökset siltä osin kuin ne johtavat

kuluttajan kannalta parempaan tulokseen.

20 §. *Tiedonantovelvollisuuden laiminlyönti.* Pykälässä säädetään kotimyyntiasiakirjan tai vahvistuksen antamisen laiminlyönnin seuraamuksista. Pykälä ei perustu direktiiviin, ja se poikkeaa myös kotimyyntiä nykyisin koskevasta 2 §:n 3 momentista. Sääntelyn perusteita on selvitetty yleisperustelujen 3.1.3. jaksossa.

Jos kotimyyntiasiakirjaa tai vahvistusta ei ole asianmukaisesti annettu kuluttajalle, sopimus ei pykälän 1 momentin mukaan sido kuluttajaa. Elinkeinonharjoittajaa sopimus puolestaan sitoo, ja kuluttaja voi vaatia sen täyttämistä.

Sitomattomuutta on kuitenkin ajallisesti rajoitettu. Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä. Nykyisin kotimyyntissä ei ole asetettu aikarajaa sopimuksen sitomattomuudelle.

Pykälän 2 momentti koskee tapausta, jossa elinkeinonharjoittaja toimittaa kotimyyntiasiakirjan tai vahvistuksen myöhemmin, mutta ennen kuin kuluttaja on vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen. Kuluttajalla on näissä tapauksissa normaali 14 päivän peruuttamisoikeus kotimyyntiasiakirjan tai vahvistuksen vastaanottamisesta.

Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on pykälän 3 momentin mukaan palautettava saamansa maksusuoritukset kuluttajalle viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua siitä, kun kuluttaja on ilmoittanut vetoavansa sopimuksen sitomattomuuteen. Kuluttajalle on korvattava myös tavarain tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut. Luvun 23 §:n 3 momentin nojalla kuluttaja voi puolestaan joutua korvaamaan palautuskelvottomasta suorituksesta saamansa hyödyn.

21 §. *Peruuttamisajan laskeminen.* Pykälä on samansisältöinen kuin nykyinen 3 §:n 2 momentti.

22 §. *Eräiden ilmoitusten antaminen tai lähettäminen.* Pykälän 1 momentin mukaan riski kuluttajan antaman tai lähettämän peruuttamisilmoituksen perilletulosta on vastaanottajalla. Sama koskee elinkeinonharjoittajan antamaa tai lähettämää kotimyyntiasiakirjaa ja vahvistusta. Periaate on sama kuin 10 luvun 11 §:n 2 momentissa ja 12 luvun 11 c §:ssä.

Pykälän 2 momentti vastaa nykyistä 8 §:n

2 momenttia siltä osin kuin kysymys on postitse lähetetystä ilmoituksesta. Sähköisesti esimerkiksi telekopiona tai sähköpostina lähetetyn ilmoituksen saapumisaikaa koskeva oletussääntö on sen sijaan uusi. Tällaisen ilmoituksen katsotaan saapuneen elinkeinonharjoittajalle sinä päivänä, jona se on lähetetty. Samankaltainen säännös on sähköisestä asioinnista hallinnossa annetun lain (1318/1999) 23 §:n 2 momentissa.

23 §. *Vastuu vastaanotetusta suorituksesta sekä korvaus saadusta hyödystä.* Pykälää vastaavia säännöksiä ei ole direktiivissä. Peruuttamisen oikeusvaikutusten tarkempi sääntely on jätetty jäsenvaltioiden lainsäädännön varaan.

Pykälän 1 ja 2 momentti vastaavat asiallisesti voimassa olevaa lakia. Pykälän 1 momenttia vastaava säännös on nykyisin kotimyyntiä koskevassa 4 §:n 1 momentissa. Ehdotetussa momentissa säännös on ulotettu myös etämyyntiin. Muutoksella ei ole mainittavaa merkitystä, sillä vastaava huolenpitovelvoite seuraa myös postimyyntiä koskevasta nykyisestä 4 §:n 2 momentista. Sitä vastaava säännös on otettu pykälän 2 momenttiin. Näistä säännöksistä seuraa, että kuluttaja voi peruuttamisoikeuttaan menettämättä tarkastaa tavarain ja kokeilla sen käyttöä samalla tavalla kuin liiketiloissa tehtävissä vastaavissa kaupoissa on tavanmukaista. Jos sen sijaan tavara otetaan normaaliin käyttöön, peruuttamisoikeus on menetetty.

Pykälän 3 momentin mukaan kuluttajan on maksettava elinkeinonharjoittajalle kohtuullinen korvaus hyödystä, jos hän sopimuksen peruutessa tai rautessa saa hyväkseen suorituksen, joka ei ole palautettavissa. Samankaltaisia säännöksiä hyödyn korvaamisesta silloin, kun sopimus puretaan, on 8 luvun 19 §:n 3 momentissa, 9 luvun 12 §:n 1 momentissa ja kauppalain 65 §:n 1 momentissa.

Sellaisia suorituksia, joita ei voida palauttaa, ovat esimerkiksi palvelussopimuksiin sisältyvät työsuoritukset sekä vuokrasopimuksiin sisältyvät oikeudet hallita ja käyttää vuokrakohdetta. Jos elinkeinonharjoittaja on laiminlyönyt tiedonantovelvollisuutensa, kuluttaja voi saada tällaisia suorituksia hyväkseen jopa vuoden ajan. Vaikka kysymys onkin elinkeinonharjoittajan laiminlyönnistä, on hänen kannaltaan kohtuutonta, jos kuluttaja sopimuksesta irtautuessaan saisi taloudelliselta arvoltaan mahdollisesti huomattavankin suorituksen korvauksetta hyväkseen.

Korvaus määritetään kohtuuden mukaan ottaen huomioon muun muassa sovittu hinta tai muu vastike, suorituksen laatu ja kesto sekä sen arvo kuluttajalle.

24 §. *Luottosopimuksen peruuntuminen.* Pykälän säännökset luottosopimuksen peruuntumisesta perustuvat direktiivin 6 artiklan 4 kohtaan. Sääntelyn yhtenäistämiseksi pykälä on ulotettu koskemaan myös kotimyyntisopimuksiin liittyviä luottosopimuksia. Aikaosuussopimuksiin liittyvien luottosopimusten peruuntumisesta on vastaavat säännökset 10 luvun 12 §:ssä.

