



Moduuli 4

Hyvän kauppataivan vastaiset
käytännöt ja kohtuuttomat
ehdot

Sisällysluettelo

Johdanto	3
.....	6
Mikä on kaupallinen menettely?	7
Millainen on hyvän kauppataivan vastainen käytäntö?	7
Kuinka voin antaa asiakkaalleni mahdollisuuden tehdä taloudellisen päätöksen, joka perustuu täydellisiin tietoihin?	7
Kuinka voin antaa asiakkaalleni mahdollisuuden tehdä vapaan taloudellisen päätöksen?	7
Ovatko oikeudenmukaisuutta koskevat standardit samat kaikissa jäsenvaltioissa?	7
Entä säännöt, jotka koskevat kilpailijoihin kohdistuvia menettelyjä?	8
Miten tarkistetaan, onko kyseessä hyvän kauppataivan vastainen käytäntö?	9
Millaisia ovat käytännössä hyvän kauppataivan vastaiset käytännöt, jotka ovat aina kiellettyjä?	10
Mitä ovat harhaanjohtavat toimet?	18
Mitä ovat harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset?	19
Mitä ovat aggressiiviset menettelyt?	20
Keskivertokuluttajat ja hyvän kauppataivan vastaisille käytännöille alttiit kuluttajat	20
Mitä jos hyvää kauppataivaa koskevaa velvollisuutta ei noudateta?	21
Mitä ovat kuluttajasopimus ja sopimusehdot?	23
Millaiset ovat ehtojen kohtuullisuutta koskevat säännöt ja milloin niitä sovelletaan?	24
Ovatko kohtuuttomia ehtoja koskevat säännöt samat kaikissa jäsenvaltioissa?	25
Tarve noudattaa toisen maan kuluttajaoikeuden vaatimuksia	25
Mitä ovat hyvän tavan periaate ja huomattava epätasapaino?	25
Miten sopimusehdot tulisi kirjoittaa?	26
Onko olemassa sopimusehtoja, joita voidaan pitää kaikissa tapauksissa kohtuuttomina?	26
Millaiset ehdot ovat todennäköisesti kohtuuttomia?	27
Mitkä ovat kohtuuttomien ehtojen lainmukaiset seuraukset?	30
Mitä tämä tarkoittaa käytännössä?	31
Jos kansainvälisestä sopimuksesta tulee riita, mikä tuomioistuin on tuomiovaltainen?	32

”Hyvän kauppataivan vastaisia käytäntöjä ja kohtuuttomia ehtoja koskevat säännöt mahdollistavat oikeudenmukaisen ja terveellisen kilpailun EU:ssa.”

Kauppia

”On tärkeää tietää, että minua suojellaan kauppiailta, jotka käyttävät epäoikeudenmukaisia temppuja tuotteidensa myymiseen.”

Kuluttaja

”Hyvän kauppataivan vastaisia käytäntöjä ja kohtuuttomia ehtoja koskevat säännöt ohjeistavat selkeästi, mitkä käytännöt ovat hyväksyttäviä ja mitkä eivät.”

Kauppia

Johdanto

Hyvä yrittäjä

Tämä käsikirja on osa kuluttajaoikeuteen keskittyvää *Consumer Law Ready* -hanketta, joka on suunnattu erityisesti kuluttajien kanssa toimiville mikroyrityksille sekä pienille ja keskisuurille yrityksille.

Euroopan kuluttajajärjestö BEUC hallinnoi Euroopan laajuista *Consumer Law Ready* -hanketta yhteistyössä Euroopan pk-yritysten kattojärjestön UEAPME:n sekä Euroopan kauppakamarien yhdistyksen Eurochambresin kanssa. Hanketta rahoittaa Euroopan unioni Euroopan parlamentin ja Euroopan komission tuella.

Hankkeen tarkoituksena on auttaa pk-yrityksiä noudattamaan EU:n kuluttajaoikeuden vaatimuksia.

