

Ennakkovaikuttaminen: oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskeva säädös – Euroopan komission julkinen kuuleminen

Käsittelyvaihe ja jatkokäsittelyn aikataulu

Euroopan komissio on käynnistänyt 17.7.2025 julkisen kuulemisen oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskevasta säädöksestä. Kuulemisen määräaika päättyy 24.10.2025.

Tässä muistiossa esitetyn kannan pohjalta on tarkoitus antaa Suomen vastaus komission julkiseen kuulemiseen, minkä lisäksi kannan pohjalta voidaan osallistua asiaa koskevaan jatkovalmisteluun.

Komissio on alustavasti ilmoittanut, että se julkaisee ehdotuksensa oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskevasta säädöksestä syksyn 2026 aikana. Varsinaiseen ehdotukseen tullaan muodostamaan kanta perustuslain 96 §:n mukaisesti komission annettua ehdotuksensa.

Suomen kanta

Yleistä

Suomi on ottanut oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskevaan säädökseen kantaa jo aiemmin Euroopan komission toimivuustarkastuksen yhteydessä toimitetussa julkisessa kuulemisessa (Ennakkovaikuttaminen: Digitaalinen oikeudenmukaisuus – EU:n kuluttajalainsäädännön toimivuustarkastus E 162/2022 vp).

Suomi korostaa edelleen, että tavoitteena tulisi kuluttajansuojan alalla olla horisontaalinen, riittävän yleisluonteinen sääntely, jotta sääntely olisi sovellettavissa myös uudenaikaisiin ilmiöihin digitaalisessa ympäristössä eikä sitä olisi tarvetta alinomaa muuttaa. On tärkeää saada kokemusta jo annetun lainsäädännön soveltamisesta ja säännösten toimivuudesta käytännössä ennen kuin aletaan valmistella uutta sääntelyä samasta aihepiiristä.

Viime vuosien aikana EU:ssa on annettu runsaasti digitaaliseen ympäristöön liittyviä säädöksiä, joita on sovellettu joko vain lyhyen aikaa tai joiden soveltaminen ei ole edes vielä alkanut. Esimerkiksi vastikään uudistettu rahoituspalvelujen etämyyntiä koskeva sääntely sisältää myös digitaaliseen ympäristöön liittyviä säännöksiä. Kynnyksen uusien säädösaloitteiden antamiseen kiirehtien tulisi olla korkea, ja tärkeää on ennen uusien

aloitteiden antamista arvioida perusteellisesti, millä tavoin yleislausekkeisiin perustuva horisontaalinen kuluttajansuojasääntely soveltuu jo nykyisellään digitaalisessa ympäristössä ilmeneviin ongelmatilanteisiin.

Suomi on huolissaan sääntelyn pirstaloitumisesta ja siitä, että sääntely sen runsauden ja yksityiskohtaisuuden vuoksi muodostaa hallitsemattoman kokonaisuuden niin kuluttajille, yrityksille kuin sääntelyn noudattamista valvoville viranomaisille. Tarpeetonta hallinnollista taakkaa olisi syytä välttää. Kuluttajansuojasääntelyn toimivuus on tärkeä tekijä myös eurooppalaisten yritysten kilpailukyvyn kannalta. On tärkeää varmistaa kuluttajansuoja-, tietosuoja-, digi- ja datasääntelyn yhteentoimivuus ja yhtenäinen tulkinta. Lisäksi olisi harkittava, tulisiko kuluttajansuojaa koskevat vaatimukset koota horisontaalisiin kuluttajansuojasäädöksiin sektorikohtaisen erityissääntelyn sijaan. Näin yritysten olisi helpompi selvittää kuluttajansuojasäännöksistä johtuvat velvollisuutensa. Samalla voitaisiin välttää perusteettomat aukot ja epä johdonmukaisuudet sääntelyssä.

Suomi kiinnittää huomiota myös siihen, että annettu erityissääntely ei ole kaikilta osin johdonmukaista horisontaalisten kuluttajansuojasäädösten peruseriaatteiden kanssa. Suomi ei pidä myöskään johdonmukaisena ratkaisuna sitä, että samoista kysymyksistä, esimerkiksi tiedonantovelvollisuuksista, säädetään direktiivillä ja asetuksella. Horisontaalinen kuluttajansuojasääntely on perinteisesti annettu direktiiveillä. Vaikka Suomi pitää direktiiviä säädösinstrumenttina edelleen lähtökohtaisesti ensisijaisena, sopivan säädösinstrumentin valinta riippuu lopulta sääntelyn tavoitteista ja toimintaympäristöstä.

Edellä esitetystä huolimatta Suomi toteaa, että jotkin kysymykset saattavat vaatia erityiseen ongelmaan puuttuvaa kohdennettua lainsäädäntöä. On perusteltua arvioida esimerkiksi tarvetta ratkaisuille tiettyjen haavoittuvampien kuluttajien, kuten alaikäisten tai ikääntyneiden henkilöiden, suojelemiseksi digitaalisessa ympäristössä. Mahdollisen uuden lainsäädännön tulee joka tapauksessa pohjautua laadukkaaseen vaikutusten arviointiin. Suomi ottaa komission kuulemisessa esitettyihin seikkoihin tarkemmin kantaa seuraavassa.