Pykälä koskee vain niin sanottuja hyödykesidonnaisia luottoja, joissa koti- tai etämyyntisopimus ja myönnettävä luotto ovat suoraan yhteydessä toisiinsa. Nämä luotot on pykälässä määritelty samalla tavalla kuin 7 luvun 2 §:n 3 kohdassa olevassa hyödykesidonnaisten luottojen määritelmässä.

Pykälässä tarkoitettu luottosopimus peruuntuu ilman eri toimenpiteitä kuluttajan peruuttaessa kotimyynti- tai etämyyntisopimuksen. Luottosopimus peruuntuu myös, jos pääsopimus raukeaa sen johdosta, että kuluttaja vetoaa sen sitomattomuuteen.

Hyödykesidonnaisille luotoille on ominaista, että myyjä tai palveluksen suorittaja on osallisena luototusjärjestelyissä. Tämän takia ei ole pidetty tarpeellisena asettaa kuluttajalle velvollisuutta ilmoittaa luotonantajalle pääsopimuksen peruuntumisesta tai raukeamisesta. Pääsopimuksen tehneen elinkeinonharjoittajan asiana olisi huolehtia siitä, että luotonantaja saa tarvitsemansa tiedot.

Luotonantajan on pykälän mukaan palautettava kuluttajalta mahdollisesti perityt suoritukset, kuten luoton perustamiskustannukset, lyhennykset ja korkoerät kuluttajalle viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluessa saatuaan peruuntumisesta tiedon.

25 §. *Viivästyskorko.* Kuluttajalla on pykälän mukaan oikeus korkolain mukaiseen viivästyskorkoon, jos hänelle ei ole säädettyssä ajassa palautettu maksettua hintaa tai luottoon liittyneitä maksusuorituksia taikka korvattu tavarat tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneita kuluja. Viivästyskorko on korkolain 4 §:n 3 momentin mukaisesti asianomaisen ministeriön vuosittain vahvistama viitekorko lisättyinä seitsemällä prosenttiyksiköllä.

Pykälä poikkeaa nykyisestä 8 §:stä, jonka mukaan elinkeinonharjoittajan on viivästyskoron sijasta maksettava kuluttajalle sopimussakon luonteinen korvaus, kymmenesosa

kauppahinnasta. Syitä muutokseen on selvitetty yleisperustelujen 3.1.7. jaksossa. Direktiivissä ei säädetä viivästyskorosta.

11 luku. Rangaistussäännökset

1 §. Pykälässä oleva viittaus kotimyyntiasiakirjan luovuttamista koskevaan 6 luvun 2 §:ään on luvun rakenteen muuttamisen takia tarkistettu viittaukseksi kuluttajansuojalain muuttamisesta ehdotetun lain vastaavaan sääntöön eli 6 luvun 8 §:ään.

1.2. Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa

2 §. Vertailevaa mainontaa koskevan direktiivin 97/55/EY tarkoituksena on suojata paitsi kuluttajia myös kilpailevia elinkeinonharjoittajia epäasianmukaisten vertailujen vahingollisilta vaikutuksilta. Direktiivin täytäntöönpanemiseksi tältä osin ehdotetaan pykälään lisättäväksi uusi 3 momentti, jonka mukaan vertailevaan mainontaan elinkeinotoiminnassa sovelletaan, mitä kuluttajansuojalain 2 lukuun lisättäväksi ehdotetussa 4 a §:ssä säädetään. Vertailevan mainonnan sallittavuutta ei näin ollen arvioida yksinomaan kuluttajansuojan vaan myös hyvän liiketavan kannalta. Tässäkin suhteessa vertailujen on täytettävä kuluttajansuojalain 2 lukuun lisättäväksi ehdotetun 4 a §:n 2 momentin 1—7 kohdan vaatimukset.

Momentissa on lisäksi direktiivin 3 a artiklan 2 kohtaa vastaava erityissäännös tiedoista, jotka on annettava erikoistarjouksia koskevissa vertailuissa. Tiedot koskevat erikoistarjouksen kestoa. Viittauksia kuluttajansuojalakiin ei ole tältä osin käytetty, sillä direktiivin kyseisen kohdan täytäntöönpanon kuluttajansuojan kannalta sisältävä kuluttajansuojalain 2 luvun 4 § on sekä soveltamisalaltaan että annettavien tietojen osalta laajempi kuin direktiivissä ja tarkoitettu sovellettavaksi vain kuluttajille suunnatussa markkinoinnissa.

2. Tarkemmat säännökset

Kotimyyntiä ja postimyyntiä koskevia tarkempia säännöksiä on nykyisin koti- ja postimyyntiasetuksessa. Asetuksessa säädetyin edellytyksin Kuluttajavirasto voi myöntää lupia sellaisten sopimusehtojen käyttämiseen, joilla rajoitetaan kuluttajan oikeutta vedota kuluttajansuojalain kotimyynti- ja

postimyyntisäännöksiin. Kuluttajavirasto voi myöntää luvan rajoittaa sopimusehdoilla muun muassa kuluttajan peruuttamisoikeutta tietyn tyyppisten tavaroiden postimyyntissä. Kotimyyntissä voidaan viraston luvalla käyttää sopimusehtoa, jonka mukaan postitse vastaanotettu tavara on palautettava elinkeinonharjoittajalle postitse.

Perustuslain 80 §:n 1 momentin mukaan yksilön oikeuksien ja velvollisuuksien perusteista on säädettävä lailla. Tähän nähden ei ole asianmukaista, että asetuksen nojalla myönnettyillä viranomaisen harkinnanvaraisilla luvilla voidaan rajoittaa laissa säädettyjä kuluttajan oikeuksia. Ehdotettuun lakiin kuluttajansuojalain muuttamisesta onkin otettu tyhjentävät säännökset muun muassa peruuttamisoikeuden rajoituksista ja oikeudesta poiketa eräissä tapauksissa sopimusehdoilla lain säännöksistä.

Asetuksella tarkemmin säädetty kotimyyntisäännösten soveltamisalaa koskeva hintaraja on niin ikään tarkoitus ottaa ehdotettuun lakiin. Tarvetta tarkempien säännösten antamiseen asetuksella ei näin ollen enää ole, joten asetusta ehdotetaan kokonaan kumottavaksi. Kuluttajaviraston myöntämät luvat lakkaisivat olemassa voimassa ehdotetun lain tullessa voimaan.