EU:n kuluttajaoikeus koostuu erilaisista laeista, jotka Euroopan unioni on ottanut käyttöön viimeisen 25 vuoden aikana ja jotka jokainen EU:n jäsenvaltio on saattanut osaksi omaa kansallista lainsäädäntöään. Vuonna 2017 Euroopan komissio vei päätökseen projektin, jossa arvioitiin, ovatko säännöt vielä tarkoitukseensa sopivia. Tulos oli kaiken kaikkiaan myönteinen¹. Arvioinnin tärkein tulos oli, että viranomaisten on valvottava tarkemmin jo olemassa olevia sääntöjä ja yritysten ja kuluttajien on tunnettava ne paremmin. *Consumer Law Ready* -hankkeen tavoitteena on lisätä elinkeinonharjoittajien, erityisesti pk-yrittäjien, tietämystä kuluttajien oikeuksista ja vastaavista oikeudellisista velvoitteista.

Käsikirja koostuu viidestä moduulista. Jokainen niistä käsittelee yhtä EU:n kuluttajaoikeuden osa-aluetta:

- Ensimmäisessä moduulissa käsitellään vaatimuksia, jotka koskevat ennen sopimuksentekoa annettavia tietoja.
- Toisessa moduulissa esitellään kuluttajan oikeutta purkaa etäsopimus tai muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehty sopimus.
- Kolmas moduuli keskittyy muutoksenhakuineihin, joita elinkeinonharjoittajien on tarjottava, jos sopimuksen ehtoja ei noudateta.
- Neljännessä moduulissa käsitellään hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä ja kohtuuttomia ehtoja.
- Viidennessä moduulissa esitellään vaihtoehdoisen ja verkkovälitteisen riidanratkaisun alustaa, joka on Euroopan komission hallinnoima virallinen verkkosivusto. Sen tarkoituksena on auttaa kuluttajia ja elinkeinonharjoittajia ratkaisemaan riitansa tuomioistuimen ulkopuolella.

Käsikirja on vain yksi *Consumer Law Ready* -hankkeessa tehdyistä oppimateriaaleista. consumerlawready.eu-verkkosivustolta löytyy muita oppimistyökaluja, esimerkiksi videoita, tietovisoja sekä verkkotesti, jonka suorittuaan saa todistuksen. Foorumilla voi myös verkostoitua asiantuntijoiden ja muiden pk-yritysten kanssa.

¹ Arvioinnista, sen tuloksista ja jatkotoimista löytyy lisätietoja englanniksi Euroopan komission verkkosivuilta osoitteesta http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332

Käsikirjan neljännen moduulin tavoitteena on esitellä sääntöjä, jotka koskevat hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä ja kohtuuttomia ehtoja. Elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisten kaupallisten suhteiden osalta kaupallisten menettelytapojen oikeudenmukaisuutta ja avoimuutta koskevat EU:n säännöt on vahvistettu hyvän kauppatavan vastaisista käytännöistä annetulla direktiivillä 2005/29/EY. Aihetta käsitellään moduulin ensimmäisessä osassa. Moduulin toisessa osassa käsitellään direktiiviä 1993/13/ETY, joka koskee kuluttajasopimusten kohtuuttomia ehtoja. Direktiivissä vahvistetaan EU:n vaatimukset sen varmistamiseksi, että elinkeinonharjoittajien käyttämät tavanomaiset sopimuslausekkeet ovat kuluttajille oikeudenmukaisia ja ymmärrettäviä.

Lisäksi käsitellään direktiiviä 2006/114/EY, joka koskee harhaanjohtavaa ja vertailevaa mainontaa. Direktiivi koskee yritystoimintaa ja suojaa elinkeinonharjoittajia, erityisesti pk-yrityksiä, muiden elinkeinonharjoittajien harhaanjohtavalta mainonnalta ja asettaa edellytykset vertailevan mainonnan sallimiselle.