Osio 1: Pimeät käytännöt

Suomi pitää tavoitetta suojella kuluttajia pimeiltä käytännöiltä tärkeänä. Pimeiden käytäntöjen tekniikoita on erilaisia. Eri tekniikoiden osalta onkin arvioitava, toimivatko nykyisen kuluttajansuojalainsäädännön säännökset riittävällä tavalla, ottaen huomioon myös digitaalisten palvelujen sisämarkkinoista ja direktiivin 2000/31/EY muuttamisesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2022/2065 (digipalvelusäädös) 25 artikla, jonka 1 kohdassa verkkoalustojen tarjoajia kielletään suunnittelemasta, järjestämästä tai operoimasta verkkorajapintojaan tavalla, jolla harhautetaan tai manipuloidaan niiden palvelun vastaanottajia tai muutoin olennaisesti vääristetään tai haitataan palvelun vastaanottajien kykyä tehdä vapaita ja tietoon perustuvia päätöksiä. Suomi katsoo kuitenkin, että lisäsääntelyn tarpeen arviointi voi olla laajemminkin perusteltua.

Jos lisäsääntelyä annetaan, Suomi kannattaa yleisluontoista sääntelyä, jotta pimeisiin käytäntöihin voidaan puuttua mahdollisimman tehokkaasti ilman yksityiskohtaista, nopeasti vanhentuvaa sääntelyä. Suomi katsoo, että esimerkiksi direktiivillä (EU) 2023/2673 kuluttajaoikeusdirektiiviin lisätty rahoituspalvelujen etämyyntiä koskevan uuden 16 e artiklan 1 kohdan tyyppinen yleissääntely voisi olla sovellettavissa muussakin kuin rahoituspalvelujen etämyynnissä. Kyseisen kohdan mukaan jäsenvaltioiden on varmistettava, että elinkeinonharjoittajat eivät rahoituspalveluja koskevia etäsopimuksia tehdessään suunnittele, järjestä tai operoi verkkorajapintojaan tavalla, jolla harhautetaan tai manipuloidaan elinkeinonharjoittajien palvelun vastaanottajina olevia kuluttajia, tai muutoin olennaisesti vääristetään tai haitataan kyseisten kuluttajien kykyä tehdä vapaita ja tietoon perustuvia päätöksiä.

Mahdollisen uuden sääntelyn tulee kuitenkin olla riittävän tarkkarajaista mahdollisten tulkintaepäselvyyksien välttämiseksi.

Osio 2: Riippuvuutta aiheuttavat suunnitteluominaisuudet

Suomi katsoo, että on yleisesti ottaen tärkeää pyrkiä etsimään keinoja, joilla voitaisiin ehkäistä ja vähentää digitaalisten tuotteiden aiheuttamia riippuvuuksia. Suomen näkemyksen mukaan oikea tapa puuttua monitahoiseen ongelmakokonaisuuteen ei kuitenkaan ole kuluttajan taloudellisia etuja suojaavan horisontaalisen lainsäädännön täydentäminen. Lisäksi Suomi kiinnittää huomiota siihen, että EU-sääntelyä aiheesta on jo olemassa, kuten digipalvelusäädöksen 34 artikla, joka liittyy erittäin suurten verkkoalustojen riskien hallintaan. Ennen mahdollisia lainsäädäntötoimia tulisiikin joka tapauksessa arvioida tuoreen sääntelyn vaikuttavuus sekä meneillään olevien komission toimien tehokkuus.

Osa 3: Digitaalisten tuotteiden, kuten videopelien, erityisominaisuudet

Suomi kannattaa sitä, että alaikäisten suojaa digiympäristössä vahvistetaan. Suomi kuitenkin katsoo, että tämä tulisi toteuttaa ensisijaisesti yleissääntelyllä sen sijaan, että puututaan yhteen yksittäiseen alaan.

Ikärajojen merkintää koskeva lainsäädäntö eri maissa vaihtelee, ja toimijat noudattavat alan suosituksia vaihtelevasti. Suomi katsoo, että yhteiseurooppalaisilla toimilla, kuten hyväksi havaittujen pelialan käytänteiden laajemmalla noudattamisella, voitaisiin parantaa merkitsemisen yhdenmukaisuutta ja sen noudattamista EU-alueella.

Suomi katsoo, että on sinänsä kannatettavaa arvioida käytänteitä ja sääntelytarpeita, jotka koskevat virtuaalivaluuttojen (esimerkiksi pelien sisäiset valuutat) käyttöä. On kuitenkin epävarmaa, onko virtuaalivaluutan arvon ilmaiseminen oikeassa valuutassa toimiva haittojen ehkäisykeino kaikissa tilanteissa. Suomi myös huomauttaa, että tämäkään kysymys ei koske yksinomaan yhtä yksittäistä toimialaa.