3. Voimaantulo

Lait ehdotetaan tuleviksi voimaan mahdollisimman pian niiden hyväksymisen ja vahvistamisen jälkeen. Vertailevaa mainontaa koskevan direktiivin 97/55/EY täytäntöönpano-aika päättyi 23 päivänä huhtikuuta 2000.

Etäsovimuksia koskevan direktiivin 97/7/EY täytäntöönpano-aika päättyi 4 päivänä kesäkuuta 2000.

Kuluttajansuojalain muuttamisesta ehdotetun lain voimaantulosäännöksen 2 momentin mukaan asetus koti- ja postimyyntistä kumottaisiin, ja asetuksen nojalla myönnetty poikkeusluvut lakkaisivat olemassa voimassa. Lupien päättymisen ei mainittavasti vaikuttaisi elinkeinonharjoittajien asemaan. Luvat ovat käytännössä koskeneet samantyyppisiä kuluttajan peruuttamisoikeuden rajoituksia, joista säädettäisiin nimenomaisesti ehdotetussa laissa. Laissa oikeutettaisiin myös käyttämään kotimyyntissä sellaista tavaroiden palauttamisehtoa, joka nykyisin edellyttää Kuluttajaviraston lupaa.

Kuluttajansuojalain muuttamisesta ehdotettu laki sisältää myös sopimusoikeudellisia säännöksiä. Niillä ei ole taannehtivaa vaikutusta sopimussuhteisiin. Tästä säädetään voimaantulosäännöksen 3 momentissa.

Nykyisin on käytössä kauppa- ja teollisuusministeriön vahvistaman kotimyyntiasiakirjan kaavan ohella Kuluttajaviraston erikseen hyväksymiä kaavoja. Kuluttajansuojalain muuttamisesta ehdotetulla lailla luovuttaisiin viraston oikeudesta hyväksyä erityisiä kaavoja, mikä edellyttää ministeriön vahvistaman kaavan uudistamista. Voimaantulosäännöksen 4 momentin mukaan nykyisiä kaavoja saisi edelleen käyttää vuoden ajan lain voimaantulosta.

Edellä esitetyn perusteella annetaan Eduskunnan hyväksyttäväksi seuraavat lakiehdotukset:

1.

Laki

kuluttajansuojalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 20 päivänä tammikuuta 1978 annetun kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 4 §, 4 luvun 1 §:n 1 momentti, 6 luku ja 11 luvun 1 §, sellaisina kuin niistä ovat 4 luvun 1 §:n 1 momentti laissa 1254/1994, 6 luku siihen myöhemmin tehtyine muutoksineen ja 11 luvun 1 § laissa 1162/1997, sekä lisätään 2 lukuun uusi 2 a ja 4 a § seuraavasti:

2 luku

Markkinoinnin sääntely

2 a §

Markkinoinnissa ei saa tarjota kulu-
 tushyödykkeitä toimittamalla niitä kulutta-
 jille ilman nimenomaista tilausta ja edellyttä-
 mällä kuluttajalta maksua, hyödykkeen pa-
 lauttamista tai säilyttämistä taikka muuta
 toimenpidettä.

4 §

Jos markkinoinnissa tarjotaan kulu-
 tushyödykkeitä yhteisellä hinnalla tai niin,
 että ostamalla hyödykkeen saa alennetulla
 hinnalla toisen hyödykkeen tai muun erityi-
 sen edun, markkinoinnissa on selkeästi il-
 moitettava:

1) tarjouksen sisältö ja arvo sekä yhteisellä
 hinnalla tarjotuista hyödykkeistä lisäksi ni-
 den erilliset hinnat, paitsi jos hyödykkeen
 hinta erikseen hankittuna on pienempi kuin
 kymmenen euroa;

2) tarjouksen hyväksi käyttämistä koskevat
 ehdot, erityisesti tarjouksen kesto sekä mää-
 rälliset ja muut rajoitukset.

4 a §

Vertailevalla mainonnalla tarkoitetaan täs-
 sä pykälässä mainontaa, josta voidaan suo-
 raan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai
 kilpailijan markkinoima hyödyke.

Vertaileva mainonta on vertailun osalta
 sallittu, jos:

1) se ei ole totuudenvastaista tai harhaan-
 johtavaa;

2) se koskee hyödykkeitä, joita käytetään
 samaan tarkoitukseen tai samoihin tarpeisiin;

3) siinä verrataan puolueettomasti hyödyk-
 keiden yhtä tai useampaa olennaista, merki-

tyksellistä, toteen näytettävissä olevaa ja
 edustavaa ominaisuutta tai hyödykkeiden
 hintoja;

4) se ei aiheuta sekaannuksen vaaraa mai-
 nostajan ja kilpailijan tai heidän tavaramerk-
 kiensä, toiminimiensä, muiden erottuvien
 tunnustensa taikka hyödykkeittensä kesken;

5) siinä ei väheksytä eikä halvenneta kil-
 pailijan tavaramerkkiä, toiminimeä, muuta
 erottuvaa tunnusta, hyödykettä, toimintaa tai
 oloja;

6) siinä ei käytetä sopimattomasti hyväksi
 kilpailijan tavaramerkkin, toiminimen tai
 muun erottuvan tunnuksen mainetta taikka
 kilpailijan markkinoiman hyödykkeen alku-
 peränimitystä;

7) siinä ei esitetä hyödykettä sellaisen hyö-
 dykkeen jäljitelmänä tai toisintona, jolla on
 suojattu tavaramerkki.

Muuten kuin vertailun osalta vertailevaan
 mainontaan sovelletaan, mitä muualla laissa
 säädetään mainonnasta ja muusta mark-
 kinoinnista.

4 luku

Sopimuksen sovittelu ja tulkinta

1 §

Jos tässä laissa tarkoitettu sopimuksen
 ehto on kuluttajan kannalta kohtuuton tai
 sen soveltaminen johtaisi kohtuuttomuuteen,
 ehtoa voidaan sovitella tai jättää se huomi-
 oon ottamatta. Sopimuksen ehtona pidetään
 myös vastikkeen määrää koskevaa sitoumus-
 ta. Kohtuuttomuutta arvioitaessa otetaan
 huomioon sopimuksen koko sisältö, osapuol-
 ten asema, sopimusta tehtäessä vallinneet
 olot ja, jollei 2 §:stä muuta johdu, olojen
 muuttuminen sekä muut seikat.