Lisätietoja hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä käsittelevän direktiivin 2005/29/EY säännöksistä ja erityisesti niiden soveltamisesta eri EU-maissa löytyy [Euroopan komission ohjeasiakirjasta](#)². Ajantasaista tietoa löytyy myös [kuluttajaoikeustietokannasta](#)³ sekä [Sinun Eurooppasi -yrittäjyysportaalista](#)⁴.

Toivottavasti pidät käsikirjaa hyödyllisenä.

² Lisätietoja täältä http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/unfair-trade/unfair-practices/index_en.htm

³ Lisätietoja täältä http://europa.eu/youreurope/business/index_fi.htm

⁴ Lisätietoja täältä http://europa.eu/youreurope/business/index_fi.htm

Osio I: Hyvän kauppatavan vastaiset käytännöt

Mikä on kaupallinen menettely?

Kaupallisella menettelyllä tarkoitetaan hyvän kauppatavan vastaisia elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisiä kaupallisia menettelyitä koskevan direktiivin mukaan mitä tahansa elinkeinonharjoittajan tointa, mainitsematta jättämistä, käyttäytymistä tai edustamista, kaupallista viestintää, myös mainontaa, joka liittyy kuluttajan taloudelliseen päätökseen ostaa tai olla ostamatta tuote tai käyttää palvelua tai olla käyttämättä sitä.

Kaupallisen menettelyn määritelmä on erittäin laaja: sen on tarkoitus kattaa mahdollisimman suuri määrä todellisia tilanteita ja liiketoiminnan käyttäytymismalleja, jotka voivat vaikuttaa kuluttajien valintoihin. Näitä sääntöjä sovelletaan sekä perinteiseen kaupankäyntiin että verkossa tapahtuviin kaupallisiin menettelyihin sekä kaikentyyppisiin tavaroihin ja palveluihin. Ne siis koskettavat erilaisia elinkeinonharjoittajia aina kirjakaupanmyyjistä toimijoihin, jotka myyvät verkossa erilaisia palveluita.

Millainen on hyvän kauppatavan vastainen käytäntö?

EU-lainsäädännön mukaisesti taloudellinen menettely on hyvän kauppatavan vastainen, jos se estää kuluttajaa tekemästä taloudellisen päätöksen vapaasti ja täydellisten tietojen perusteella. Hyvän kauppatavan vastaiset käytännöt ovat kiellettyjä kaikkialla EU:ssa.

Kuinka voin antaa asiakkaalleni mahdollisuuden tehdä taloudellisen päätöksen, joka perustuu täydellisiin tietoihin?

Kaikkien kaupallisten menettelyjen, kuten mainosten, suullisten tarjousten ja verkkosivuston tuotesivujen, jotka voivat vaikuttaa kuluttajien päätöksen ostaa

tuotteita tai käyttää palveluita, pitää sisältää kaikki kuluttajien päätöksentekoa edellyttämät tiedot, ja tietojen on oltava todenmukaisia ja tarkkoja.

Jos esimerkiksi tarjoat tuotetta väittämällä sen pudottavan painoa 10 kg kahdessa kuukaudessa, tuotteen pitää pystyä todistetusti pudottamaan 10 kg kahdessa kuukaudessa.

Kuinka voin antaa asiakkaalleni mahdollisuuden tehdä vapaan taloudellisen päätöksen?

Kaikkien kaupallisten menettelyjen yhteydessä on varmistettava, ettei kuluttajalle aiheudu kohtuuttomia paineita, kun häntä yritetään suostutella ostamaan tuotteita tai palveluita.

Kun kuluttajalle yritetään myydä pölynimuria hänen oveltaan, kauppiaan on poistuttava, kun kuluttaja sitä pyytää.

Ovatko oikeudenmukaisuutta koskevat standardit samat kaikissa jäsenvaltioissa?