Osio 4: Sopimattomat personointikäytännöt

Suomi toteaa, että digipalvelusäädöksen 26 artiklan 3 kohdan mukaan verkkoalustojen tarjoajat eivät saa nykyisinkään esittää palvelujen vastaanottajille mainoksia, jos niiden esittäminen perustuu profilointiin, jossa käytetään asetuksen (EU) 2016/679 (yleinen tietosuoja-asetus) 9 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuja henkilötietojen ryhmiä. Verkkoalustojen tarjoajat eivät saa digipalvelusäädöksen 28 artiklan 2 kohdan mukaan myöskään esittää verkkorajapinnallaan mainoksia, jos niiden esittäminen perustuu profilointiin, jossa käytetään palvelun vastaanottajan henkilötietoja, kun verkkoalustojen tarjoajat ovat kohtuullisella varmuudella tietoisia siitä, että palvelun vastaanottaja on alaikäinen. Digipalvelusäädöksen soveltamisala on kuitenkin rajattu näiltä osin verkkoalustoihin. Suomi katsoo, että tämän kaltaisen sääntelyn arviointi yleisesti sovellettavan kuluttajan-suojalainsäädännön osalta voisi olla perusteltua. Samalla tulee arvioida, olisiko tarvetta suojata erityissäännöksiin kuluttajia, joilla on erityisiä haavoittuvuuksia. Personointi voi joissakin palveluissa olla myös niiden tarpeellinen osa.

Suomi pitää tärkeänä, että mahdollisen uuden ehdotuksen yhteydessä otetaan tarkoin huomioon kaikki personointiin vaikuttava sääntely, kuten sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi, jotta sääntely muodostaa johdonmukaisen kokonaisuuden eikä aiheuta yrityksille tarpeetonta hallinnollista taakkaa. Suomi kiinnittää huomiota siihen, että sähköisen viestinnän tietosuojasääntelyä olisi syytä laajemminkin tarkastella sääntelyn ajantasaisuuden varmistamiseksi.

Suomi pitää yleisemminkin tärkeänä, että arviointityössä varmistetaan, että EU:n tietosuoja-, kuluttajansuoja- ja digitaalialan sääntely on keskenään yhteentoimivaa ja että valvontaviranomaiset tekevät sektorirajat ylittävää yhteistyötä yhdenmukaisen tulkinnan varmistamiseksi.

Osio 5: Sosiaalisen median vaikuttajien haitalliset käytännöt

Suomi katsoo, että myös sosiaalisen median vaikuttajien haitallisiin käytäntöihin pystyttäisiin pääsääntöisesti puuttumaan tehokkaasti horisontaalisella kuluttajansuojalainsäädännöllä. Erityistä tarvetta kuluttajansuojan lisäsääntelylle ei näin ollen ole. Sosiaalisen median vaikuttajiin kohdistettu tiedottaminen kuluttajansuojalainsäädännön sisällöstä voisi kuitenkin olla tarpeellista.

Osio 6: Hinnoittelua koskeva sopimaton markkinointi

Suomi katsoo, että hinnoittelua koskevaan sopimattomaan markkinointiin pystytään pääsääntöisesti puuttumaan jo nyt voimassa olevan EU-lainsäädännön nojalla, eikä ilmeistä tarvetta uudelle lainsäädännölle ole. Suomi kuitenkin katsoo, että dynaamisen hinnoittelun reunaehdoista voisi olla aiheellista tarkastella Euroopan unionin tasolla.

Osio 7: Digitaalisia sopimuksia koskevat ongelmat

Sopimusten peruuttamisen osalta Suomi kiinnittää huomiota siihen, että kuluttajaoikeusdirektiiviin 2011/83/EU on hiljattain lisätty direktiivillä (EU) 2023/2673 säännökset peruuttamistoiminnasta (direktiivin uusi 11 a artikla). Artiklan mukaan verkkorajapinnalla tehtyjen etäsopimusten yhteydessä elinkeinonharjoittajan on varmistettava, että kuluttaja voi myös peruuttaa sopimuksen helposti käyttämällä peruuttamistoimintoa. Tältä osin uutta sääntelyä ei tarvita.

Suomi kiinnittää huomiota siihen, että automaattista sopimuksen uusimista tarkoittavat sopimusehdot ovat tarkasteltavissa kohtuuttomia sopimusehtoja koskevan direktiivin 93/13/ETY (sopimusehtodirektiivi) säännösten valossa, ja eräissä tapauksissa tämän kaltaisia sopimusehtoja voidaan pitää kohtuuttomina. Lisäksi määräaikaisten sopimusten ketjuttaminen on eräissä tapauksissa kiellettyä kansallisen erityislainsäädännön nojalla. Muistutusvelvollisuus sopimuksen uusiutumisesta voisi indikoida menettelyn sallittavuutta, minkä vuoksi sitä ei pidetä kannatettavana.

Suomi katsoo, että harkittavaksi voisi tulla kielto pyytää kuluttajan maksutietoja ilmaisen kokeilujakson tilauksen yhteydessä. Lisäksi Suomi katsoo, että yksi harkittava toimi voisi olla valitusprosessin helpottaminen. Olisi syytä varmistaa, että kuluttajilla on asianmukaiset kanavat yhteyden saamiseksi asiakaspalveluun ja että kuluttaja pystyy tekemään valituksen elinkeinonharjoittajalle vaivattomasti. Digipalveluasetuksen 12 artiklassa ja komission yksinkertaistamisaloitteessa Omnibus IV (COM(2025)503, COM(2025)504) käytettyä ”digitaalisen yhteyspisteen” käsitettä voitaisiin kehittää edelleen horisontaalisen kuluttajansuojalainsäädännön puitteissa.