6 luku

Kotimyynti ja etämyynti

1 §

Soveltamisala

Tässä luvussa säädetään kulutushyödykkeiden kotimyyntistä ja etämyyntistä. Kotimyyntiä koskee, mitä 2, 3, 5, 8—12 ja 20—25 §:ssä säädetään. Etämyyntiä koskee, mitä 2, 4, 6, 7 ja 13—25 §:ssä säädetään.

2 §

Pakottavuus

Sopimusehto, joka poikkeaa tämän luvun säännöksistä kuluttajan vahingoksi, on mitätön, jollei jäljempänä toisin säädetä.

3 §

Kotimyyntin määritelmä

Kotimyyntillä tarkoitetaan tässä luvussa kulutushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle henkilökohtaisesti muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimipaikassa. Kotimyyntinä ei kuitenkaan pidetä kulutushyödykkeen tarjoamista:

- 1) paikassa, jossa yleensä tarjotaan kulutushyödykkeitä;
- 2) paikassa, joka ei ole yksityisasunto ja jonne elinkeinonharjoittaja ilmoittelulla kutsuu kuluttajia kulutushyödykkeen hankkimista varten järjestämättä heille kulutusta;
- 3) paikassa, jonne elinkeinonharjoittaja saapuu kuluttajan nimenomaisesta pyynnöstä tarjotakseen kuluttajalle hänen pyytämänsä kulutushyödykettä.

4 §

Etämyyntin määritelmä

Etämyyntillä tarkoitetaan tässä luvussa kulutushyödykkeen tarjoamista kuluttajalle elinkeinonharjoittajan järjestämän sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä.

Etätarjontamenetelmällä tarkoitetaan markkinointi- tai myyntitapaa, joka on jär-

jestetty niin, että sen pääasiallisena tavoitteena voidaan katsoa olevan sopimusten tekeminen etäviestimen avulla.

Etäviestimellä tarkoitetaan puhelinta, postia, televisiota, tietoverkkoa tai muuta välinettä, jota voidaan käyttää sopimuksen tekemiseen ilman, että osapuolet ovat yhtä aikaa läsnä.

5 §

Soveltamisalan rajoitukset kotimyyntissä

Tämän luvun säännöksiä kotimyyntistä ei sovelleta:

- 1) kulutusluottoa koskevaan sopimukseen;
- 2) kiinteän omaisuuden kauppaa tai vuokraamista koskevaan sopimukseen;
- 3) arvopaperimarkkinalaissa (495/1989) tarkoitettua arvopaperia koskevaan sopimukseen;
- 4) vakuutus sopimukseen;
- 5) 10 luvussa tarkoitettua aikaosuuksasuntoa koskevaan sopimukseen.

Tämän luvun säännöksiä kotimyyntistä ei sovelleta myöskään, jos kulutushyödykkeen hinta on pienempi kuin 15 euroa. Jos samalla kertaa myydään useampia hyödykkeitä, joiden yhteishinta on vähintään 15 euroa, luvun säännöksiä kuitenkin sovelletaan. Mainittua rahamäärää voidaan muuttaa valtioneuvoston asetuksella, jos talouskehitys ja rahaolojen kehitys antavat siihen aihetta.

6 §

Soveltamisalan rajoitukset etämyyntissä

Tämän luvun säännöksiä etämyyntistä ei sovelleta:

- 1) kiinteän omaisuuden kauppaa tai muuta oikeutta kiinteään omaisuuteen koskevaan sopimukseen, vuokraoikeutta lukuun ottamatta;
- 2) arvopaperimarkkinalaissa tarkoitettua arvopaperia koskevaan sopimukseen;
- 3) talletusta, luottoa, vakuutusta tai muuta rahoituspalvelua koskevaan sopimukseen;
- 4) 10 luvussa tarkoitettua aikaosuuksasuntoa koskevaan sopimukseen;
- 5) jakeluautomaatin avulla tai automatisoidussa liiketilassa tehtävään sopimukseen;
- 6) maksullisen yleisöpuhelimien avulla teletoiminnan harjoittajan kanssa tehtävään sopimukseen;

7) huutokaupassa tehtävään sopimukseen, jos huutokauppaan voidaan osallistua muutenkin kuin etäviestimellä.

7 §

Eräiden etämyyntisäännösten soveltamista koskevat poikkeukset

Tämän luvun 13—15 §:ää ja 18 §:n 1 momenttia ei sovelleta etämyyntiin, joka koskee:

1) elintarvikkeiden tai muiden päivittäistavaroiden yksittäisiä toimituksia kuluttajan asuntoon tai työpaikalle säännöllisesti toimivan jakelujärjestelmän avulla;

2) majoitusta tai kuljetusta taikka ravintolatoimintaan tai vapaa-ajan viettoon liittyvää palvelusta, jos elinkeinonharjoittaja sopimusta tehtäessä sitoutuu suorittamaan palveluksen tietyssä ajankohtana tai tietyn ajan kuluessa.

Jos elinkeinonharjoittaja puhelimitse omasta aloitteestaan tarjoaa kuluttajalle 1 momentissa tarkoitettuja tavaroita tai palveluksia, sovelletaan kuitenkin 13—15 §:ää. Mitä mainituissa pykälissä säädetään, sovelletaan 1 momentin 1 kohdassa tarkoitettuun etämyyntiin myös, jos sopimus käsittää jatkuvia tai toistuvia toimituksia.

8 §

Kotimyyntiasiakirja

Elinkeinonharjoittajan tai tämän asiamiehen on kotimyyntissä luovutettava kuluttajalle asiakirja (*kotimyyntiasiakirja*), joka on päivättävä ja josta on käytävä ilmi elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite, kulutushyödyke ja sen hinta sekä muut sopimusehdot. Asiakirjassa on oltava maininta kuluttajalle 9—11 ja 21—25 §:n mukaan kuuluvista oikeuksista sekä ohjeet niiden käyttämisestä varten. Kotimyyntiasiakirjan on oltava kauppa- ja teollisuusministeriön vahvistaman kaavan mukainen.

Kotimyyntiasiakirja on luovutettava kuluttajalle tavarankaupassa viimeistään silloin, kun kuluttaja vastaanottaa tavarankaupaa tai ensimmäisen tavarankaupaa. Muuta kulutushyödykettä koskevassa sopimuksessa asiakirja on luovutettava kuluttajalle viimeistään silloin, kun kuluttaja tekee tarjouksen tai antaa hyväksyvän vastauksen elinkeinonharjoittajan tarjoukseen.