Kaikilla jäsenvaltioilla on EU:n lainsäädännön mukaisesti oltava samat kuluttajasuojastandardit hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä vastaan. Tämän alan säännöt on täysin yhdenmukaistettu (ainoana poikkeuksena ovat säännöt, jotka koskevat rahoituspalveluita ja kiinteistöjä, joille jäsenvaltiot voivat asettaa tiukempia vaatimuksia). Sääntöjen pitää siis olla samat koko EU:ssa ja, jos sääntöjä noudattaa yhdessä jäsenvaltiossa, noudattaa niitä automaattisesti myös muissa jäsenvaltioissa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että myös muissa jäsenvaltiossa voi toimia vapaasti eikä tarvitse huolehtia niiden kansallisesta lainsäädännöstä.

Entä säännöt, jotka koskevat kilpailijoihin kohdistuvia menettelyjä?

Muihin elinkeinonharjoittajiin mahdollisesti vaikuttavat kaupalliset menettelyt eivät kuulu hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä koskevan direktiivin soveltamisalaan. On kuitenkin huomattava, että jotkin EU:n jäsenvaltiot ovat laajentaneet kansallisia sääntöjään, joilla hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä koskeva direktiivi saatetaan koskemaan myös yritysten välistä liiketoimintaa. Jotkin EU:n jäsenvaltiot ovat myös saattaneet ottaa käyttöön erityisiä hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä koskevia sääntöjä, joita sovelletaan nimenomaan yritysten välisessä liiketoiminnassa. Tällaisia jäsenvaltioita ovat Alankomaat, Belgia (osittain), Italia (vain mikroyritykset), Itävalta, Portugali (osittain), Ranska (osittain), Ruotsi, Saksa ja Tšekki⁵.



Suomessa elinkeinonharjoittajien välisistä sopimattomista kaupallisista menettelyistä säädetään sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetussa laissa (1061/1978), jossa muun muassa todetaan, ettei elinkeinotoiminnassa saa käyttää hyvän liiketavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä.

Lisäksi direktiivi 2006/114/EY, joka koskee harhaanjohtavaa ja vertailevaa mainontaa,⁶ suojaa Euroopan tasolla elinkeinonharjoittajia, erityisesti pk-yrityksiä, muiden elinkeinonharjoittajien harhaanjohtavalta mainonnalta ja asettaa edellytykset vertailevan mainonnan sallimiselle (kyse on siis

mainonnasta, jossa mainitaan kilpailija tai kilpailijan tarjoamia tuotteita).

Harhaanjohtavalla mainonnalla tarkoitetaan kaikkea mainontaa, joka tavalla tai toisella, myös esitystavaltaan, pystyy harhauttamaan niitä henkilöitä, joille se on osoitettu, ja joka harhauttavan ominaisuutensa takia vaikuttaa heidän taloudelliseen käyttäytymiseensä taikka tämän seurauksena vahingoittaa kilpailijoiden etuja. Esimerkiksi hakemistohuijaukset kielletään tämän direktiivin säännösten mukaisesti.

Lisäksi tässä direktiivissä vahvistetut säännöt ovat voimassa, kun tuotetta mainostetaan vertailemalla sitä kilpailijan vastaavaan tuotteeseen.

Elinkeinonharjoittajana sinun on esimerkiksi varmistettava, että vertailtavat tuotteet täyttävät samat tarpeet tai että niiden tarkoitus on sama. Jääkaapin energiatehokkuutta voi esimerkiksi vertailla vain muiden tuottajien jääkaappien energiatehokkuuteen eikä esimerkiksi uunien energiatehokkuuteen. Mainostettava tuote ei myöskään saa koskaan olla jäljitelmä tai jäljennös tavarasta tai palvelusta, joka on suojattu tavaramerkillä tai jolla on kilpailijan kaupp nimi.