Suomi korostaa edelleen, että vaikkakin lähtökohtaisesti digitaalisessa ympäristössä on tarkoituksenmukaista pyrkiä yhtenäiseen sääntelyyn EU:ssa, sopimusehtodirektiivin täytäntöön panemiseksi annetut säännökset ovat kiinteästi kytköksissä kansallisiin sopimusoikeuden säännöksiin ja periaatteisiin. Suomi pitääkin tärkeänä, että myös jatkossa sopimusehtodirektiivi säilyy ns. minimidirektiivinä myös silloin, kun kyse on digitaalisessa ympäristössä tehdyistä sopimuksista.

Osio 8: Yksinkertaistamistoimenpiteet

Suomi suhtautuu myönteisesti lainsäädännön yksinkertaistamiseen ja päällekkäisyyksien poistamiseen. Yhdenmukainen tulkinta eri jäsenmaissa on myös tärkeässä asemassa, jotta säännösten noudattamisesta aiheutuvat kustannukset eivät kohoa kohtuuttomiksi. Sääntelyn yksinkertaistamisen ohella Suomi kannattaa sitä, että uudet EU-säädökset olisivat jatkossa yritysten, kuluttajien ja jäsenvaltioiden kannalta oikeasuhteisia, sujuvia ja selkeitä. Myös sääntelyn ennakoitavuuteen ja täytäntöönpantavuuteen tulee kiinnittää huomiota. (EU-lainsäädännön yksinkertaistaminen ja täytäntöönpano E 23/2025 vp)

Suomi pitää ongelmallisena jatkuvasti kasvavaa ennakkotiedonantovelvoitteiden määrää. Kuluttajille annettavaa informaatiota koskevia vaatimuksia sisältyy runsaasti sekä voimassa olevaan että valmisteilla olevaan EU-lainsäädäntöön. Tiedonantovelvollisuuksien jatkuva paisuttaminen voisi lisätä riskiä siitä, että kuluttajat eivät enää perehdy lainkaan annettuihin tietoihin tai että he eivät kykene enää erottamaan tiedoista päätöksentekonsa kannalta keskeisimpiä tietoja, jolloin sääntelyn tavoite kääntyy itseään vastaan. Suomi katsoo, että informaation antamistapaan, selkeyteen, olennaisuuteen ja yksinkertaisuuteen olisi syytä kiinnittää huomiota sen sijaan, että lainsäädäntöön sisällytetään yhä pidempiä listauksia kuluttajille annettavista tiedoista.

Suomi katsoo, että komission esiin tuoma useita toistuvia liiketoimia saman palveluntarjoajan kanssa koskeva tietojen antamisvaatimusten keventäminen voisi olla kannatettavaa esimerkiksi silloin, kun vähäarvoisia liiketoimia tehdään toistuvasti lyhyen ajan sisällä.

Osio 9: Monialaiset kysymykset

Suomi toteaa, että monessa tilanteessa uuden lainsäädännön sijaan esimerkiksi tiedottamisella, ohjeistuksella ja alan käytänteillä voisi olla tärkeä rooli siinä, miten hyvin lainsäädäntö tunnetaan ja ymmärretään. Edelleen Suomi pitää tärkeänä varmistaa kuluttajansuoja-, tietosuoja- ja digisääntelyn yhdenmukainen tulkinta esimerkiksi tehostamalla eri viranomaisverkostojen yhteistyötä.

Suomi pitää tärkeänä, että viranomaisverkostot pystyvät puuttumaan myös EU:n ulkopuolelta eurooppalaisille kuluttajille kohdistuvaan toimintaan ja että eri viranomaisverkostot tekevät yhteistyötä. Lisäksi Suomi katsoo, että olisi perusteltua selvittää digipalvelusäädöksestä saatujen kokemusten perusteella, tulisiko Euroopan komission toimivaltuuksia tehostaa CPC-asetuksen uudistamistyössä erityisesti siltä osin kuin kyse on puuttumisesta EU:n ulkopuolelle sijoittautuneiden ja useisiin EU-maihin toimintaansa kohdistavien elinkeinonharjoittajien ongelmallisiin käytänteisiin. Kansallisella viranomaisella tulisi kuitenkin säilyä mahdollisuus päättää eri tehtäviensä priorisoinneista kansalliset olosuhteet huomioon ottaen.

Suomi pitää tärkeänä varmistaa, että mahdolliset iän todentamista koskevat ratkaisut eivät heikennä henkilötietojen suojaa ja lisää esimerkiksi alaikäisten henkilötietojen käsittelyä tarpeettomasti. Pohdittaessa mahdollista pakollista iän varmentamista voisi olla perusteltua arvioida kategorisen velvoitteen sijaan myös käyttäjälle aiheutuvaa riskiä, johon iän vaatiminen perustuu. Lisäksi ikärajoja koskevien vaatimusten osalta on tärkeää arvioida tarkkaan, mihin arvoketjun osaan vaatimukset tulee kohdistaa.

