

Ekonomiutskottet

Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lagar om ändring av konsument-skyddslagen och lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna samt till vissa andra lagar

INLEDNING

Remiss

Regeringens proposition till riksdagen med förslag till lagar om ändring av konsumentskyddslagen och lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna samt till vissa andra lagar (RP 14/2022 rd): Ärendet har remitterats till ekonomiutskottet för betänkande och till lagutskottet för utlåtande.

Motioner

I samband med propositionen har utskottet behandlat följande motioner:

- Åtgärdsmotion AM 5/2020 rd Kaisa Juuso saf m.fl. Åtgärdsmotion med förslag till ändring av en bestämmelse om telefonförsäljning
- Åtgärdsmotion AM 8/2022 rd Mia Laiho saml Åtgärdsmotion om skriftlig bekräftelse som ska krävas i samband med telefonförsäljning och om att ta särskild hänsyn till utsatta personer

Utlåtande

Utlåtande har lämnats av

- lagutskottet LaUU 8/2022 rd

Sakkunniga

Utskottet har hört

- lagstiftningsråd Sofia Aspelund, justitieministeriet
- lagstiftningsråd Katri Kummoinen, justitieministeriet
- äldreombudsman Päivi Topo, Äldreombudsmannens byrå
- allmän intressebevakare Sakari Päiviö, Helsingfors Intressebevakningsbyrå
- forskningsdirektör Päivi Timonen, konsumentforskningscentralen
- specialsakkunnig Kristiina Vainio, Konkurrens- och konsumentverket
- jurist Rami Peltosaari, Elisa Abp
- verkställande direktör Juha Antikainen, LokalTapiola-gruppen Ab
- direktör Marcus Wiklund, Sanoma Media Finland Oy
- expert Juho Mäki-Lohiluoma, Finlands näringsliv rf

Betänkande EkUB 16/2022 rd

- jurist Saara Naukkarinen, Finsk Energiindustri rf
- chefsjurist Satu Wennberg, Finanssiala ry
- ledande expert Ilari Kallio, Finsk Handel rf
- jurist Raisa Harju, Centralhandelskammaren
- generalsekreterare Juha Beurling-Pomoell, Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry
- jurist Emmi Meriranta, Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry
- branschdirektör Mikko Hoikka, Medieförbundet rf
- verksamhetsledare Katariina Suomu, Alzheimer Centralförbundet rf
- verkställande direktör Jari Perko, Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry
- expert Karoliina Katila, Företagarna i Finland rf
- verkställande direktör Elina Ussa, Tietoliikenteen ja tietotekniikan keskusliitto, FiCom ry
- verksamhetsledare Anni Lausvaara, Centralförbundet för de gamlas väl rf.

Skriftligt yttrande har lämnats av

- Konkurrens- och konsumentverket
- DNA Ab
- Sanoma Media Finland Oy
- Kuluttajaliitto - Konsumentförbundet ry
- Lokalkraft rf.

Inget yttrande av

- Myndigheten för digitalisering och befolkningsdata.

PROPOSITIONEN OCH MOTIONERNA

Propositionen

I propositionen föreslås det ändringar i konsumentskyddslagen, lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna, elmarknadslagen, naturgasmarknadslagen och ikraftträdandebestämmelsen i lagen om ändring av konsumentskyddslagen. Genom ändringarna genomförs det så kallade Omnibusdirektivet som gäller bättre upprätthållande och modernisering av Europeiska unionens konsumentskyddsregler samt uppfylls målsättningen i regeringsprogrammet för statsminister Sanna Marins regering att begränsa telefon- och hemförsäljning och skärpa regleringen i syfte att skydda konsumenterna. Genom en ändring av ikraftträdandebestämmelsen i lagen om ändring av konsumentskyddslagen genomförs åter Europaparlamentets och rådets direktiv om digitalt innehåll och digitala tjänster till den del de bestämmelser som ska utfärdas för att genomföra direktivet till vissa delar ska tillämpas även på avtal som ingåtts före den 1 januari 2022.

Enligt förslaget ska bestämmelserna i de kapitel i konsumentskyddslagen som gäller oskäliga avtalsvillkor samt hemförsäljning och distansförsäljning också tillämpas på sådana avtal om konsumtionsnyttigheter med stöd av vilka konsumenten lämnar personuppgifter till näringsidkaren. Dessutom ska bestämmelserna i kapitlet om marknadsföring och förfaranden gälla marknadsföring av konsumtionsnyttigheter också när näringsidkarens avsikt är att konsumenten ska lämna personuppgifter. Regleringen baserar sig delvis på direktivet och är delvis nationell.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

I syfte att genomföra Omnibusdirektivet görs det vissa ändringar och kompletteringar i konsumentskyddslagen i fråga om uppgifter som ska lämnas vid marknadsföring samt näringsidkarens skyldighet att lämna uppgifter innan ett avtal om hem- eller distansförsäljning ingås. Konsumentskyddslagen föreslås även bli kompletterad med bestämmelser om näringsidkarens och konsumentens rättigheter och skyldigheter i fall där konsumenten frånträder ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster. I syfte att genomföra direktivet föreslås att det i konsumentskyddslagen även tas in bestämmelser om konsumentens rätt till prisavdrag och skadestånd i sådana fall där näringsidkaren brutit mot eller försummat vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen som gäller otillbörligt förfarande vid marknadsföring och i kundrelationer.

För att minska problemen i samband med hemförsäljning föreslås det i propositionen bland annat att optionen i Omnibusdirektivet utnyttjas, enligt vilken ångerrätten kan utvidgas till att gälla situationer där avtalet har ingåtts i samband med ett hembesök som näringsidkaren gjort utan konsumentens begäran. Enligt förslaget ska konsumenten i sådana fall ha ångerrätt även när avtalet gäller en vara som tillverkas i enlighet med konsumentens krav.

För att skärpa bestämmelserna om telefonförsäljning föreslås det i propositionen att ett skriftligt bekräftelseförfarande införs vid telefonförsäljning. Enligt förslaget ska näringsidkaren efter samtalet lämna sitt anbud till konsumenten i varaktig form. Om konsumenten efter telefonsamtalet inte i varaktig form godkänner näringsidkarens anbud, är avtalet inte bindande för konsumenten. En näringsidkare som försummar att iaktta bekräftelseförfarandet kan påföras en påföljdsavgift. Bestämmelserna om telefonförsäljning är nationella.

Det föreslås att bestämmelserna om påföljdsavgift i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna också kompletteras i syfte att genomföra bestämmelserna i Omnibusdirektivet. Påföljdsavgift kan under vissa förutsättningar påföras också om näringsidkaren fortsätter att använda ett otillbörligt förfarande eller ett oskäligt avtalsvillkor som har förbjudits av en domstol eller konsumentombudsmannen.

Lagarna avses träda i kraft den 28 maj 2022, då bestämmelserna om genomförandet av Omnibusdirektivet ska börja tillämpas. Bestämmelserna om ett skriftligt bekräftelseförfarande avses dock träda i kraft först den 1 december 2022.

Åtgärdsmotionerna

AM 5/2020 rd

I åtgärdsmotionen föreslås det att regeringen vidtar åtgärder för att ta in artikel 8.6 i EU:s konsumenträttighetsdirektiv 2011/83/EU i Finlands nationella konsumentlagstiftning. Distansavtal som ingås per telefon ska bli rättsligt bindande för konsumenten först när näringsidkaren har bekräftat erbjudandet till konsumenten och konsumenten undertecknar erbjudandet eller skickar sitt skriftliga eller elektroniskt undertecknade godkännande.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

AM 8/2022 rd

I åtgärdsmotionen föreslås det att regeringen vidtar behövliga lagstiftningsåtgärder för att det ska krävas skriftlig bekräftelse i samband med telefonförsäljning och för att det ska tas särskild hänsyn till utsatta personer.

UTSKOTTETS ÖVERVÄGANDEN

Propositionens utgångspunkter

Syftet med propositionen är att nationellt genomföra Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsument-skyddsregler (det s.k. Omnibusdirektivet). Genom propositionen genomförs dessutom skrivningen i regeringsprogrammet om att telefon- och hemförsäljning ska begränsas och regleras striktare för att skydda konsumenterna.

Sammantaget anser ekonomiutskottet att propositionen behövs och fyller sitt syfte. Utskottet tillstyrker lagförslagen i propositionen, men med följande kommentarer och ändringsförslag.

Genomförande av Omnibusdirektivet

I syfte att genomföra direktivet ska det göras vissa ändringar och kompletteringar i konsument-skyddslagen i fråga om uppgifter som ska lämnas vid marknadsföring samt näringsidkarens skyldighet att lämna uppgifter innan ett avtal om hem- eller distansförsäljning ingås. I konsument-skyddslagen ska det även tas in bestämmelser om konsumentens rätt till prisavdrag och skadestånd i sådana fall där näringsidkaren brutit mot eller försummat vissa bestämmelser i konsument-skyddslagen som gäller otillbörligt förfarande vid marknadsföring och i kundrelationer. Lagen föreslås även bli kompletterad med bestämmelser om näringsidkarens och konsumentens rättigheter och skyldigheter i fall där konsumenten frånträder ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster.

Konsumentskyddslagens 2 kap. 11 § om meddelanden om nedsatta priser föreslås bli ändrad. Den föreslagna bestämmelsen ska tillämpas endast på varor, medan den gällande paragrafen allmänt tillämpas på konsumtionsnyttigheter. Enligt förslaget ska det vid marknadsföring av en vara till rabatterat eller nedsatt pris även anges det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts under de 30 dagar som föregick prissänkningen. Bestämmelsen föreslås inte vara tillämplig på livsmedel som snabbt förfärs.