⁵ Katso sivut 363–368 raportista Study for the Fitness Check Main report

http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840

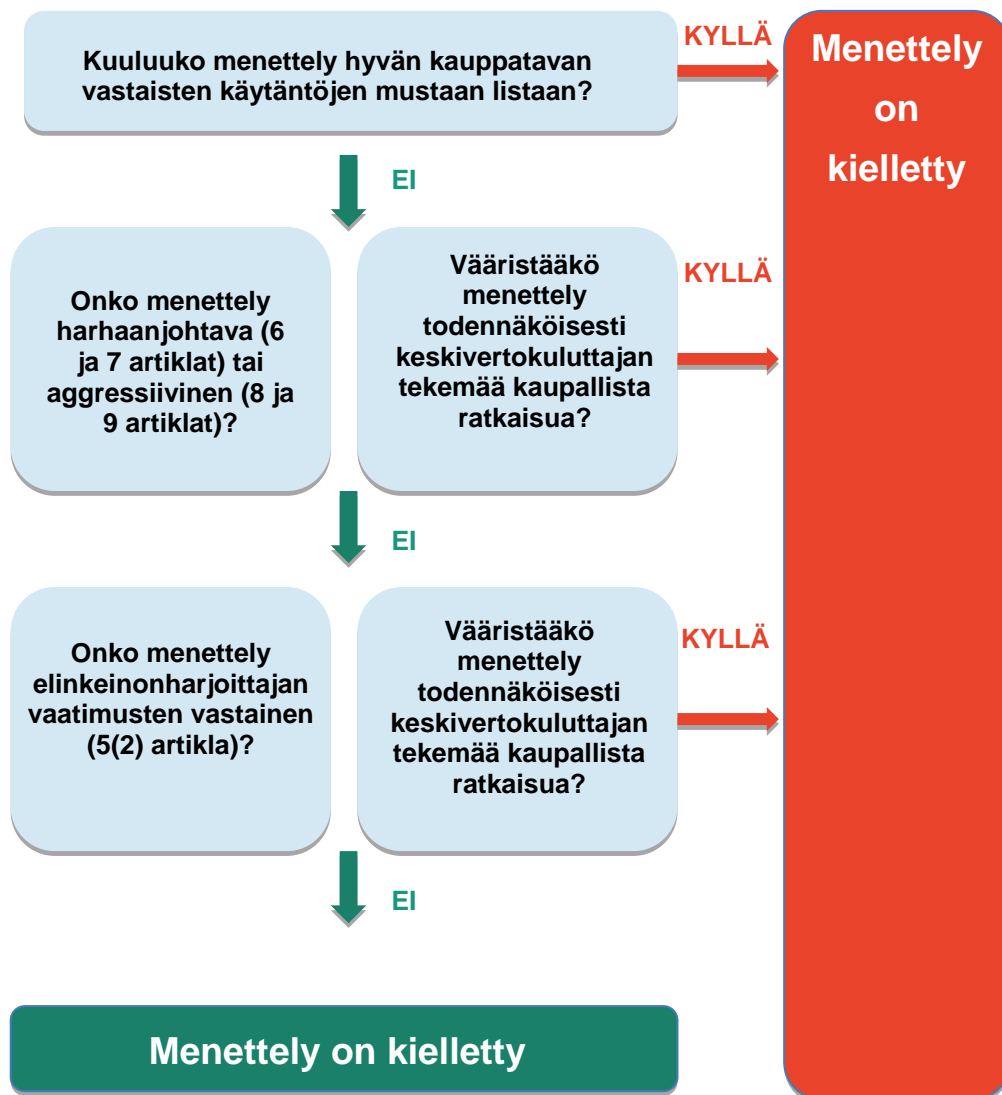
⁶ Lisätietoja osoitteesta <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=celex:32006L0114>

Miten tarkistetaan, onko kyseessä hyvän kauppatavan vastainen käytäntö?

Kuluttajaoikeusdirektiivin toiminta – vuokaavio

Tässä vuokaaviossa kuvataan kuluttajaoikeusdirektiivin liitteen ja sen yleisten lausekkeiden, nimittäin 6–9 artiklojen ja 5 artiklan kaupallisten menettelyiden mustan listan keskinäisiä suhteita. Jos kaupallinen menettely voidaan katsoa hyvän kauppatavan vastaiseksi ja täten kuluttajaoikeusdirektiivin vastaiseksi, on riittävää, että se täyttää vain yhden näistä testeistä.