Suomi kannattaa sitä, että iän varmistamisessa voitaisiin hyödyntää eurooppalaisen digitaalisen identiteetin lompakkoa.

Pääasiallinen sisältö

Taustaa

EU on viime vuosina vahvistanut merkittävästi digitaalista säännöstöään muun muassa digipalvelusäädöksellä, digimarkkinasäädöksellä, tekoälysäädöksellä sekä audiovisuaalisia mediapalveluja koskevalla direktiivillä. Näillä välineillä täydennetään EU:n kuluttajansuojalainsäädäntöä ja vähennetään erityisesti verkossa esiintyviin ongelmiin liittyviä riskejä ja haittoja. Erityisesti digipalvelusäädöksellä otettiin käyttöön uusia rajoituksia useille verkkoalustoilla esiintyville sopimattomille käytännöille. Komissio on käyttänyt aktiivisesti täytäntöönpanovaltuuksiaan varmistaakseen sääntöjen noudattamisen ja antanut ohjeita esimerkiksi alaikäisten suojelusta verkossa. Komission mukaan ei kuitenkaan ole yksinkertaista soveltaa aukottomasti kuluttajansuojasääntöjä digiympäristössä yhdessä sellaisen muun digilainsäädännön kanssa, jossa säädetään tiettytyyppisistä kaupan alan toimijoista (esim. verkkoalustat) tai teknologioista (esim. tekoälyjärjestelmät).

Komissio julkaisi lokakuussa 2024 oikeudenmukaisuutta digiympäristössä koskevan toimivuustarkastuksen, jossa arvioitiin kolmea EU:n kuluttajalainsäädäntöön kuuluvaa direktiiviä ja analysoitiin, onko voimassa oleva EU:n kuluttajansuojalainsäädäntö edelleen merkityksellinen, vaikuttava ja tehokas uusien digitaalisten haasteiden valossa. Kuluttajiin kohdistetaan usein harhauttavaa tai manipuloivaa rajapintasunnittelua (ns. pimeät käytännöt), riippuvuutta aiheuttavia suunnitteluominaisuuksia sekä sopimattomia personointikäytäntöjä, joissa käytetään hyväksi kuluttajien haavoittuvuutta. Kuluttajat altistuvat myös verkkovaikuttajien harjoittamalle harhaanjohtavalle mainonnalle, ja heillä on vaikeuksia hallinnoida digitaalisia sopimuksia.

Toimivuustarkastuksessa todettiin, että havaittujen ongelmien aiheuttama arvioitu taloudellinen haitta kuluttajille on vähintään 7,9 miljardia euroa vuodessa. Toimivuustarkastuksessa korostettiin myös tämänhetkistä selkeyden ja oikeusvarmuuden puutetta sopimattomien kaupallisten menettelyjen osalta ja huomautettiin puutteellisesta täytäntöönpanosta, nykyisistä sääntelyn puutteista ja markkinoiden pirstoutumisesta. Nämä ongelmat vaikuttavat kielteisesti sisämarkkinoihin ja EU:n yritysten tasapuolisiin toimintaedellytyksiin, kun yritykset kohtaavat epäreilua kilpailua sellaisten kilpailijoiden taholta, jotka eivät noudata sääntöjä. Lisäksi sähköisen kaupankäynnin räjähdysmäinen kasvu erityisesti EU:n ulkopuolisten elinkeinonharjoittajien kanssa on tuonut esiin monia välittömiä haasteita eri toiminta-aloilla, mukaan lukien tuoteturvallisuus ja sopimattomat markkinoitinkäytännöt.

Kysely

Komission kysely jakautuu yhdeksään osa-alueeseen, joista jokaisessa on esitetty tarkempia väittämiä ja kysymyksiä.

Osio 1: Pimeät käytännöt

Pimeät käytännöt (eng. *dark patterns*) ovat digitaalisten rajapintojen suunnittelun kautta käyttöön otettuja sopimattomia kaupallisia menettelyjä. Niillä voidaan vaikuttaa kuluttajiin siten, että heidät saadaan tekemään päätöksiä, joita he eivät muuten tekisi. Esimerkkejä tällaisista käytännöistä voivat olla muun muassa tiettyyn valintaan ohjaaminen (esim. elinkeinonharjoittajalle mieleinen valinta esitetään värillisenä ja näkyvästi, mutta muut vaihtoehdot mustavalkoisina ja vaikeasti löydettävänä), ajastimien käyttäminen luomaan kiireen tunnetta tai harhaanjohtavan kielen käyttäminen (esim. kaksoisnegaation käyttö kysymyksissä).

Komissio tiedustelee, tarvitaanko pimeiden käytäntöjen osalta uusia EU-toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyyn on listattu esimerkinomaisesti pimeitä käytäntöjä, joiden osalta pyydetään valitsemaan sellaiset pimeät käytännöt, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Näitä ovat esimerkiksi:

- Tarpeettoman monen vaiheen vaatiminen on käytäntö, jossa kuluttajat pakotetaan napsauttamaan liian monta painiketta tehdäkseen haluamansa valinnan.