Utskottet konstaterar att bestämmelsen om meddelanden om nedsatta priser grundar sig på artikel 2.1 i Omnibusdirektivet och att det finns ett snävt handlingsutrymme för formulering av den nationella bestämmelsen.

I ett sakkunnigyttrande har det framförts kritik mot den planerade tidsplanen för ikraftträdandet av de bestämmelser som baserar sig på direktivet och mot att företagen på grund av det försenade nationella genomförandet har för kort tid på sig att anpassa sig till lagändringarna. Den nya lag-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

stiftningen förutsätter anpassningsåtgärder i företagen, och man kan förbereda sig på genomförandet av ändringarna endast i begränsad utsträckning. Nödvändiga anpassningsåtgärder är bland annat att utbilda personal som sköter produktprissättning och priskampanjer i de nya kraven samt att uppdatera kassasystem och andra datasystem.

Utskottet anser att kritiken mot tidsplanen för ikraftträdandet av bestämmelsen är motiverad. När bestämmelsen genomförs i enlighet med propositionen klarnar den slutliga lydelsen först i samband med att lagarna stadfästs och sannolikt ganska nära tidpunkten för lagens ikraftträdande.

Den snäva tidsplanen beror på att beredningen av det nationella genomförandet av Omnibusdirektivet har dragit ut på tiden. Tidsfristen enligt direktivet för att sätta i kraft den nationella lagstiftningen var den 28 november 2021 och bestämmelserna borde ha tillämpats från och med den 28 maj 2022. Direktivet har således inneburit en övergångsperiod på sex månader för näringsidkarna att anpassa sin verksamhet till de nya bestämmelserna.

Ekonomiutskottet anser att det inte kan anses godtagbart med tanke på förutsägbarheten att bestämmelserna träder i kraft snabbt utan någon övergångsperiod. Utskottet ser det som motiverat att näringsidkarna tillförsäkras en övergångsperiod på ett halvt år enligt direktivet trots att beredningen av det nationella genomförandet har fördröjts. Utskottet föreslår därför att de bestämmelser som bygger på direktivet träder i kraft den 1 januari 2023.

Hemförsäljning

För att minska problemen i samband med hemförsäljning föreslås det i propositionen att optionen i Omnibusdirektivet utnyttjas, enligt vilken ångerrätten kan utvidgas till att gälla situationer där avtalet har ingåtts i samband med ett hembesök som näringsidkaren gjort utan konsumentens begäran. Enligt förslaget ska konsumenten i sådana fall ha ångerrätt även när tjänsten har utförts i sin helhet eller när avtalet gäller en vara som tillverkas i enlighet med konsumentens krav.

Utskottet understöder en skärpning av bestämmelserna om hemförsäljning. Enligt erhållen utredning har problem i hemförsäljningen orsakats särskilt av renoveringsavtal, som ofta inte bara innehåller måttbeställda varor utan också till exempel installationstjänster. Det ekonomiska värdet av renoveringsavtal som erbjuds konsumenter kan vara betydande, och avtalen har ofta påtvingats äldre och andra utsatta konsumenter.

I 6 kap. 19 § i konsumentskyddslagen föreskrivs det att om andra tjänster än leverans av digitalt innehåll har börjat utföras innan ångerfristen har löpt ut, ska konsumenten om avtalet frånträds betala näringsidkaren en skälig ersättning för den prestation som för att fullgöra avtalet har utförts innan meddelandet om frånträde lämnades, förutsatt att näringsidkaren har fullgjort vissa lagstadgade skyldigheter att lämna förhandsinformation och att konsumenten uttryckligen har begärt att prestationen ska börja redan under ångerfristen. Med beaktande av näringsidkarens rätt att få ersättning för sina prestationer under nämnda förutsättningar, kan den föreslagna regleringen inte anses vara oskälig ur näringsidkarens synvinkel.

Ekonomiutskottet konstaterar att det av propositionen inte tillräckligt tydligt framgår hur den föreslagna 6 kap. 15 § i konsumentskyddslagen (utförande av tjänst före ångerfristens utgång) är av-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

sedd att tillämpas i de fall där konsumenten inte förlorar sin ångerrätt med stöd av det föreslagna 6 kap. 16 § 3 mom. på grund av att tjänsten har utförts helt och hållet. Också i dessa fall kan utförandet av tjänsten i enlighet med 6 kap. 15 § 1 mom. inledas före utgången av en eventuell ångerrfrist endast om konsumenten har gjort en uttrycklig begäran om detta. Till den del det i 6 kap. 15 § 1 mom. föreskrivs om godkännande av förlust av ångerrätten har konsumenten dock i enlighet med 6 kap. 16 § 3 mom. ångerrätt vid hemförsäljning, om avtalet har ingåtts i samband med näringsidkarens hembesök utan konsumentens begäran.

Telefonförsäljning

Allmänt

För att skärpa bestämmelserna om telefonförsäljning föreslås det i propositionen att ett skriftligt bekräftelseförfarande införs vid telefonförsäljning. Enligt förslaget ska näringsidkaren efter samtalet lämna sitt anbud till konsumenten skriftligen eller i någon annan varaktig form. Om konsumenten efter telefonsamtalet inte i varaktig form godkänner näringsidkarens anbud, är avtalet inte bindande för konsumenten. Avsikten med bekräftelseförfarandet är att göra det lättare för konsumenten att bättre sätta sig in i anbudet och att i lugn och ro överväga att ingå ett avtal.

Det föreslås att ett bekräftelseförfarande i regel ska införas vid telefonförsäljning av alla sådana nyttigheter på vilka bestämmelserna om distansförsäljning i 6 kap. i konsumentskyddslagen tillämpas. Förfarandet gäller också finansiella tjänster och finansiella instrument som omfattas av tillämpningsområdet för 6 a kap. i konsumentskyddslagen, med undantag för konsumentkrediter. Dessa omfattas av särskilda bestämmelser som baserar sig på EU-lagstiftningen.

De föreslagna bestämmelserna om telefonförsäljning baserar sig på den option som ingår i artikel 8.6 i konsumenträttighetsdirektivet (2011/83/EU), enligt vilken medlemsstaterna får föreskriva att en näringsidkare ska bekräfta erbjudandet till konsumenten, som är bunden först efter det att han eller hon undertecknat erbjudandet eller sänt sitt skriftliga samtycke. Medlemsstaterna får också föreskriva att sådana bekräftelser måste göras på ett varaktigt medium.

I propositionen presenteras Konkurrens- och konsumentverkets utredning 2/2020, enligt vilken över 80 procent av dem som besvarade enkäten inte ansåg att telefonförsäljning är ett trevligt eller nyttigt sätt att göra inköp. Nästan 75 procent ansåg att telefonförsäljning stör deras privatliv och att telefonförsäljarna utövar påtryckningar på dem att köpa varor eller tjänster. Konsumenternas syn på telefonförsäljning har blivit negativare jämfört med en tidigare utredning.

Under utskottets sakkunnigutfrågning framfördes motstridiga åsikter om behovet av att skärpa bestämmelserna om telefonförsäljning. Många remissinstanser understöder den föreslagna regleringen och en del av dem som förhåller sig positiva till förslaget anser också att regleringen av telefonförsäljning bör bli ännu striktare. Merparten av de remissinstanser som företräder näringslivet anser å sin sida att bekräftelseförfarandet inte bör införas eller att dess tillämpningsområde bör inskränkas.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Tillämpningsområde

De sakkunniga har föreslagit att bland annat försäkringar, investeringstjänster och tidningsprenumerationer inte ska omfattas av bekräftelseförfarandet.

Kommunikationstjänster och servicepaket. Bekräftelseförfarandet föreslås inte bli tillämpat på avtal om kommunikationstjänster som avses i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation (917/2014). I 106 b § i den lagen föreskrivs det om den information som ska ges innan avtal ingås och om sammanfattningen av avtalet, och bestämmelsen har ansetts trygga konsumenternas villkor i tillräcklig utsträckning. Utskottet konstaterar i detta sammanhang för tydlighetens skull att tillämpningsområdet för 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen inte heller omfattar situationer där det är fråga om ett i 108 a § i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation avsett servicepaket som tillhandahålls av ett teleföretag, dvs. när teleföretaget levererar internetaccessstjänster eller nummerbaserade interpersonella kommunikationstjänster till konsumenten som paket tillsammans med andra tjänster eller terminalutrustning. Också på paket av tjänster tillämpas bestämmelserna i 106 b § i lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation, när det gäller den information som ska lämnas innan avtal ingås och om sammanfattningen av avtalet.

Finansiella tjänster och finansiella instrument. Av propositionen framgår att man vid beredningen också har övervägt att undanta finansiella tjänster och finansiella instrument från tillämpningsområdet för bestämmelserna om telefonförsäljning. I fråga om telefonförsäljning av finansiella tjänster och instrument har det inte påträffats några särskilda problem, men det handlar om abstrakta och komplicerade produkter och avtalen om dem kan ha stor ekonomisk betydelse för konsumenten. Därför föreslås det att bekräftelseförfarandet införs också för telefonförsäljning av finansiella tjänster och finansiella instrument.

De föreslagna bestämmelserna om finansiella tjänster och finansiella instrument skiljer sig dock från det förslag som gäller telefonförsäljning av andra konsumtionsnyttigheter på så sätt att konsumenten inom en utsatt tid måste återropa att avtalet inte är bindande. Enligt den föreslagna bestämmelsen ska konsumenten inom ett år från det att avtalet ingicks meddela näringsidkaren att avtalet inte är bindande.