9 §

Peruuttamisoikeus kotimyyntissä

Kotimyyntissä kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus ilmoittamalla siitä elinkeinonharjoittajalle 14 päivän kuluessa kotimyyntiasiakirjan vastaanottamisesta taikka tavarankaupassa tavarankaupaa tai ensimmäisen tavarankaupaa vastaanottamisesta, jos tavara tai tavarankaupaa vastaanotetaan myöhemmin kuin asiakirja. Tavarankaupassa peruuttamisilmoitukseksi katsotaan myös vastaanotetun tavarankaupaa palauttaminen.

10 §

Hinnan palauttaminen kotimyyntissä

Kotimyyntissä elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluessa peruuttamisilmoituksen saatuaan palautettava, mitä hinnasta on maksettu. Kuluttajalla on oikeus siihen saakka pidättää tavara tai muu pidätettävissä oleva elinkeinonharjoittajan suoritus.

11 §

Suorituksen säilyttäminen ja palauttaminen kotimyyntissä

Jos kuluttaja kotimyyntissä peruuttaa sopimuksen, hänen on pidettävä vastaanotettu tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus elinkeinonharjoittajan saatavissa paikassa, jonne elinkeinonharjoittaja on sen toimittanut tai josta elinkeinonharjoittaja voi sen hankaluudesta noutaa. Kuluttajan on ilmoitettava elinkeinonharjoittajalle paikka, josta tavara tai suoritus on noudettavissa. Sopimusehdoissa voidaan kuitenkin määrätä, että kuluttajan on palautettava postitse vastaanotettu tavara tai suoritus kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle postitse.

Kuluttajan vastuu tavarankaupaa tai suorituksen säilyttämisestä elinkeinonharjoittajan lukuun lakkaa viimeistään kahden kuukauden kuluessa tavarankaupaa tai suorituksen vastaanottamisesta. Kuluttaja saa tavarankaupaa tai suorituksen vastikkeetta, jollei elinkeinonharjoittaja mainitussa ajassa nouda tavaraa tai suoritusta ja jollei se ole elinkeinonharjoittajan kannalta ilmeisen kohtuutonta.

Jos kuluttaja palauttaa tavarankaupaa tai suorituksen elinkeinonharjoittajalle, tämän on kor-

vattava kuluttajalle palauttamisesta aiheutuneet kulut.

12 §

Kotimyyntiasiakirjalomakkeet

Kauppa- ja teollisuusministeriön on huolehdittava siitä, että ministeriön 8 §:n nojalla vahvistaman kaavan mukaisia lomakkeita on kohtuullisesta maksusta yleisön saatavana. Lomakkeista tulee käydä ilmi, että ne ovat ministeriön vahvistaman kaavan mukaisia.

13 §

Ennakkotiedot etämyynissä

Etämyynissä kuluttajalle on hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä annettava seuraavat tiedot:

1) elinkeinonharjoittajan nimi ja osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta;

2) kulutushyödykkeen pääominaisuudet;

3) kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot;

4) toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat muut ehdot;

5) sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee hyödykkeiden jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista;

6) etäviestimen käyttämisestä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän;

7) tarjouksen voimassaoloaika;

8) tieto 15 §:n mukaisesta peruuttamisoi-
keudesta tai siitä, että sitä ei 16 §:n 1 mo-
mentin 2—7 kohdan mukaan ole.

Edellä 1 momentissa tarkoitetut tiedot on annettava käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla, selkeästi, ymmärrettävästi ja niin, että tietojen kaupallinen tarkoitus käy selvästi ilmi. Puhelimitse tapahtuvissa yhteydenotoissa elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava nimensä ja puhelun kaupallinen tarkoitus heti puhelinkeskustelun alussa.

14 §

Tietojen vahvistaminen etämyynissä

Edellä 13 §:n 1 momentin 1—5 kohdassa tarkoitetut tiedot on vahvistettava kuluttajalle kirjallisesti tai sähköisesti siten, että tietoja ei voida yksipuolisesti muuttaa ja että ne

säilyvät kuluttajan saatavilla. Vahvistuksessa on lisäksi oltava:

1) ohjeet ja tiedot 15 §:ssä tarkoitetun peruuttamisoikeuden käyttämisestä varten sekä tieto siitä, ettei sopimusta 16 §:n 1 kohdan mukaan voi peruuttaa sen jälkeen, kun palveluksen suorittaminen on kuluttajan suostumuksella aloitettu;

2) elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan käyntiosoite, jonne kuluttaja voi toimittaa valituksensa;

3) tiedot takuusta sekä saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista;

4) sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai yhtä vuotta pidemmän ajan.

Vahvistus on toimitettava mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen ja tavarankaupassa viimeistään luovutusajankohtana, paitsi jos tavara sopimuksen mukaan luovutetaan kolmannelle.

Vahvistusta ei tarvitse toimittaa, jos 1 momentissa tarkoitetut tiedot on momentissa säädetyllä tavalla annettu kuluttajalle jo ennen sopimuksen tekemistä. Vahvistusta ei tarvitse toimittaa myöskään, jos palvelus suoritetaan etäviestimellä yhdellä kertaa ja jos siitä veloittaa se elinkeinonharjoittaja, jonka tarjoamalla etäviestimellä palvelu suoritetaan. Kuluttajalle on kuitenkin aina ilmoitettava palveluksen suorittaneen elinkeinonharjoittajan sen toimipaikan käyntiosoite, jonne kuluttaja voi tehdä valituksensa.

15 §

Peruuttamisoikeus etämyynissä

Etämyynissä kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus ilmoittamalla siitä elinkeinonharjoittajalle 14 päivän kuluessa 14 §:ssä tarkoitetun vahvistuksen vastaanottamisesta taikka tavarankaupassa tavarankaupasta tai ensimmäisen tavarakerän vastaanottamisesta, jos tavara tai tavarakerä vastaanotetaan myöhemmin kuin vahvistus. Tavarankaupassa peruuttamisolmoitukseksi katsotaan myös vastaanotetun tavarankaupakirjan palauttaminen.

Jos vahvistus ei täytä 14 §:ssä säädetyjä vaatimuksia, peruuttamisaika on kolme kuukautta. Jos vahvistus tänä aikana oikaistaan, kuluttajalla on 1 momentin mukainen peruuttamisoikeus siitä päivästä, jona hän sai oikaistun vahvistuksen.