- Kuluttajan painostaminen korostamalla kiireellisyyttä tai rajoitettua saatavuutta (esim. ajastimen käyttö) silloinkin, kun kyseinen tarjous tai saatavilla oleva varasto on selvästi ajallisesti rajoitettu.
- Tuotteiden ilmestyminen ostoskoriin eli uusien tuotteiden tai palvelujen lisääminen ostoskoriin kuluttajan tietämättä tai ilman hänen suostumustaan, kun kuluttaja on saattamassa ostostapahtumaa päätökseen.
- Monitulkintaisen kielen käyttäminen, kun kuluttajalle esitellään vaihtoehtoja (esim. kaksoisnegaation käyttö).

Komissio tiedustelee lisäksi, millaisia toimia pimeiden käytäntöjen kieltämiseksi tarvitaan: muita kuin sääntelytoimenpiteitä, täytäntöönpanoa koskevia toimia tai uusia sitovia säännöksiä.

Osio 2: Riippuvuutta aiheuttavat suunnitteluominaisuudet

Digitaalisten tuotteiden riippuvuutta aiheuttavat suunnitteluominaisuudet saavat kuluttajat viettämään aikomaansa enemmän aikaa ja rahaa verkossa. Tällaisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi sivun loputon vieritys (sivu lataa loputtomasti sisältöä), sisältö, joka katoaa nopeasti, automaattinen toisto (video- tai äänitiedosto toistetaan ilman käyttäjän toimia), palvelun käyttämättömyydestä aiheutuvat negatiiviset seuraamukset (esim. suorituksen katkeaminen) tai suosittelujärjestelmät, joiden tarkoitus on lisätä kuluttajan sitoutumista palvelun käyttöön.

Komissio tiedustelee, tarvitaanko riippuvuutta aiheuttavien suunnitteluominaisuuksien osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Tällaisia ehdotuksia ovat esimerkiksi:

- Riippuvuutta aiheuttavien suunnitteluominaisuuksien olisi oltava lähtökohtaisesti poissa käytöstä niin, että kuluttajat voivat valita ne halutessaan.
- Tietyt riippuvuutta aiheuttavat suunnitteluominaisuudet olisi kiellettävä alaikäisiltä.

Osa 3: Digitaalisten tuotteiden, kuten videopelien, erityisominaisuudet

Digitaalisten tuotteiden tietyt ominaisuudet ovat herättäneet erityistä huolta. Tällaisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi sovelluksen sisäiset ostot, joihin liittyy epävarmuuteen perustuvia palkkioita (nk. *loot box*), pelissä etenemisestä tai paremmista voittomahdollisuuksista maksamiseen perustuvat mekanismit sekä sovellusten sisäiset ostot, joita tehdään virtuaalivaluutoilla, mikä hämärtää kyseisten ostosten todellisen arvon.

Komissio tiedustelee, tarvitaanko digitaalisten tuotteiden, kuten videopelien, erityisominaisuuksien osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Tällaisia ovat esimerkiksi:

- Maksullisia virtuaalivaluuttoja (esim. kolikoita, timantteja) vastaan tarjottavien sovelluksen sisäisten ostojen hinta olisi ilmaistava myös reaali maailman valuuttana, kuten euroina.
- Tietyt digitaalisten tuotteiden ominaisuudet olisi kiellettävä alaikäisiltä.

Osio 4: Sopimattomat personointikäytännöt

Kuluttajat pitävät usein personoituja tarjouksia ja sisältöjä hyödyllisinä (esim. personoitu mainonta). Samaan aikaan monet kuluttajat ovat huolissaan siitä, miten heidän henkilötietojensa käytetään kaupallisten tarjousten personointiin. Monilla on vaikutelma, että tietoja heidän haavoittuvuuksistaan (esim. henkilökohtaisista ongelmista, taloudellisista haasteista tai negatiivisista mielentiloista) käytetään sopimattomasti kaupallisiin tarkoituksiin.

Komissio tiedustelee, tarvitaanko sopimattomien personointikäytäntöjen osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Tällaisia ehdotettuja toimia ovat esimerkiksi:

- Kuluttajilla olisi oltava enemmän vaikutusvaltaa personoituun mainontaan esimerkiksi niin, että heillä olisi käytössään yksinkertainen ja tehokas tapa kieltäytyä personoidusta mainonnasta tai nimenomaisesti suostua sellaisen vastaanottamiseen
- Kuluttajilla olisi oltava enemmän vaikutusvaltaa personoituun hinnoitteluun esimerkiksi niin, että heillä olisi käytössään yksinkertainen ja tehokas tapa kieltäytyä personoidusta hinnoittelusta tai nimenomaisesti suostua sellaiseen.
- Personoitua mainontaa, jossa käytetään tietoja henkilön haavoittuvuuksista, olisi rajoitettava.
- Alaikäisille suunnattu personoitu mainonta olisi kiellettävä.

Osio 5: Sosiaalisen median vaikuttajien haitalliset käytännöt

Sitä mukaa kun sosiaalisen median merkitys kuluttajien liiketoimissa on kasvanut, ongelmallisista kaupallisista menettelyistä on tullut entistä näkyvämpiä. Sosiaalisen median vaikuttajien toiminnassa huolta herättää esimerkiksi piilomarkkinointi sekä mahdollisesti haitallisten tuotteiden myyninedistäminen ja myynti.