I sakkunnigyttrandena har det framförts att kravet på skriftlig bekräftelse i värsta fall kan inverka negativt på ett snabbt ikraftträdande av ett heltäckande försäkringsskydd. Konsumenten kan också felaktigt föreställa sig att försäkringsskyddet är i sin ordning efter telefonsamtalet.

Ekonomiutskottet konstaterar att syftet med bestämmelsen är att konsumenten ska ha rätt att återropa att avtalet inte är bindande, men att konsumenten om han eller hon så vill också kan låta bli att göra det. Däremot är en näringsidkare, såsom ett försäkringsbolag, bunden av avtalet även om de föreskrivna formkraven inte hade iakttagits vid ingåendet av avtalet. Påföljden för brott mot bestämmelserna riktar sig således mot näringsidkaren, dvs. den som i egenskap av proffs är skyldig att se till att lagstiftningen iakttas.

I den föreslagna bestämmelsen om telefonförsäljning av finansiella tjänster och instrument föreskrivs om formkrav för ingående av avtal. Bestämmelser om försäkringsavtalets ikraftträdande, dvs. när försäkringsgivarens ansvar börjar, finns å sin sida i lagen om försäkringsavtal (543/

Betänkande EkUB 16/2022 rd

1994), och till följd av det föreslagna bekräftelseförfarandet föreslås inga ändringar i denna reglering. I propositionens specialmotivering till bestämmelserna framförs hur försäkringsgivaren kan förfara på ett ändamålsenligt sätt i fråga om ansvarets början i de fall där försäkringsavtalet ingås som resultat av telefonförsäljning. Utskottet påpekar att försäkringsgivaren enskilt kan avtala med försäkringstagaren om att försäkringsgivarens ansvar inträder först när försäkringstagaren har sänt ett jakande svar på försäkringsgivarens anbud skriftligen eller i något annan varaktig form.

Utskottet betonar i detta sammanhang också att det föreslagna bekräftelseförfarandet tillämpas endast i de situationer där näringsidkaren är initiativtagare i ärendet. De föreslagna bestämmelserna tillämpas inte, om konsumenten på eget initiativ har kontaktat näringsidkaren eller om näringsidkaren har kontaktat konsumenten på dennes uttryckliga begäran.

Prenumerationer på tidningar. I konsekvensbedömningen konstateras det att införandet av ett bekräftelseförfarande kan inverka negativt på omsättningen för de företag vars varor eller tjänster marknadsförs till konsumenter per telefon. Det är dock svårt att göra tillförlitliga uppskattningar i euro. Inom tidningsbranschen, där telefonförsäljning är en viktig försäljningskanal, kan minskad försäljning enligt propositionen i värsta fall leda till att antalet tidningar och tidskrifter minskar och därigenom till att informationsförmedlingen blir mindre mångsidig. I de sakkunnigyttranden som utskottet fått betonas bland annat livskraftiga mediers betydelse för samhället.

Ett skriftligt bekräftelseförfarande infördes i Sverige hösten 2018. I de sakkunnigyttranden som utskottet fått framförs motstridiga åsikter om den skriftliga bekräftelsens konsekvenser för tidningsbranschen i Sverige. I vissa yttranden har det framförts att enligt uppgifter från svenska förlagsorganisationer har antalet prenumerationer på tidningar per telefon minskat med cirka 20 procent till följd av lagändringarna. I andra yttranden hänvisas det till undersökningen Mediebarometern 2020, som visar att antalet tidningsprenumeranter har minskat i Sverige redan i ett par decennier. Undersökningen stöder inte uppfattningen att kravet på skriftlig bekräftelse vid telefonförsäljning av tidningsprenumerationer skulle ha lett till en dramatisk minskning av antalet prenumerationer.

Utskottet anser att tidningsprenumerationer inte bör uteslutas från bekräftelseförfarandets tillämpningsområde, eftersom de är mycket vanliga nyttigheter som säljs per telefon och det i enlighet med propositionen har förekommit problem också med telefonförsäljningen av dem.

Mediebranschens omvärld har förändrats avsevärt under de senaste åren bland annat i och med den tekniska utvecklingen, den splittrade reklammarknaden och förändringarna i konsumentbeteendet. Utskottet anser det vara viktigt att verksamhetsförutsättningarna och konkurrenskraften för ansvarsfulla medier stärks i enlighet med regeringsprogrammet och att medborgarna har lika möjligheter att få tillförlitlig information och utbilda sig själva.

Ekonomiutskottet uttrycker sin oro över propositionens konsekvenser för de kulturella rättigheterna och färdigheterna att hantera hybridpåverkan. Den föreslagna regleringen kan eventuellt inverka negativt på hur mycket man läser tidningar och tidskrifter. Ekonomiutskottet förutsätter därför att lagstiftningens konsekvenser bevakas noggrant och att tidskrifter och tidningar får sina

Betänkande EkUB 16/2022 rd

villkor säkerställda på andra sätt som motvikt till propositionen. Särskild uppmärksamhet bör ägnas lokala och regionala tidningars verksamhetsförutsättningar.

I ett sakkunnigyttrande har det lagts fram ett alternativ enligt vilket bekräftelse i fråga om tidningsprenumerationer också kan göras genom att betala den faktura som hänför sig till begäran om bekräftelse. Till denna del konstaterar utskottet att den föreslagna regleringen inte skyddar framför allt äldre och andra utsatta konsumenter lika effektivt som den lösning som föreslås i propositionen, eftersom konsumenten lätt kan få en felaktig uppfattning om följderna av att fakturan inte betalas.

Anbudsbekräftelse genom textmeddelande

I motiven till bestämmelsen står det att om anbudsbekräftelsen sänds med textmeddelande kan detta uppfylla kravet på att uppgifterna ska lämnas i varaktig form. Enligt motiven ska anbudet dock i sin helhet få rum i textmeddelandet, och det räcker inte med exempelvis en länk till näringsidkarens webbplats. Detta baserar sig på att med lämnande av information i varaktig form avses i enlighet med definitionerna i 6 kap. 8 § 2 punkten och 6 a kap. 11 § i konsumentskyddslagen lämnande av information personligen, skriftligt eller elektroniskt, så att mottagaren kan bevara och återge informationen i oförändrad form. Att lämna anbud genom en länk i ett sms uppfyller inte definitionen av varaktig form, eftersom webbplatsens innehåll när som helst kan ändras.

Ekonomiutskottet påpekar att informationen i ett anbud från en näringsidkare enligt 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen sannolikt delvis är samma information som den information enligt 6 kap. 9 § som ska ges konsumenten innan avtalet ingås. Anbudet innehåller troligtvis åtminstone information om den konsumtionsnyttighet som erbjuds, dess totala pris och eventuella bikostnader, betalnings- och leveransvillkor samt avtalets giltighetstid, så att konsumenten utifrån informationen får en klar uppfattning av innehållet i anbudet.

Utskottet understryker att den föreslagna paragrafen inte medför någon skyldighet att i samband med bekräftelsen av anbudet lämna alla förhandsuppgifter enligt 6 kap. 9 §. Även om textmeddelandet ska innehålla hela det egentliga anbud som lämnats vid telefonsamtalet, innehåller lagen inga detaljerade bestämmelser om vad anbudet ska innehålla. Anbudet ska naturligtvis återspegla det som har sagts per telefon och även i övrigt vara sådant att konsumenten utifrån det förstår vad hen är bunden av när hen godkänner anbudet.

Ekonomiutskottet konstaterar att en av Konkurs- och konsumentverkets uppgifter är att informera näringsidkare och konsumenter om innehållet i och tillämpningspraxis för den lagstiftning som hör till verkets och konsumentombudsmannens ansvarsområde. Inom ramen för denna uppgift bereder konsumentombudsmannen enligt uppgift till ekonomiutskottet riktlinjer för rabatterad försäljning i anslutning till bestämmelserna i Omnibusdirektivet. Utskottet anser det vara viktigt att konsumenterna och företagen får heltäckande information och anvisningar också om den nya regleringen av telefonförsäljning.

Utskottet välkomnar att textmeddelande endast är ett sätt att lämna och godkänna anbud och att bestämmelserna om bekräftelseförfarandet inte är bundna till användningen av viss teknik. Utskottet betonar också att den föreslagna bestämmelsen inte hindrar att näringsidkaren lämnar ett

Betänkande EkUB 16/2022 rd

anbud i någon annan varaktig form än genom ett textmeddelande och att konsumenten godkänner näringsidkarens anbud om hen så önskar genom ett textmeddelande.

Aspekter som talar för bestämmelser om bekräftelseförfarandet

Utskottet anser det vara viktigt att konsumentskyddsregleringen är så enkel och tydlig som möjligt utan nyttighetsspecifika undantag, förutsatt att det inte finns vägande skäl för sådana. Ur konsumenternas synvinkel är det motiverat att de vid telefonförsäljning får ett gott skydd oberoende av vilken vara eller tjänst som säljs till dem.

Enligt ett sakkunnigyttrande till utskottet upplever många konsumenter att det är svårt att jämföra tjänster som säljs per telefon. Enligt en konsumentenkät har konsumenterna upplevt att totalpriset på tjänsten har blivit oklart och att det har varit svårt att bedöma tjänstens pris i förhållande till produktens kvalitet eller kundservicen. Bekräftelseförfarandet hjälper konsumenterna att identifiera tjänstens centrala egenskaper och bedöma om de motsvarar deras behov. Användningen av ett skriftligt förfarande kan bedömas öka jämförelserna och på så sätt stärka konkurrensen på marknaden.