Jos vahvistusta ei lainkaan anneta, sovelletaan, mitä 20 §:ssä säädetään.

16 §

*Peruuttamisoikeuden rajoitukset
etämyynnissä*

Jollei toisin sovita, kuluttajalla ei ole 15 §:ssä säädettyä peruuttamisoikeutta, jos:

1) palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti on kuluttajan suostumuksella aloitettu ennen peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta 14 §:ssä tarkoitetussa vahvistuksessa;

2) kulutushyödykkeen hinta riippuu rahoitusmarkkinoilla vaihtuvista noteerauksista, joihin elinkeinonharjoittaja ei voi vaikuttaa;

3) sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan toivomusten mukaisesti niin, ettei tavaraa voida myydä edelleen ilman huomattavaa tappiota tai ettei tavaraa lainkaan voida myydä edelleen;

4) sopimus koskee tavaraa, jota luonteensa vuoksi ei voida palauttaa edelleen myytäväksi taikka joka voi nopeasti pilaantua tai vanhentua;

5) kuluttaja on avannut sinetöitynä toimitetun ääni- tai kuvatallenteen taikka tietokoneohjelman;

6) sopimus koskee sanoma- tai aikakauslehtien toimitusta eikä elinkeinonharjoittaja tarjoa näitä hyödykkeitä kuluttajalle puhelimitse omasta aloitteestaan;

7) sopimus koskee vedonlyönti- tai arvontapalveluksia.

17 §

Suoritusten palauttaminen etämyynnissä

Jos kuluttaja etämyynnissä peruuttaa sopimuksen, hänen on palautettava vastaanotettu tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus kohtuullisen ajan kuluessa elinkeinonharjoittajalle.

Elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua tavarantai suorituksen takaisin saatuaan palautettava, mitä hinnasta on maksettu, sekä korvattava kuluttajalle palauttamisesta aiheutuneet kulut, jos tavara tai suoritus voidaan palauttaa tavanomaisella tavalla postitse. Elinkeinonharjoittaja vastaa kuitenkin aina 18 §:n 3 momentissa tarkoitetun korvaavan hyödykkeen palauttamiskuluista. Jos palautettavaa tavaraa tai suoritusta ei ole, 30 päivän aika

lasketaan peruuttamisilmoituksen saamisesta.

18 §

Sopimuksen täyttäminen etämyynnissä

Jollei toisin sovita, elinkeinonharjoittajan on luovutettava kulutushyödyke kohtuullisessa ajassa ja viimeistään 30 päivän kuluttua siitä päivästä, jona kuluttaja on antanut tai lähettänyt elinkeinonharjoittajalle tarjouksensa tai hyväksyvän vastauksensa. Siitä, milloin tavara tai palvelus katsotaan luovutetuksi, sekä viivästyksen seuraamuksista on voimassa, mitä 5, 8 ja 9 luvussa säädetään.

Jos elinkeinonharjoittaja ei kykene täyttämään sopimusta sen vuoksi, että tilattua kulutushyödykettä ei ole saatavilla, elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava siitä kuluttajalle sekä viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua 1 momentissa tarkoitetusta tarjouksen tai vastauksen antamispäivästä taikka, jos luovutuksen sovittu ajankohta on sitä myöhemmin, viimeistään tuona ajankohtana palautettava, mitä hinnasta on maksettu.

Sen estämättä, mitä 2 momentissa säädetään, elinkeinonharjoittaja saa käyttää vakiosopimusehtoa, jonka mukaan kuluttajalle voidaan toimittaa korvaava hyödyke, jos tilattua hyödykettä ei ole. Korvaavan hyödykkeen on käytötarkoitukseltaan vastattava tilattua hyödykettä, sen on laadultaan oltava vähintään yhtä hyvä, eikä sen hinta saa olla suurempi kuin tilatun hyödykkeen. Sopimusehdosta on myös selkeästi ilmoitettava 13 §:ssä tarkoitetuissa ennakkotiedoissa. Jos korvaavan hyödykkeen toimittaminen täyttää tässä momentissa säädetyt vaatimukset, sen toimittamista ei pidetä 2 luvun 2 a §:n mukaan kiellettynä markkinointina.

19 §

*Lakiviittauksia koskeva rajoitus
etämyynnissä*

Lakiviittauksella, jonka perusteella sopimukseen sovelletaan Euroopan talousalueen ulkopuolisen valtion lakia, ei voida syrjäyttää Euroopan talousalueeseen kuuluvassa valtiossa voimassa olevia, lakiviittauksen puuttuessa sovellettavia säännöksiä etämyynnistä, jos niissä suojataan kuluttajaa tehokkaammin kuin lakiviittauksen perusteella sovellettavassa laissa.

20 §

Tiedonantovelvollisuuden laiminlyönti

Jos kotimyyntiasiakirjaa tai 14 §:ssä tarkoitettua vahvistusta ei ole toimitettu kuluttajalle, sopimus ei sido kuluttajaa. Jos kuluttaja haluaa vedota sopimuksen sitomattomuuteen, hänen on ilmoitettava siitä elinkeinonharjoittajalle viimeistään vuoden kuluttua sopimuksen tekemisestä.

Jos elinkeinonharjoittaja toimittaa kotimyyntiasiakirjan tai vahvistuksen ennen kuin kuluttaja on vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen, kuluttajalla on kotimyyntissä 9 §:n ja etämyyntissä 15 §:n mukainen peruuttamisoikeus siitä päivästä, jona hän sai asiakirjan tai vahvistuksen.

Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua sen sitomattomuuteen, elinkeinonharjoittajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava saamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavarán tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut.

21 §

Peruuttamisajan laskeminen

Peruuttamisaikaa laskettaessa ei oteta lukuun sitä päivää, jona kotimyyntiasiakirja tai vahvistus annettiin taikka tavara otettiin vastaan. Jos peruuttamisajan viimeinen päivä on pyhäpäivä, itsenäisyyspäivä, vapunpäivä, joului- tai juhannusaatto taikka arkilauantai, sopimuksen saa peruuttaa vielä ensimmäisenä arkipäivänä sen jälkeen.