Komissio tiedustelee, tarvitaanko sosiaalisen median vaikuttajien harjoittaman sopimattoman markkinoinnin osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Tällaisia ovat esimerkiksi:

- Vaikuttajien olisi ilmoitettava mainonnasta selkeästi ja näkyvästi.
- Brändien ja markkinointitoimistojen olisi varmistettava, että vaikuttajat noudattavat lakisääteisiä velvoitteita.
- Vaikuttajien tietyn tyyppisiä väitteitä olisi rajoitettava alaikäisten suojelemiseksi.

Osio 6: Hinnoittelua koskeva sopimaton markkinointi

Kuluttajat saattavat kohdata hinnoittelua koskevaa sopimatonta markkinointia, kuten hinnan pilkkomista (pakollisten ja väistämättömien kustannusten ja maksujen etukäteen ilmoittamatta jättäminen ja niiden lisääminen myöhemmin varauksen yhteydessä), houkuttelevien ”alkaen”-hintojen mainostamista samalla kun hintaan kuitenkin sovelletaan automaattisesti dynaamista hinnoittelua (jolloin alkaen-hinta ei ole realistinen suurimmalle osalle ostajista) sekä harhaanjohtavia käytäntöjä koskien epämääräisiin viitehintoihin perustuvia hintavertailuja, jotka antavat väärän vaikutelman myyntihinnan alentumisesta.

Komissio tiedustelee, tarvitaanko hinnoittelua koskevan sopimattoman markkinoinnin osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katsotaan edellyttävän EU-toimia. Näitä ovat:

- ”Hinnan pilkkominen” (käytäntö, jossa pakollisia kustannuksia/maksuja ei esitetä etukäteen, vaan ne lisätään tilauksen aikana) olisi kiellettävä.
- ”Alkaen”-hinnoilla mainostamista olisi rajoitettava, jos elinkeinonharjoittaja käyttää ohjelmistoa, joka mukauttaa lopullisen hinnan kysyntään reaaliaikaisesti (dynaaminen hinnoittelu).
- Hintavertailuja tehtäessä hintaetua olisi sallittua mainostaa prosentteina tai absoluuttisena arvona vain, jos muut elinkeinonharjoittajat tosiasiallisesti tarjoavat tuotetta kuluttajille ostettavaksi vertailussa käytetyllä hinnalla.

Osio 7: Digitaalisia sopimuksia koskevat ongelmat

Kuluttajilla voi olla ongelmia digitaalisten sopimusten kanssa erityisesti siltä osin kuin kyse on tilausten peruuttamisesta tai uusimisesta taikka maksuttomien kokeilujen muuttumisesta maksullisiksi tilauksiksi. Sama koskee automatisoituja sopimuksia. Kuluttajilla ei myöskään välttämättä ole mahdollisuutta saada yhteyttä asiakaspalvelijaan, kun he yrittävät tavoittaa asiakaspalvelua keskustellakseen sopimuksestaan.

Kyselyssä tiedustellaan, tarvitaanko digitaalisia sopimuksia koskevien ongelmien osalta uusia EU:n toimia kuluttajansuojan ja sisämarkkinoiden toiminnan parantamiseksi. Kyse-lyssä on lueteltu erilaisia toimia, joiden osalta pyydetään merkitsemään ne, joiden katso-taan edellyttävän EU-toimia. Näitä ovat esimerkiksi:

- Kuluttajilla olisi oltava elinkeinonharjoittajan rajapinnassa helppo toiminto (kuten pe-ruutuslinkki tai -painike), jotta he voivat käyttää oikeuttaan peruuttaa verkkosopimus.
- Sopimuskäytäntöjen olisi oltava läpinäkyvämpiä esimerkiksi siten, että kuluttajia muistutetaan aina ennen tilauksen automaattista uusimista tai maksuttoman kokeilu-jakson muuttumista maksulliseksi tilaukseksi.
- Kuluttajilla olisi oltava oikeus pyytää asiointia ihmisen kanssa, jos heidän sopimuk-seensa liittyy ongelmia, eikä pelkästään automatisoidun palvelubotin kanssa.
- Olisi toteutettava erityisiä toimenpiteitä kuluttajien suojelemiseksi verkossa automati-soituja sopimuksia tehtäessä (automatisoiduilla sopimuksilla tarkoitetaan tekoälyn käyttöä sopimusten itsenäiseen tekemiseen esimerkiksi digitaalisten avustajien tai älylaitteiden avulla).