Genom det föreslagna bekräftelseförfarandet vill man säkerställa att konsumenten i lugn och ro kan sätta sig in i innehållet i anbudet och överväga att ingå avtal samt ta reda på att det som försäljaren uppgett stämmer. Den föreslagna regleringen bidrar också till att förbättra rättsskyddet för personer i utsatt ställning, till exempel de som har intressebevakare. Ur de allmänna intressebevakarnas synvinkel är det enligt utredning problematiskt i det nuvarande rättsläget att intressebevakaren ofta får vetskap om en produkt som sålts till huvudmannen genom distansförsäljning först då en faktura sänds till intressebevakaren eller när fordran har lämnats över till en indrivningsbyrå.

Ett av de viktigaste syftena med bekräftelseförfarandet har varit att göra det lättare för konsumenterna att bättre sätta sig in i ett anbud som lämnats per telefon. Dessutom har målet varit att förebygga olägenheter som orsakas av vilseledande samtal. Utskottet håller med regeringen om att införandet av ett skriftligt bekräftelseförfarande kan anses ha ett godtagbart syfte att skydda konsumenterna och att den föreslagna regleringen kan anses godtagbar och proportionell, även om regleringen också har bedömts ha konsekvenser för utövande av näringsverksamhet.

Utskottet betonar i detta sammanhang att den föreslagna regleringen gäller förfarandena vid telefonförsäljning. Den föreslagna bestämmelsen hindrar eller begränsar inte telefonförsäljning eller möjligheterna att utföra telefonförsäljningsarbete i samma omfattning som för närvarande. Däremot innebär genomförandet av den så kallade opt in-modellen, som var ett alternativ i beredningsfasen, att marknadsföringsåtgärder får riktas endast till de konsumenter som på förhand gett tillstånd till detta. En sådan modell skulle kunna få mycket betydande konsekvenser för lönsamheten för telefonförsäljningen och därmed också för sysselsättningen.

Utskottet föreslår att ordalydelsen i 6 kap. 12 a § och 6 a kap. 11 b § preciseras lite på det sätt som framgår av detaljmotiveringen.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Välgörenhet

De sakkunniga har lyft fram att frivilligorganisationerna och välgörenhetsorganisationerna är osäkra på vilken ställning välgörenhetsverksamheten har i relation till lagförslaget. Här vill utskottet lyfta fram den grundläggande princip som framgår av 1 kap. 1 § i konsumentskyddslagen, nämligen att lagen gäller utbud, försäljning och annan marknadsföring av konsumtionsnyttigheter från näringsidkare till konsumenter. Med konsumtionsnyttigheter avses enligt 1 kap. 3 § i lagen sådana varor och tjänster samt andra nyttigheter och förmåner som utbjuds till fysiska personer eller som fysiska personer i väsentlig omfattning skaffar för sitt privata hushåll. Om privatpersoner till exempel ges möjlighet att donera pengar till en viss välgörenhet per telefon, tillämpas naturligtvis inte det föreslagna bekräftelseförfarandet på sådan verksamhet.

Konsumentskyddslagen tillämpas på förhållandet mellan en näringsidkare och en konsument. Med näringsidkare avses i 1 kap. 5 § en fysisk person eller en privat eller offentlig juridisk person som i syfte att få inkomst eller annan ekonomisk nytta yrkesmässigt håller till salu, säljer eller i övrigt bjuder ut konsumtionsnyttigheter för anskaffning mot vederlag. Allmännyttiga föreningar och stiftelser faller i allmänhet utanför begreppet näringsidkare, vilket innebär att olika slags välgörenhets- och organisationsverksamhet i regel faller utanför konsumentskyddslagens tillämpningsområde. Vid bedömningen är det väsentligt om verksamheten uppfyller definitionen på näringsidkare i 1 kap. 5 §. I sista hand ska varje aktör utreda och för egen del veta om det är fråga om verksamhet enligt definitionen av näringsidkare, varvid också andra bestämmelser i konsumentskyddslagen än det nu föreslagna bekräftelseförfarandet tillämpas på aktören.

Propositionens konsekvenser och uppföljning

Införandet av ett skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning medför oundvikligen en administrativ börda och kostnader för näringsidkarna. Konsekvenserna kommer att beröra inte bara verksamheten i de företag vars varor eller tjänster marknadsförs till konsumenterna per telefon utan också för verksamheten i de företag som bedriver telefonmarknadsföring för dessa företags räkning.

I propositionen hänvisar regeringen till Konkurrens- och konsumentverkets utredning (3/2020), enligt vilken det är svårt att uppskatta antalet personer som arbetar med uppgifter inom försäljning och marknadsföring per telefon. Omsättningen bland telefonförsäljarna är stor och en del av anställningsförhållandena kan vara mycket kortvariga. Telefonmarknadsföring sysselsätter personer både i huvudsyssla och i bisyssla, och titlarna på de personer som arbetar med telefonförsäljning varierar (RP, s. 48).

Enligt Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto sysselsätter telefonförsäljning cirka 11 000–12 000 personer på heltid och cirka 40 000 personer på heltid och deltid på årsnivå. Enligt en uppskattning av Suomen Asiakkuusmarkkinointiliittos medlemsföretag skulle införandet av ett skriftligt bekräftelseförfarande påverka företagets försäljning negativt, med uppskattningsvis 20–25 procent. Enligt en medlemsenkät skulle detta i sin tur inverka negativt på företagets lönsamhet och leda till ett behov av att minska verksamheten och ett omfattande behov av personalminskningar. Behovet av nedläggningar och personalminskningar skulle gälla såväl glesbygdsområden som de större städerna. Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto bedömer att bestämmelserna om en til-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

läggsbekräftelse leder till att cirka 2 000–3 500 arbetsplatser försvinner utanför Trängselfinland (RP, s. 49).

Propositionen lyfter fram bedömningar av reformens kostnadseffekter och andra konsekvenser enligt ASML, ett stort företag inom mediebranschen, Medieförbundet och ett stort försäkringsbolag. Å andra sidan uppges det i propositionen att uppgifterna från tidnings- och försäkringsbranschen om kostnaderna för införandet av bekräftelseförfarandet är anmärkningsvärt höga jämfört med de uppskattade faktiska investeringskostnaderna i Sverige.

Utskottet instämmer i att det kan antas att införandet av bekräftelseförfarandet inverkar negativt på omsättningen i de företag som marknadsför sina varor eller tjänster till konsumenterna per telefon, men även till denna del är det svårt att göra tillförlitliga uppskattningar i euro. Det finns inte heller på förhand några säkra uppgifter om hur verksamheten i företag som bedriver telefonmarknadsföring för andra företags räkning, det vill säga så kallade contact center, påverkas. De ökande kostnaderna kan leda till att dessa företags verksamhet minskar och därigenom till negativa sysselsättningseffekter. Å andra sidan är det också möjligt att contact centren kan debitera beställarföretagen för de ökade kostnader som det skriftliga bekräftelseförfarandet medför. I sista hand kan införandet av ett skriftligt bekräftelseförfarande minska också urvalet av varor och tjänster som säljs per telefon och därigenom konkurrensen på marknaden, vilket i sin tur kan leda till att priserna stiger. Inom tidningsbranschen, där telefonförsäljning är en viktig försäljningskanal, kan en minskad försäljning i värsta fall leda till att antalet tidningar och tidskrifter minskar, vilket kan försvaga mångsidigheten i informationsförmedlingen (RP, s. 51).

Ekonomiutskottet ställer sig bakom skrivningen i propositionen om att det ska följas upp vilka konsekvenser bekräftelseförfarandet har särskilt för tidningsbranschen och att man två år efter att bestämmelserna trätt i kraft bedömer hur det skriftliga bekräftelseförfarandet har påverkat försäljningen av tidningar och mångfalden i tidningsutbudet. Utifrån de uppföljningsuppgifter som fås är det möjligt att bedöma hur den nu föreslagna konsumentskyddslagstiftningen fungerar och om det finns ändringsbehov.

Ett myndighetsförbudsregister

Några remissinstanser har föreslagit att det inrättas ett myndighetsdrivet register över förbud mot marknadsföring per telefon. Ekonomiutskottet håller med regeringen om att man innan detta alternativ utreds närmare bör försöka minska problemen med telefonförsäljning med andra metoder. Hit hör också kommissionens förslag till E-privacy-förordning om revidering av direktiv 2002/58/EG om integritet och elektronisk kommunikation. Det finns ännu inga närmare uppgifter om tidsplanen för ikraftträdandet. Det är enligt utskottet inte ändamålsenligt att börja bereda ett förbudsregister innan man får information om hur bestämmelserna om bekräftelseförfarandet fungerar och vilken lösning man kommer fram till vid behandlingen av förslaget till E-privacy-förordning i fråga om olika regleringsalternativ.

Lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

I sitt utlåtande (LaUU 8/2022 rd) går lagutskottet in på de omständigheter som ska beaktas vid påförande av påföljdsavgift, bestämmande av påföljdsavgiftens storlek och aspekter på förbudet

Betänkande EkUB 16/2022 rd

mot dubbel straffbarhet. Ekonomiutskottet konstaterar att det på basis av lagutskottets utlåtande inte framkommit några omständigheter som skulle kräva ändringar i de föreslagna paragraferna.