22 §

Eräiden ilmoitusten antaminen tai lähettäminen

Jos peruuttamisilmoitus on tarkoituksenmukaisella tavalla annettu tai lähetetty kotimyyntissä ennen 9 §:ssä ja etämyyntissä ennen 15 §:ssä säädetyn ajan päättymistä, kuluttaja saa vedota ilmoitukseen, vaikka se myöhästyi, vääristyi tai ei tulisi perille. Elinkeinonharjoittaja saa vastaavasti vedota antamaansa tai lähettämäänsä kotimyyntiasiakirjaan ja vahvistukseen.

Jos peruuttamisilmoituksen saapumisen ajankohdasta ei voida esittää muuta selvitystä, postitse lähetetyn ilmoituksen katsotaan

saapuneen elinkeinonharjoittajalle seitsemäntenä päivänä sen lähettämisestä ja sähköisesti lähetetyn päivänä, jona ilmoitus on lähetetty.

23 §

Vastuu vastaanotetusta suorituksesta sekä korvaus saadusta hyödyistä

Jos kuluttaja on vastaanottanut tavarán tai muun palautettavissa olevan suorituksen, hänen on säilyttääkseen peruuttamisoikeutensa pidettävä tavara tai suoritus olennaisesti muuttumattomana tai vähentymättömänä.

Tavarán tai suorituksen tuhoutuminen, huonontuminen tai vähentyminen ilman kuluttajan syytä ei johda peruuttamisoikeuden menettämiseen. Kuluttaja ei vastaa arvon alentumisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarán tai suorituksen tutkimisesta tai muusta vastaavasta syystä.

Jos kuluttaja sopimuksen peruutuessa tai rauetessa saa hyväkseen suorituksen, joka ei ole palautettavissa, kuluttajan on maksettava saamastaan hyödyistä kohtuullinen korvaus elinkeinonharjoittajalle.

24 §

Luottosopimuksen peruuntuminen

Jos kuluttajalle on kotimyyntissä tai etämyyntissä tehtävää sopimusta varten myönnetty luottoa, jonka antajana on myyjä tai palveluksen suorittaja taikka muu luotonantaja myyjän tai palveluksen suorittajan kanssa tekemänsä sopimuksen tai muun kuluttajien luottotamista koskevan järjestelyn perusteella, luottosopimus peruuntuu kuluttajan peruuttaessa kotimyyntissä tai etämyyntissä tehdyn sopimuksen. Luottosopimus peruuntuu vastaavasti, jos sopimus raukeaa 20 §:n nojalla. Luottosopimuksen peruutuessa luotonantajan on viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua sopimuksen peruuntumisesta tai raukeamisesta tiedon saatuaan palautettava kuluttajalta saamansa maksusuoritukset.

25 §

Viivästyskorko

Jos hinnan tai muun maksusuorituksen palauttamiseen velvollinen elinkeinonharjoittaja tai luotonantaja ei ole 10, 17, 18, 20 tai

24 §:ssä säädettyssä ajassa palauttanut, mitä kuluttaja on maksanut, kuluttajalla on oikeus viivästyskorkoon korkolain (633/1982) mukaisesti.

11 luku

Rangaistussäännökset

1 §

Joka tahallaan tai törkeästi huolimattomuudesta rikkoo 2 luvun 2—5 §:n säännöksiä tai saman luvun 6 §:n nojalla annettuja säännöksiä taikka tahallaan jättää luovuttamatta kotimyyntiasiakirjan 6 luvun 8 §:ssä tarkoitettulla tavalla tai tahallaan ottaa vastaan 10 luvun 13 §:ssä kielletyn maksusuorituksen, on tuomittava, jollei teko

ole rangaistava rikoslain (39/1889) 30 luvun 1 §:ssä tarkoitettuna markkinointirikoksena, *kuluttajansuojarikkomuksesta* sakkoon.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Tällä lailla kumotaan koti- ja postimyyntistä 30 päivänä joulukuuta 1993 annettu asetus (1601/1993). Asetuksen 2 ja 3 §:n nojalla myönnettyt luvat lakkaavat olemasta voimassa tämän lain tullessa voimaan.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyihin sopimuksiin sovelletaan lain voimaan tullessa voimassa ollutta lakia.

Kauppa- ja teollisuusministeriön ennen tämän lain voimaantuloa vahvistaman tai Kuluttajaviraston erikseen hyväksymän kaavan mukaisia kotimyyntiasiakirjoja saadaan käyttää vuoden ajan lain voimaantulosta.

2.**Laki**

sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa 22 päivänä joulukuuta 1978 annetun lain (1061/1978) 2 §:ään uusi 3 momentti seuraavasti:

2 §

_____ jos tarjous on voimassa niin kauan kuin
hyödykkeitä riittää, maininta siitä.

Vertailevaan mainontaan elinkeinotoiminnassa sovelletaan, mitä kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 4 a §:ssä säädetään. Lisäksi erikoistarjouksia koskevassa vertailussa on selkeästi mainittava tarjouksen kesto ja, _____

Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä
kuuta 20 .

Naantalissa 16 päivänä kesäkuuta 2000

Tasavallan Presidentti

TARJA HALONEN

Oikeusministeri *Johannes Koskinen*

1.

Laki**kuluttajasuojalain muuttamisesta**

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 20 päivänä tammikuuta 1978 annetun kuluttajasuojalain (38/1978) 2 luvun 4 §, 4 luvun 1 §:n 1 momentti, 6 luku ja 11 luvun 1 §, sellaisina kuin niistä ovat 4 luvun 1 §:n 1 momentti laissa 1259/1994, 6 luku siihen myöhemmin tehtyine muutoksineen ja 11 luvun 1 § laissa 1162/1997, sekä
lisätään 2 lukuun uusi 2 a ja 4 a § seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

2 luku

Markkinoinnin sääntely

2 a §

Markkinoinnissa ei saa tarjota kulutushyödykkeitä toimittamalla niitä kuluttajille ilman nimenomaista tilausta ja edellyttämällä kuluttajalta maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

4 §

Markkinoinnissa ei saa tehdä tarjousta, jonka mukaan kulutushyödyke myydään yhteisestä hinnasta toisen kanssa tai joka edellyttää, että ostamalla kulutushyödykkeen saa vastikkeetta tai alennetulla hinnalla muun kulutushyödykkeen, mikäli tarjotuilla kulutushyödykkeillä ei ole ilmeistä yhteyttä keskenään.