Osio 8: Yksinkertaistamistoimenpiteet

Komissio tiedustelee konkreettisia toimenpiteitä kuluttajalainsäädännön yksinkertaista-miseksi, joilla voitaisiin vähentää yrityksille aiheutuvaa rasitetta ja säilyttää kuitenkin sama kuluttajansuojan taso. Kyselyssä on lueteltu erilaisia toimenpide-ehdotuksia. Näitä ovat:

- Digitaalisen median tilauspalvelujen (kuten ääni- ja videosuoratoistopalvelujen) peruuttamisoikeutta olisi muokattava tasapainoisemmaksi, jotta se olisi palveluntar-joajien kannalta kestävämpi, samalla kun säilytetään kuluttajien oikeus muuttaa miel-tään.
- Kuluttajanoikeusdirektiivin mukaisia kuluttajille annettavia tietoja koskevia vaatimuk-sia olisi karsittava, jos kyseessä ovat toistuvat liiketoimet saman palveluntarjoajan kanssa (kuten sovellusten sisäiset ostot) tai automatisoidut sopimukset, joita kulutta-jat tekevät digitaalisen (tekoäly-) avustajan avulla.
- Nykyisestä hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin mukaisten, pilaantuvien tuotteiden hinnanalennuksia koskevien kansallisten sääntöjen hajanaisuudesta olisi pääs-tävä eroon vapauttamalla kokonaan säännöistä kaikki elintarvikkeet niiden ominai-suuksista riippumatta.

Kohdassa tiedustellaan lisäksi erityisiä ehdotuksia, selvennyspyyntöjä tai huolenaihteita, jotka liittyvät monialaisen EU:n kuluttajansuojalainsäädännön vuorovaikutukseen muun voimassa olevan EU:n lainsäädännön (mm. audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi, digipalvelusäädös, digimarkkinasäädös, tekoälysäädös tai eurooppalaista digi-taalista identiteettiä koskeva asetus) kanssa.

Osio 9: Monialaiset kysymykset

Osiossa tiedustellaan, olisiko toteutettava muita EU:n toimia, joilla parannetaan kulutta-jansuojaa ja sisämarkkinoiden toimintaa digiympäristössä yleisemmin. Osiossa on lue-teltu erilaisia toimia, joita voi tukea. Näitä ovat:

- Alaikäisten saatavilla olevissa digitaalisissa tuotteissa, joihin liittyy tiettyjä kaupallisia käytäntöjä, olisi oltava pakollinen iän todentamis-/arviointiväline.
- Elinkeinonharjoittajien olisi toteutettava teknisiä ja organisatorisia toimenpiteitä kuluttajansuojanäkökohtien sisällyttämiseksi tuotteen tai palvelun kehittämisen kaikkiin vaiheisiin.
- Kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanon tehostamiseksi todistustaakka olisi käännettävä tapauksissa, joissa kuluttajilla/asianomaisilla osapuolilla tai viranomaisilla on suhteettoman suuria vaikeuksia saada tietoja elinkeinonharjoittajan väärinkäytöksen todistamiseksi.
- Nykyistä kuluttajan määritelmää, jossa kuluttaja nähdään kohtuullisen valistuneena, tarkkaavaisena ja huolellisena, olisi muutettava, koska se ei vastaa kuluttajien todellista käyttäytymistä digiympäristössä (esim. useimmat ihmiset eivät lue käyttöehtoja eivätkä ymmärrä miten heidän henkilötietojaan käytetään).
- Nykyistä kuluttajan määritelmää olisi muutettava niin, että voidaan ottaa huomioon ihmisten väliaikaiset haavoittuvuudet (esim. sosiodemografisista, käyttäytymiseen liittyvistä, taloudellisista tai henkilökohtaisista ominaisuuksista johtuvat suuremmat riskit).

EU:n oikeuden mukainen oikeusperusta/päätöksentekomenettely

-

Käsittely Euroopan parlamentissa

-

Kansallinen valmistelu

E-kirjeluonnoksesta järjestettiin 5.9.2025 kuulemistilaisuus sidosryhmille ja viranomaisille.

Luonnos E-kirjeeksi on käsitelty kilpailukykyjaoston (EU8) ja viestintäjaoston (EU19) kirjallisessa menettelyssä 12.–17.9.2025.

Eduskuntakäsittely

-

Kansallinen lainsäädäntö, ml. Ahvenanmaan asema

Ahvenanmaan itsehallintolain (1144/1991) 27 §:n 10 kohdan mukaan valtakunnalla on lainsäädäntövalta asioissa, jotka koskevat kuluttajansuojaa.

Taloudelliset vaikutukset

Taloudellisiin vaikutuksiin otetaan kantaa siinä vaiheessa, jos komissio etenee julkaisemaan ehdotuksia kyselyssä mainituista seikoista.

Muut asian käsittelyyn vaikuttavat tekijät

E 162/2022 vp – Ennakkovaikuttaminen: Digitaalinen oikeudenmukaisuus – EU:n kuluttajalainsäädännön toimivuustarkastus

E 23/2025 vp – EU-lainsäädännön yksinkertaistaminen ja täytäntöönpano

E 38/2025 vp – Komission tiedonanto kattavasta EU:n keinovalikoimasta turvallista ja kestävästä verkkokauppaa varten

Asiakirjat

Komission julkinen kuuleminen: https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/14622-Digital-Fairness-Act/public-consultation_fi

Laatijan ja muiden käsittelijöiden yhteystiedot

Marja Luukkonen Yli-Rahnasto (OM), marja.luukkonen.yli-rahasto@gov.fi
Johanna Isoaho (OM), johanna.isoaho@gov.fi

VAHVA-tunnus

EU/1569/2022

Napsauta tähän ja kirjoita kukin tunnus omalle rivilleen

Liitteet Napsauta tähän ja kirjoita liitteet

Viite Napsauta tähän ja kirjoita viite