Åtgärdsmotionerna

Åtgärdsmotion AM 5/2020 rd gäller ändring av konsumentskyddslagens bestämmelse om telefonförsäljning så att distansavtal som ingås per telefon blir förpliktande för konsumenten först när näringsidkaren har bekräftat anbudet för konsumenten och konsumenten har godkänt anbudet skriftligen eller elektroniskt. Propositionen beaktar den aspekt som framförs i initiativet. Ekonomiutskottet föreslår därför att åtgärdsmotionen förkastas. I åtgärdsmotion AM 8/2022 rd föreslås det att det ska krävas skriftlig bekräftelse i samband med telefonförsäljning och att det ska tas särskild hänsyn till utsatta personer. Propositionen beaktar den aspekt som framförs i initiativet. Ekonomiutskottet föreslår därför att åtgärdsmotionen förkastas.

DETALJMOTIVERING

1. Lagen om ändring av konsumentskyddslagen

6 kap. 12 a §. Ingående av avtal vid försäljning per telefon. Utskottet föreslår att 1 och 2 mom. i den finska versionen ändras så att uttrycket "sopimus ei sido kuluttajaa" ersätts med formuleringen "kuluttaja ei tule sidotuksi sopimukseen". Ändringen påverkar inte den svenska texten.

6 kap. 25 §. Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet. Till följd av den ändring som föreslås i lagens ikraftträdande föreslår utskottet att det till de paragrafer som räknas upp i bestämmelsen fogas en ny 12 a §. Samtidigt ska lagförslag 2 i propositionen förkastas.

6 a kap. 11 b §. Ingående av avtal vid försäljning per telefon. Utskottet föreslår att 1 och 3 mom. i den finska versionen ändras så att uttrycket "sopimus ei sido kuluttajaa" ersätts med formuleringen "kuluttaja ei tule sidotuksi sopimukseen". Ändringen påverkar inte den svenska texten.

Ikraftträdandebestämmelsen. Utskottet föreslår att **lagen träder i kraft i sin helhet den 1 januari 2023**, för att aktörerna ska garanteras en övergångstid för att förbereda sig inför ändringarna.

2. Lagen om ändring av 6 kap. 25 § i en lag om ändring av konsumentskyddslagen

Utskottet föreslår att lagförslaget förkastas. Eftersom både de bestämmelser som grundar sig på Omnibusdirektivet och bestämmelserna om telefonförsäljning föreslås träda i kraft den 1 januari 2023, är lagförslaget onödigt.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

3. Lagen om ändring av lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

Ingressen. Utskottet föreslår att lagens ingress kompletteras så att den motsvarar de ändringar som föreslås i paragraferna.

13§. Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen. Till följd av den ändring som föreslås i lagens ikraftträdande föreslår utskottet att det till de paragrafer som räknas upp i bestämmelsen fogas en ny 12 a § i 6 kap. Samtidigt ska lagförslag 4 i propositionen förkastas.

Ikraftträdandebestämmelsen. Utskottet föreslår att **lagen träder i kraft i sin helhet den 1 januari 2023.**

4. Lagen om ändring av 13 § i en lag om ändring av lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

Utskottet föreslår att lagförslaget förkastas. Eftersom både de bestämmelser som grundar sig på Omnibusdirektivet och bestämmelserna om telefonförsäljning föreslås träda i kraft den 1 januari 2023, är lagförslaget onödigt.

5. Lagen om ändring av elmarknadslagen

Ikraftträdandebestämmelsen. Utskottet föreslår att **lagen träder i kraft den 1 januari 2023.**

6. Lag om ändring av naturgasmarknadslagen

Ikraftträdandebestämmelsen. Utskottet föreslår att **lagen träder i kraft den 1 januari 2023..**

7. Lagen om ändring av ikraftträdandebestämmelsen i en lag om ändring av konsumentskyddslagen

En lag om ändring av konsumentskyddslagen (1242/2021) trädde i kraft den 1 januari 2022, och genom bestämmelserna i 5 a kap. i den genomfördes direktivet om digitalt innehåll och digitala tjänster (EU) 2019/770. Ett korrekt genomförande av direktivet om digitalt innehåll och digitala tjänster förutsätter att den nationella ikraftträdandebestämmelsen ändras så snart som möjligt.

Det nya 3 mom. som fogas till ikraftträdandebestämmelsen är i propositionen kopplat till det datum då de lagar som ingår i propositionen avses träda i kraft (den 28 maj 2022). Datumet bör strykas och ersättas med en bestämmelse som kopplar tillämpningen till ikraftträdandet av den nu aktuella lagen.

FÖRSLAG TILL BESLUT

Ekonomiutskottets förslag till beslut:

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Riksdagen godkänner lagförslag 1, 3 och 5—7 i proposition RP 14/2022 rd med ändringar. (Utskottets ändringsförslag)

Riksdagen förkastar lagförslag 2 och 4 i proposition RP 14/2022 rd.

Riksdagen förkastar åtgärdsmotionerna AM 5/2020 rd och AM 8/2022 rd.

Riksdagen godkänner ett uttalande. (Utskottets förslag till uttalande)

Utskottets ändringsförslag

1.

Lag

om ändring av om ändring av konsumentskyddslagen

I enlighet med riksdagens beslut

ändras i konsumentskyddslagen (38/1978) 2 kap. 6 § 2 mom. 9 punkten, 8 § 5 punkten, 8 a § 1 mom. 6 och 8 punkten, 8 a § 2 mom. 5 och 8 punkten, 11 och 19 a §, rubriken för 6 kap. 4 § samt 6 kap. 4 § 1 mom., 8 § 3 punkten, 9 § 1 mom. 4, 6, 14 och 20 punkten, 13 § 3 mom., 13 a och 15 §, 16 § 1 mom. 1 och 11 punkten, 24 § 2 mom. 1 punkten och 25 § 2 mom. samt 6 a kap. 19 §,

sådana de lyder, 2 kap. 6 § 2 mom. 9 punkten och 11 § i lag 561/2008, 2 kap. 8 § 5 punkten, 8 a § 1 mom. 6 och 8 punkten, 8 a § 2 mom. 5 och 8 punkten, rubriken för 6 kap. 4 § samt 6 kap. 8 § 3 punkten, 9 § 1 mom., 4, 6, 14 och 20 punkten, 13 § 3 mom., 15 §, 16 § 1 mom. 1 och 11 punkten samt 24 § 2 mom. 1 punkten i lag 1211/2013, 2 kap. 19 a §, 6 kap. 13 a § och 25 § 2 mom. samt 6 a kap. 19 § i lag 572/2020 samt 6 kap. 4 § 1 mom. i lag 902/2017, samt

fogas till 1 kap. 2 § ett nytt 2 mom., till 2 kap. 6 § 2 mom., sådant det lyder i lag 561/2008, en ny 10 punkt, till 2 kap. 8 §, sådan den lyder i lag 1211/2013, ett nytt 2 mom., till 2 kap. nya 8 d, 8 e och 15 a §, till 6 kap. 4 §, sådan den lyder i lagarna 1211/2013 och 902/2017 ett nytt 3 mom., till 6 kap. 8 §, sådan den lyder i lag 1211/2013, nya 4—6 punkter, till 6 kap. nya 9 a och 12 a §, till 16 § 1 mom., sådant det lyder i lag 1211/2013, en ny 12 punkt och till 6 kap. 16 §, sådan den lyder i lagarna 1211/2013 och 572/2020 ett nytt 3 mom., till 6 kap. en ny 17 a § och till 6 kap. 24 §, sådan den lyder i lag 1211/2013, ett nytt 3 mom., till 6 a kap. 2 §, sådan den lyder i lag 29/2005, ett nytt 3 mom. och till 6 a kap. en ny 11 b § som följer:

Betänkande EkUB 16/2022 rd

1 kap.

Allmänna stadganden

2 §

Bestämmelserna i 3, 4, 5 a och 6 kap. tillämpas även på sådana avtal om konsumtionsnyttigheter med stöd av vilka en konsument lämnar eller förbinder sig att lämna personuppgifter till en näringsidkare, utom i de fall där näringsidkaren behandlar de av konsumenten lämnade personuppgifterna enbart för att leverera konsumtionsnyttigheter eller för att uppfylla de lagstadgade krav som gäller näringsidkaren själv. Bestämmelserna i 2 kap. tillämpas på utbud, försäljning och annan marknadsföring av konsumtionsnyttigheter även när det är näringsidkarens avsikt att konsumenten lämnar eller förbinder sig att lämna personuppgifter och näringsidkaren inte behandlar personuppgifterna enbart i de syften som avses ovan i detta moment. Bestämmelser om tillämpningen av 5 a kap. på avtal som gäller digitalt innehåll och digitala tjänster, med stöd av vilka konsumenten lämnar eller förbinder sig att lämna personuppgifter till näringsidkaren finns i det kapitlet.

2 kap.

Marknadsföring samt förfaranden i kundrelationer

6 §

Förbud mot osann eller vilseledande information

Osann eller vilseledande information kan gälla särskilt

- 9) konsumentens rättigheter, skyldigheter och risker,
- 10) marknadsföring av en vara såsom identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, trots att varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt, om inte detta är motiverat av berättigade skäl.

8 §

Informationsskyldigheten vid saluföring av specificerade konsumtionsnyttigheter

Vid saluföring av specificerade konsumtionsnyttigheter till ett bestämt pris ska följande framgå av marknadsföringen:

- 5) praxis för betalning, leverans och fullgörande av avtal, om praxis avviker från det som konsumenterna i allmänhet har anledning att förvänta sig,

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Vid saluföring av specificerade konsumtionsnyttigheter till ett bestämt pris på en internetbaserad marknadsplats ska det av marknadsföringen dessutom framgå huruvida den tredje part som saluför produkterna enligt egen utsago är näringsidkare eller någon annan aktör.