4 §

Jos markkinoinnissa tarjotaan kulutushyödykkeitä yhteisellä hinnalla tai niin, että ostamalla hyödykkeen saa alennetulla hinnalla toisen hyödykkeen tai muun erityisen edun, markkinoinnissa on selkeästi ilmoitettava:

1) tarjouksen sisältö ja arvo sekä yhteisellä hinnalla tarjotuista hyödykkeistä lisäksi niiden erilliset hinnat, paitsi jos hyödykkeen hinta erikseen hankittuna on pienempi kuin kymmenen euroa;

2) tarjouksen hyväksi käyttämistä koskevat ehdot, erityisesti tarjouksen kesto sekä määrälliset ja muut rajoitukset.

4 a §

Vertailevalla mainonnalla tarkoitetaan tässä pykälässä mainontaa, josta voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai

Voimassa oleva laki

Ehdotus

kilpailijan markkinoima hyödyke.

Vertaileva mainonta on vertailun osalta sallittu, jos:

1) se ei ole totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa;

2) se koskee hyödykkeitä, joita käytetään samaan tarkoitukseen tai samoihin tarpeisiin;

3) siinä verrataan puolueettomasti hyödykkeiden yhtä tai useampaa olennaista, merkityksellistä, toteen näytettävissä olevaa ja edustavaa ominaisuutta tai hyödykkeiden hintoja;

4) se ei aiheuta sekaannuksen vaaraa mainostajan ja kilpailijan tai heidän tavaramerkkiensä, toiminimiensä, muiden erottuvien tunnustensa taikka hyödykkeittensä kesken;

5) siinä ei väheksytä eikä halvenneta kilpailijan tavaramerkkiä, toiminimeä, muuta erottuvaa tunnusta, hyödykettä, toimintaa tai oloja;

6) siinä ei käytetä sopimattomasti hyväksi kilpailijan tavaramerkin, toiminimen tai muun erottuvan tunnuksen mainetta taikka kilpailijan markkinoiman hyödykkeen alkuperänimitystä;

7) siinä ei esitetä hyödykettä sellaisen hyödykkeen jäljitelmänä tai toisintona, jolla on suojattu tavaramerkki.

Muuten kuin vertailun osalta vertailevaan mainontaan sovelletaan, mitä muualla laissa säädetään mainonnasta ja muusta markkinoinnista.

4 luku

Sopimuksen sovittelu ja tulkinta

1 §

Jos tässä laissa tarkoitettun sopimuksen mukainen hinta on kulutushyödykkeen laatu ja yleinen hintataso huomioon ottaen kohtuuton, voidaan sitä sovitella. Jos tällaisen sopimuksen muu sopimusehto on kuluttajan kannalta kohtuuton tai sen soveltaminen johtaisi kohtuuttomuuteen, voidaan ehtoa sovitella tai jättää se huomioon ottamatta. Kohtuuttomuutta arvioitaessa on otettava huomioon sopimuksen koko sisältö, osapuolten asema, sopimusta tehtäessä vallineet olosuhteet ja, jollei 2 §:stä muuta johdu, olosuhteiden muuttuminen sekä muut seikat.

1 §

Jos tässä laissa tarkoitettun sopimuksen ehto on kuluttajan kannalta kohtuuton tai sen soveltaminen johtaisi kohtuuttomuuteen, ehtoa voidaan sovitella tai jättää se huomioon ottamatta. Sopimuksen ehtona pidetään myös vastikkeen määrää koskevaa sitoumusta. Kohtuuttomuutta arvioitaessa otetaan huomioon sopimuksen koko sisältö, osapuolten asema, sopimusta tehtäessä vallinneet olosuhteet ja, jollei 2 §:stä muuta johdu, olojen muuttuminen sekä muut seikat.

Voimassa oleva laki

Ehdotus

6 luku

Kotimyynti ja etämyynti

Ei rinnakkaistekstiä

11 luku

Rangaistussäännökset

1 §

Joka tahallaan tai törkeästä huolimattomuudesta rikkoo 2 luvun 2—5 §:n tai saman luvun 6 §:n nojalla annettuja säännöksiä taikka tahallaan jättää luovuttamatta kotimyyntiasiakirjan 6 luvun 2 §:ssä tarkoitettulla tavalla tai tahallaan ottaa vastaan 10 luvun 13 §:ssä kielletyn maksusuorituksen, on tuomittava, jollei teko ole rangaistava rikoslain 30 luvun 1 §:ssä tarkoitettuna markkinointirikoksena, *kuluttajansuojarikkomuksesta* sakkoon.

1 §

Joka tahallaan tai törkeästä huolimattomuudesta rikkoo 2 luvun 2—5 §:n *säännöksiä* tai saman luvun 6 §:n nojalla annettuja säännöksiä taikka tahallaan jättää luovuttamatta kotimyyntiasiakirjan 6 luvun 8 §:ssä tarkoitettulla tavalla tai tahallaan ottaa vastaan 10 luvun 13 §:ssä kielletyn maksusuorituksen, on tuomittava, jollei teko ole rangaistava rikoslain (39/1889) 30 luvun 1 §:ssä tarkoitettuna markkinointirikoksena, *kuluttajansuojarikkomuksesta* sakkoon.

*Tämä laki tulee voimaan päivänä kuu-
ta 20 .*

Tällä lailla kumotaan koti- ja postimyyntistä 30 päivänä joulukuuta 1993 annettu asetus (1601/1993). Asetuksen 2 ja 3 §:n nojalla myönnettyt luvat lakkaavat olemasta voimassa tämän lain tullessa voimaan.

Ennen tämän lain voimaantuloa tehtyihin sopimuksiin sovelletaan lain voimaan tullessa voimassa ollutta lakia.

Kauppa- ja teollisuusministeriön ennen tämän lain voimaantuloa vahvistaman tai Kuluttajaviraston erikseen hyväksymän kaavan mukaisia kotimyyntiasiakirjoja saadaan käyttää vuoden ajan lain voimaantulosta.

2.

Laki

sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 2 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
lisätään sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa 22 päivänä joulukuuta 1978 annetun lain (1061/1978) 2 §:ään uusi 3 momentti seuraavasti:

Voimassa oleva laki

Ehdotus

2 §

Vertailevaan mainontaan elinkeinotoiminnassa sovelletaan, mitä kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 4 a §:ssä säädetään. Lisäksi erikoistarjouksia koskevassa vertailussa on selkeästi mainittava tarjouksen kesto ja, jos tarjous on voimassa niin kauan kuin hyödykkeitä riittää, maininta siitä.

*Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä
kuuta 20 .*