8 a §

Information innan ett avtal ingås

Utöver vad som föreskrivs om informationsskyldighet någon annanstans i lag, ska näringsidkaren i fråga om annan försäljning av konsumtionsnyttigheter än hem- och distansförsäljning innan ett avtal om konsumtionsnyttigheter ingås ge konsumenten följande information på ett klart och begripligt sätt, om den inte annars framgår av sammanhanget:

6) ett omnämnande av att det finns ett lagstadgat ansvar för fel i fråga om varorna samt det digitala innehållet och de digitala tjänsterna samt vid behov ett omnämnande av tillgången till och villkoren för produktservice efter köpet och garanti,

8) vid behov uppgift om funktionaliteten hos varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för dem, samt kompatibiliteten och driftskompatibiliteten för en sådan nyttighet enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till.

Vad som föreskrivs i denna paragraf tillämpas inte på

5) sådana avtal om överlåtelse av bostadsrätt som avses i lagen om bostadsrättsbostäder (393/2021),

8) sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster (901/2017),

8 d §

Skyldighet att tillhandahålla information om huvudparametrarna för sökresultat

Om konsumenterna ges möjlighet att söka efter konsumtionsnyttigheter som erbjuds av olika näringsidkare eller av privatpersoner på grundval av en sökning i form av ett nyckelord, en fras eller annan indata, ska konsumenten tillhandahållas information om de huvudparametrar som bestämmer rankningen av de produkter som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och information om dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar. Denna information ska vara direkt tillgänglig på den sida där sökresultaten presenteras och i ett lättillgängligt avsnitt av onlinegränssnittet.

Denna paragraf tillämpas inte på sådana leverantörer av sökmotorer som avses i artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

8 e §

Skyldighet att tillhandahålla information om konsumentrecensioner

Om en näringsidkare tillhandahåller konsumentrecensioner av konsumtionsnyttigheter för konsumenter ska konsumenterna ges information om huruvida näringsidkaren har säkerställt att de publicerade recensionerna härrör från konsumenter som faktiskt använt eller köpt konsumtionsnyttigheten och eventuell information om hur näringsidkaren har säkerställt detta.

11 §

Meddelanden om nedsatta priser på varor

Vid marknadsföring av en vara till rabatterat pris eller nedsatt pris ska marknadsföringen även innehålla information om det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts under de 30 dagar som föregick prissänkningen. Om en prissänkning gradvis ökar under en marknadsföringskampanj som pågått i högst 60 dagar, kan som lägsta pris anges det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts under de 30 dagar som föregick den första prissänkningen.

Vad som föreskrivs i 1 mom. tillämpas inte på livsmedel som snabbt förfärs.

15 a §

Påföljderna vid brott mot bestämmelserna om marknadsföring och förfaranden i kundrelationer

Om en näringsidkare har tillämpat sådana otillbörliga förfaranden som avses i bestämmelserna i detta kapitel eller ett sådant vilseledande eller aggressivt förfarande som avses i de bestämmelser som utfärdats med stöd av 15 § 3 punkten och detta förfarande kan antas ha påverkat konsumentens köpbeslut har konsumenten rätt att kräva ett sådant prisavdrag som är skäligt med hänsyn till näringsidkarens förfarande.

En näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot eller försummar det förbud mot otillbörligt förfarande som avses i 1 § eller bestämmelserna i 4—8, 8 d, 8 e eller 9 § är skyldig att ersätta konsumenten den skada som detta orsakat. Likaså är näringsidkaren skyldig att ersätta skada som orsakats av att näringsidkaren uppsåtligen eller av oaktsamhet tillämpat ett sådant vilseledande eller aggressivt förfarande som avses i de bestämmelser som utfärdats med stöd av 15 § 3 punkten.

19 a §

Påföljdsavgift för brott mot bestämmelserna om marknadsföring och förfaranden i kundrelationer

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot bestämmelserna i 1, 4—8, 8 a, 8 d, 8 e, 9 och 10 §, 10 a § 1 mom., 11 och 12 § samt 14 § 1 mom. och mot de bestämmelser som utfärdats med stöd av 15 § finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna (566/2020).

Betänkande EkUB 16/2022 rd

6 kap.

Hemförsäljning och distansförsäljning

4 §

Tillämpning av bestämmelserna på vissa tjänster

På avtal som gäller passagerartransporttjänster och på sådana paketresor som avses i lagen om kombinerade resetjänster tillämpas endast 12 § 2 och 3 mom. samt 12 a och 25 §.

Om det är fråga om ett avtal som gäller kommunikationstjänster enligt lagen om tjänster inom elektronisk kommunikation, ska 12 a § inte tillämpas.

8 §

Övriga definitioner

I detta kapitel avses med

3) *elektronisk leverans av digitalt innehåll* leverans genom nedladdning, direktuppspelning eller på något annat motsvarande sätt av information som producerats och levererats i digital form,

4) *internetbaserad marknadsplats* en tjänst som erbjuder konsumenten möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare än den som tillhandahåller marknadsplatsen eller med privatpersoner och som utnyttjar den webbplats, applikation eller annat program eller en del av det som används av den som tillhandahåller marknadsplatsen eller på dennes vägnar,

5) *tillhandahållare av en internetbaserad marknadsplats* en näringsidkare som tillhandahåller en internetbaserad marknadsplats för konsumenter,

6) *rankning* den relativa position som näringsidkaren tilldelar konsumtionsnyttigheterna när näringsidkaren presenterar eller organiserar dem eller när näringsidkaren tillhandahåller information om dem åt konsumenten.

9 §

Information som ska lämnas innan ett avtal ingås

Innan ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal ingås ska konsumenten ges följande information:

4) näringsidkarens telefonnummer och e-postadress samt vid behov information om ett sådant elektroniskt kommunikationsmedel med vilket konsumenten snabbt och effektivt kan kontakta näringsidkaren och som gör det möjligt för konsumenten att bevara och återge utbytet av meddelanden med näringsidkaren i oförändrad form,

6) konsumtionsnyttighetens totalpris inklusive skatter eller, om nyttigheten är av sådan art att exakt pris rimligen inte kan beräknas i förväg, grunderna för prissättningen samt vid behov infor-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

mation om att det pris som anges har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande,

14) ett omnämnande av att det finns ett lagstadgat ansvar för fel i varan samt i det digitala innehållet och de digitala tjänsterna,

20) vid behov uppgift om funktionaliteten hos varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för dem samt kompatibiliteten och driftskompatibiliteten för en sådan konsumtionsnyttighet enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till,

9 a §

Informationsskyldighet för tillhandahållaren av en internetbaserad marknadsplats

Om ett avtal sluts på en internetbaserad marknadsplats ska tillhandahållaren av marknadsplatsen innan avtalet ingås klart och tydligt och på ett sätt som är lämpligt för medlet för distanskommunikation ge konsumenten följande information:

- 1) den information som avses i 2 kap. 8 d § 1 mom.,
- 2) information om huruvida den tredje part som erbjuder konsumtionsnyttigheterna enligt egen utsago är näringsidkare eller någon annan aktör, och om den tredje parten inte är näringsidkare, information om att de rättigheter som grundar sig på konsumentskyddslagstiftningen inte tillämpas,
- 3) vid behov information om hur skyldigheterna enligt avtalet fördelas mellan den tredje part som erbjuder konsumtionsnyttigheten och tillhandahållaren av den internetbaserade marknadsplatsen.

12 a §

Ingående av avtal vid försäljning per telefon

Om en näringsidkare erbjuder konsumenten en konsumtionsnyttighet per telefon och konsumenten då meddelar att han eller hon önskar ingå ett avtal med näringsidkaren, ska näringsidkaren efter telefonsamtalet lämna sitt anbud skriftligen eller i någon annan varaktig form till konsumenten. Om konsumenten efter telefonsamtalet inte i varaktig form har godkänt ett anbud som näringsidkaren har lämnat i varaktig form, är konsumenten inte bunden av avtalet och av konsumenten får då inte krävas betalning, återställande eller förvaring av en nyttighet eller någon annan åtgärd.

Konsumenten ska i samband med att ett anbud enligt 1 mom. lämnas bli underrättad om att om konsumenten inte godkänner anbudet i fråga i varaktig form, är avtalet inte bindande för konsumenten och konsumenten är inte skyldig att betala nyttigheten eller återställa eller förvara den. Näringsidkaren har bevisbördan för att erbjudandet har lämnats till konsumenten på det sätt som förutsätts i 1 mom. och att konsumenten har fått den information som avses i detta moment.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Denna paragraf tillämpas inte, om konsumenten på eget initiativ har kontaktat näringsidkaren eller om näringsidkaren har kontaktat konsumenten på dennes uttryckliga begäran.

13 §

Bekräftelse av information

Om elektronisk leverans av digitalt innehåll påbörjas innan ångerfristen har löpt ut, ska bekräftelsen innehålla också konsumentens i 15 § 2 mom. avsedda förhandssamtycke och godkännande av att ångerrätten går förlorad.

13 a §

Bevisbördan för fullgörande av skyldigheten att lämna uppgifter

Bevisbördan för att näringsidkaren har fullgjort sina skyldigheter enligt 9, 9 a, 10—12 och 13 § ligger på näringsidkaren.

15 §

Utförande av tjänst före ångerfristens utgång

Om ett avtal innebär en betalningsskyldighet för konsumenten kan andra tjänster än leverans av digitalt innehåll börja utföras innan en eventuell ångerfrist har löpt ut, förutsatt att konsumenten har gjort en uttrycklig begäran om detta och godkänt att han eller hon inte längre har ångerrätt efter det att näringsidkaren har fullgjort avtalet i sin helhet. Vid hemförsäljning ska begäran göras i varaktig form.

Om ett avtal innebär en betalningsskyldighet för konsumenten får elektronisk leverans av digitalt innehåll påbörjas innan en eventuell ångerfrist har löpt ut, om konsumenten har gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att fullgörandet av avtalet inleds under ångerrättens giltighetstid, och godkänt att han eller hon sålunda förlorar sin ångerrätt. Näringsidkaren ska bekräfta konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och godkännande på det sätt som avses i 13 §.

16 §

Begränsning av ångerrätten

Avtalas inte något annat, har konsumenten inte den ångerrätt som anges i 14 §, om

1) tjänsten har utförts i sin helhet och, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, fullgörandet av avtalet har inletts efter att konsumenten gjort en sådan begäran som avses i 15 § 1 mom. och godkänt att han eller hon förlorar sin ångerrätt när näringsidkaren har fullgjort avtalet i sin helhet,

11) avtalet gäller tillhandahållande av logi för andra ändamål än permanent boende eller tillhandahållande av varutransport, tjänster som avser biluthyrning, serveringsverksamhet eller fri-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

tidsverksamhet och det anges i avtalet att tjänsterna ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod,

12) elektronisk leverans av digitalt innehåll har påbörjats, avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten och

a) konsumenten har gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att fullgörandet av avtalet inleds under ångerfristen,

b) konsumenten har gett sitt godkännande till att ångerrätten saknas i ett sådant fall, och

c) näringsidkaren har gett konsumenten den bekräftelse som avses i 13 §.

Trots vad som föreskrivs i 1 mom. 1 och 3 punkten har konsumenten i 14 § avsedd ångerrätt vid hemförsäljning om avtalet slutits i samband med ett hembesök som inte gjorts på konsumentens begäran.

17 a §

Parternas rättigheter och skyldigheter när konsumenten frånträder ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster

Om en konsument frånträder ett avtal ska konsumenten avhålla sig från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att göra detta tillgängligt för tredje parter. Vid frånträde av avtalet har näringsidkaren rätt att göra det digitala innehållet eller den digitala tjänsten otillgänglig för konsumenten, avaktivera användarkontot eller på något annat sätt hindra konsumenten från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten, till den del något annat inte följer av 3 mom.

Näringsidkaren ska avhålla sig från att använda sådant innehåll som konsumenten har skapat eller överlåtit vid användningen av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten, utom om

1) innehållet inte kan användas annat än i samband med det digitala innehåll eller den digitala tjänst som näringsidkaren tillhandahållit,

2) innehållet endast har samband med konsumentens verksamhet vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som näringsidkaren tillhandahållit,

3) näringsidkaren har kopplat innehållet till andra uppgifter som innehållet inte kan särskiljas från eller det skulle medföra oskäligt besvär att särskilja innehållet, eller

4) konsumenten har skapat innehållet tillsammans med andra konsumenter, och andra konsumenter kan fortsätta att använda innehållet i fråga.

I andra fall än de som avses i 2 mom. 1—3 punkten ska näringsidkaren på konsumentens begäran ge konsumenten tillgång till allt innehåll som konsumenten har skapat eller överlåtit vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som näringsidkaren tillhandahåller. Begäran ska verkställas kostnadsfritt inom skälig tid och i ett allmänt använt och maskinläsbart format.

Vad som föreskrivs i 2 och 3 mom. gäller inte personuppgifter. Bestämmelser om användningen av personuppgifter finns i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/746/EG (allmän dataskyddsförordning).

Betänkande EkUB 16/2022 rd

24 §

Påföljderna vid brott mot vissa bestämmelser i kapitlet

Om det är fråga om ett avtal som gäller elektronisk leverans av digitalt innehåll, är konsumenten inte skyldig att betala för en helt eller delvis utförd tjänst, om

1) leveransen av det digitala innehållet har påbörjats under ångerfristen utan konsumentens uttryckliga förhandssamtycke eller godkännande enligt 15 § 2 mom.,

Om en näringsidkare vid hemförsäljning har underlåtit att på det sätt som föreskrivs i 11 § ge konsumenten den information som avses i 9 § 1 mom. 13 punkten innan avtalet ingås, är avtalet inte bindande för konsumenten. Om konsumenten vill åberopa att avtalet inte är bindande, ska konsumenten meddela näringsidkaren detta inom 12 månader från det att avtalet ingicks. Om avtalet förfaller på grund av att konsumenten har åberopat att det inte är bindande ska näringsidkaren utan dröjsmål och senast 30 dagar efter att ha tagit emot meddelandet betala tillbaka vad som har betalats samt betala konsumenten ersättning för kostnaderna för att återsända varan eller någon annan prestation.

25 §

Påföljderna vid brott mot bestämmelserna i kapitlet

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 9 § och de bestämmelser som utfärdats med stöd av 9 § och mot 9 a, 10—12 §, 12 a §, 13 §, 14 § 1 och 2 mom., 17 § 2—4 mom. och 17 a § 1—3 mom. finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

6 a kap.

Distansförsäljning av finansiella tjänster och finansiella instrument

2 §

Begränsning av tillämpningsområdet i vissa fall

Bestämmelserna i 11 b § tillämpas inte på konsumentkrediter som omfattas av tillämpningsområdet för 7 eller 7 a kap.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

11 b §

Ingående av avtal vid försäljning per telefon

Om en näringsidkare erbjuder konsumenten en finansiell tjänst per telefon och konsumenten då meddelar att han eller hon önskar ingå ett avtal med näringsidkaren, ska näringsidkaren efter telefonsamtalet lämna sitt anbud skriftligen eller i någon annan varaktig form till konsumenten. Om konsumenten efter telefonsamtalet inte i varaktig form har godkänt ett anbud som näringsidkaren har lämnat i varaktig form, är avtalet inte bindande för konsumenten och då får inte betalning, återställande eller förvaring av prestationen eller någon annan åtgärd krävas av konsumenten.

Om konsumenten vill återropa att avtalet inte är bindande, ska konsumenten meddela näringsidkaren detta inom ett år från det att avtalet ingicks. Om avtalet förfaller på grund av att konsumenten har återopat att det inte är bindande ska näringsidkaren utan dröjsmål och senast 30 dagar efter att ha tagit emot meddelandet betala tillbaka vad som har betalats.

Konsumenten ska i samband med att ett anbud enligt 1 mom. lämnas bli underrättad om att om konsumenten inte godkänner anbudet i varaktig form, är avtalet inte bindande för konsumenten, om konsumenten underrättat näringsidkaren om detta inom ett år från det att avtalet ingicks. Näringsidkaren har bevisbördan för att anbudet har lämnats till konsumenten på det sätt som förutsätts i 1 mom. och att konsumenten har fått den information som avses i detta moment.

Denna paragraf tillämpas inte, om konsumenten på eget initiativ har kontaktat näringsidkaren eller om näringsidkaren har kontaktat konsumenten på dennes uttryckliga begäran.

19 §

Påföljdsavgift för brott mot bestämmelserna om distansförsäljning av finansiella tjänster

Bestämmelser om påföljdsavgift som påförs för brott mot 5—10 §, 11 § 1 och 2 mom., 11 b §, 12 § 1 mom. och 16 § 2 mom. finns i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2023. ~~Bestämmelserna i 6 kap. 4 § 1 och 3 mom. och 12 a § samt 6 a kap. 2 § 3 mom., 11 b och 19 § träder dock i kraft först den 1 december 2022.~~

På avtal som ingåtts och utfästelser som getts före ikraftträdandet av denna lag tillämpas de bestämmelser som gällde vid ikraftträdandet.

Utskottet föreslår att lagförslag 2 förkastas.

3.

Lag

om ändring av lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna

I enlighet med riksdagens beslut

ändras i lagen om vissa befogenheter för konsumentskyddsmyndigheterna (566/2020) 13 § 1 mom. 1—3 punkten, 15 § 5 punkten, 16 § 1 mom. 1 och 2 punkten och 2 mom. 1 punkten, 18 § 1 mom. 4 punkten och 18 § 2 mom. samt

fogas till 15 § en ny 6 punkt, till lagen en ny 16 a § samt till 18 § 1 mom. nya 5 och 6 punkter som följer:

13 §

Påföljdsavgift för brott mot vissa bestämmelser i konsumentskyddslagen

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter följande bestämmelser, skyldigheter eller förbud i konsumentskyddslagen (38/1978):

1) bestämmelsen i 2 kap. 4 § om krav på identifierbar marknadsföring, förbudet enligt 2 kap. 5 § mot att medföra risk för förväxling, förbudet enligt 2 kap. 6 § mot osann eller vilseledande information, förbudet enligt 2 kap. 7 § mot att utelämna väsentlig information, förbudet enligt 2 kap. 9 § mot aggressiva förfaranden, bestämmelsen i 2 kap. 10 § om leverans av konsumtionsnyttigheter utan beställning, skyldigheten enligt 2 kap. 10 a § 1 mom. att begära konsumentens uttryckliga samtycke till tilläggsavgifter, skyldigheten enligt 2 kap. 11 § att i ett meddelande om nedsatta priser på en vara ange det lägsta pris till vilket varan har marknadsförts före prissänkningen, skyldigheten enligt 2 kap. 12 § att vid marknadsföring lämna information om samerbjudanden och tilläggsförmåner eller förbudet enligt 2 kap. 14 § 1 mom. mot att vid telefonkommunikation som gäller ett avtal om konsumtionsnyttigheter som näringsidkaren har ingått anlita en tjänst som strider mot den bestämmelsen,

2) bestämmelserna i 6 kap. 11 § om lämnande av förhandsinformation vid hemförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 § om lämnande av förhandsinformation vid distansförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 12 a § om skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning, bestämmelserna i 6 kap. 13 § om bekräftelse av information, de skyldigheter enligt 6 kap. 17 § 2—4 mom. som hänför sig till återställande av prestationer eller de skyldigheter enligt 6 kap. 17 a § 1—3 mom. som hänför sig till konsumentens frånträde av ett avtal om digitalt innehåll eller digitala tjänster,

3) skyldigheten enligt 6 a kap. 11 § 1 eller 2 mom. att överlämna förhandsinformationen och avtalsvillkoren skriftligen eller i någon annan varaktig form, bestämmelserna i 6 a kap. 11 b § om

Betänkande EkUB 16/2022 rd

ett skriftligt bekräftelseförfarande vid telefonförsäljning eller skyldigheten enligt 6 a kap. 16 § 2 mom. att återbära prestationer,

— — — — —

15 §

Påföljdsavgift för brott mot vissa andra konsumentskyddsbestämmelser

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet

— — — — —

5) bryter mot förbudet mot att blockera eller begränsa en kunds åtkomst till sitt onlinegränssnitt enligt artikel 3.1 eller 3.2 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302 om åtgärder mot omotiverad geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kunders nationalitet, bosättningsort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordningarna (EG) nr 2006/2004 och (EU) 2017/2394 samt direktiv 2009/22/EG, mot förbudet enligt artikel 4.1 i den förordningen mot att tillämpa olika allmänna villkor för åtkomst till varor eller tjänster eller mot förbudet enligt artikel 5.1 i den förordningen mot att tillämpa olika villkor för betalningstransaktioner,

6) bryter mot bestämmelserna i 60 § 2 mom. i betaltjänstlagen (290/2010) om avgifter för användning av vissa betalningsinstrument.

16 §

Påföljdsavgift för brott mot bestämmelser om lämnande av information

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter följande bestämmelser eller skyldigheter i konsumentskyddslagen:

1) informationsskyldigheten enligt 2 kap. 8 § vid saluföring av specificerade konsumtionsnyttigheter, skyldigheten enligt 2 kap. 8 a § att ge information innan ett avtal ingås i fråga om annan försäljning än hem- och distansförsäljning, skyldigheten enligt 2 kap. 8 d § att tillhandahålla information om huvudparametrarna för sökresultat eller skyldigheten enligt 2 kap. 8 e § att tillhandahålla information om konsumentrecensioner,

2) skyldigheten enligt 6 kap. 9 § att ge information innan ett hemförsäljnings- eller distansförsäljningsavtal ingås på det sätt som närmare anges i de bestämmelser som utfärdats med stöd av 3 mom. i den paragrafen, skyldigheten enligt 6 kap. 9 a § att ge information eller skyldigheten enligt 6 kap. 10 § att ge konsumenten vissa andra uppgifter,

— — — — —

Påföljdsavgift kan påföras också en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot eller åsidosätter

1) bestämmelserna i 10—15 § i betaltjänstlagen om tillhandahållande av information, bestämmelserna i 22 § i den lagen när det gäller förhandsinformation om avtal som avser enstaka betal-

Betänkande EkUB 16/2022 rd

ningstransaktioner eller 25 a § i den lagen när det gäller förhandsinformation om separata avtal som avser initiering av betalningsuppdrag,

16 a §

Påföljdsavgift för tillämpning av förbjudna förfaranden

Påföljdsavgift kan påföras en näringsidkare som till konsumenternas nackdel uppsåtligt eller av oaktsamhet

1) vid marknadsföring eller i kundrelationer fortsätter ett i 2 kap. 3 § i konsumentskyddslagen avsett förfarande som med stöd av 16 § i det kapitlet har förbjudits genom ett lagakraftvunnet beslut,

2) vid utbud av konsumtionsnyttigheter fortsätter att använda ett i 3 kap. 1 § i konsumentskyddslagen avsett avtalsvillkor som med stöd av 2 § i det kapitlet har förbjudits genom ett lagakraftvunnet beslut.

18 §

Påföljdsavgiftens storlek

Påföljdsavgiftens storlek ska baseras på en samlad bedömning. När avgiftens storlek bestäms ska hänsyn tas till

4) näringsidkarens eventuella tidigare överträdelser med avseende på konsumentskyddsbestämmelser,

5) påföljder som påförts näringsidkaren i en annan medlemsstat för samma gränsöverskridande överträdelse, om information om sådana påföljder finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom samarbetsförordningen,

6) andra eventuella faktorer som kan ha påverkat omständigheterna än de som avses i 1—5 punkten.

Den påföljdsavgift som påförs en näringsidkare får utgöra högst 4 procent av näringsidkarens omsättning under året före det då överträdelserna upphörde. Om bokslutet ännu inte är klart när påföljdsavgiften påförs eller om affärsverksamheten nyligen inletts och något bokslut inte finns att tillgå, kan omsättningen uppskattas utifrån någon annan tillgänglig utredning. Om det är fråga om en överträdelse som i enlighet med artikel 21 i samarbetsförordningen ska omfattas av samordnade tillsynsåtgärder och uppgifter om näringsidkarens årliga omsättning inte finns att tillgå, får den påföljdsavgift som påförs näringsidkaren uppgå till högst 2 miljoner euro.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2023. ~~Lagens 13 § 1 mom. träder dock i kraft först den 1 december 2022.~~

Utskottet föreslår att lagförslag 4 förkastas.

5.

Lag

om ändring av 87 och 88 § i elmarknadslagen

I enlighet med riksdagens beslut
fogas till elmarknadslagen (588/2013) 87 §, sådan den lyder delvis ändrad i lag 108/2019, ett nytt 3 mom., varvid det nuvarande 3 mom. blir 4 mom. samt till 88 §, sådan den lyder i lag 1212/2013, ett nytt 5 mom. som följer:

87 §

Ingående av avtal

Om en näringsidkare erbjuder konsumenten ett i 1 eller 2 mom. avsett avtal per telefon och konsumenten då meddelar sin önskan att ingå avtal med näringsidkaren, ska de krav som anges i 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen iakttas vid ingåendet av avtal, om inte något annat följer av 3 mom. i den paragrafen.

88 §

Bekräftelse

Bestämmelserna i 3 och 4 mom. tillämpas inte på ett avtal, om de krav som anges i 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen ska iakttas när avtalet ingås.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2023.

6.

Lag

om ändring av 71 och 72 § i naturgasmarknadslagen

I enlighet med riksdagens beslut

ändras i naturgasmarknadslagen (587/2017) 71 § 1 mom. och 72 § 1 mom. som följer:

71 §

Ingående av naturgasnätsavtal

Naturgasnätsavtal kan ingås muntligen eller skriftligen. Avtalet ska ingås skriftligen om en avtalspart kräver detta. Om en näringsidkare erbjuder konsumenten ett naturgasnätsavtal per telefon och konsumenten då meddelar sin önskan att ingå avtal med näringsidkaren, ska de krav som anges i 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen iaktas vid ingåendet av avtal, om inte något annat följer av 3 mom. i den paragrafen.

72 §

Ingående av naturgasförsäljningsavtal

Naturgasförsäljningsavtal kan ingås muntligen eller skriftligen. Avtalet ska ingås skriftligen om en avtalspart kräver det. Om en näringsidkare erbjuder konsumenten ett naturgasförsäljningsavtal per telefon och konsumenten då meddelar sin önskan att ingå avtal med näringsidkaren, ska de krav som anges i 6 kap. 12 a § i konsumentskyddslagen iaktas vid ingåendet av avtal, om inte något annat följer av 3 mom. i den paragrafen.

Denna lag träder i kraft den 1 januari 2023.

7.

Lag

om ändring av ikraftträdandebestämmelsen i en lag om ändring av konsumentskyddslagen

I enlighet med riksdagens beslut

fogas till ikraftträdandebestämmelsen i lagen om ändring av konsumentskyddslagen (1242/2021) ett nytt 3 mom. som följer:

Bestämmelserna i 5 a kap. tillämpas dock med undantag för 27 § också på avtal som ingåtts före den 1 januari 2022, när digitalt innehåll eller digitala tjänster tillhandahålls konsumenten från det att lagen om ändring av ikraftträdandebestämmelsen i lagen om ändring av konsumentskyddslagen (/) trädde i kraft.

Denna lag träder i kraft den 20 .

Utskottets förslag till uttalande

Riksdagen förutsätter att regeringen bereder åtgärder för att säkerställa verksamhetsförutsättningarna och konkurrenskraften för ett oberoende pluralistiskt medieutbud i Finland och lika möjligheter för medborgarna att få tillförlitlig information och utbilda sig själva.

Betänkande EkUB 16/2022 rd

Helsingfors 17.6.2022

I den avgörande behandlingen deltog

ordförande Sanni Grahn-Laasonen saml
vice ordförande Hanna Kosonen cent
medlem Atte Harjanne gröna
medlem Matias Mäkynen sd
medlem Sakari Puisto saf
medlem Minna Reijonen saf
medlem Janne Sankelo saml
medlem Tuula Väättäinen sd
medlem Johannes Yrttiaho vänst
ersättare Hilikka Kemppi cent
ersättare Juha Mäenpää saf
ersättare Riitta Mäkinen sd.

Sekreterare var

utskottsråd Maiju Tuominen.