Kaupallinen menettely:



Millaisia ovat käytännössä hyvän kauppatavan vastaiset käytännöt, jotka ovat aina kiellettyjä?

Mustaan listaan kuuluu 31 kaupallista joko perinteisessä kaupassa tai verkossa suoritettavaa menettelyä, jotka voivat estää kuluttajaa tekemästä taloudellisen päätöksen vapaasti ja täydellisten tietojen perusteella. Ensimmäiset 23 menettelyä koskevat elinkeinonharjoittajan harhaanjohtavaa käyttäytymistä ja viimeiset kahdeksan menettelyä aggressiivisia menettelyitä.

1) Elinkeinoharjoittajan perätön väite, että hän on allekirjoittanut toimintasäännöt.

Esimerkki: Hedelmiä myyvä elinkeinonharjoittaja väittää olevansa luomutuottajaliiton jäsen, vaikkei olekaan. Tämä säännös suojaa kuluttajaa harhaanjohtavalta lausunolta, joka liittyy toimintasääntöihin yksityisen sääntelyn muotona. Toimintasääntöjä laativat eri yhdistysten – kuten luomutuottajaliiton tai matkatoimistoyhdistyksen – elinkeinonharjoittajaryhmät.

2) Luotettavuus- tai laatumerkinnän tai vastaavan esittäminen ilman tarvittavaa lupaa.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja käyttää EU:n tai kansallista ympäristömerkkiä (esimerkiksi EU:n ympäristömerkkiä) ilman lupaa.

3) Elinkeinoharjoittajan perätön väite, että julkinen tai muu taho on hyväksynyt toimintasäännöt.

Esimerkki: tavaratalojen liitto väittää, että kansallinen kuluttajajärjestö on hyväksynyt toimintasäännöt, vaikka tämä ei ole totta.

4) Elinkeinoharjoittajan perätön väite, että julkinen tai yksityinen elin on hyväksynyt tai sallinut elinkeinoharjoittajan toiminnan (myös tämän kaupalliset menettelyt) tai tuotteen tai antanut tälle/sille luvan taikka tällaisen väitteen esittäminen ilman, että noudatetaan hyväksymiseen, sallimiseen tai luvan antamiseen liittyviä ehtoja.

Esimerkki: lelun pakkaukseen laitetaan tunnetun sertifiointilaitoksen lause "tuotteet on turvallisuustestattu", vaikka tämä ei ole totta.

5) Kehotus ostaa tuotteita tiettyyn hintaan, jos on kohtuullisia perusteita olettaa, että elinkeinoharjoittaja ei kykene tarjoamaan tai järjestämään toista elinkeinoharjoittajaa tarjoamaan näitä tai vastaavia tuotteita kyseiseen hintaan sellaisen ajan ja sellaisia määriä, jotka ovat kohtuullisia tuote ja tarjottu hinta huomioon ottaen (täkymainonta – "bait advertising").

Esimerkki: Elinkeinoharjoittaja houkuttelee kuluttajia erikoistarjouksilla tai alennuksilla, vaikka elinkeinoharjoittaja tietää tai hänen pitäisi tietää, ettei voi tarjota näitä tuotteita lainkaan tai että tuotteita ei ole riittävästi. Lisäksi tuotteita tarjotaan erityisehdoin ilman, että elinkeinoharjoittaja tähdentää, että tarjous koskee vain rajoitettua määrää tuotteita tai rajoitettua ajanjaksoa.



6) Kehotus ostaa tuotteita tiettyyn hintaan ja sitten

- a) **kieltäytyminen näyttämästä mainostettua tuotetta kuluttajille tai**
- b) **kieltäytyminen ottamasta tilauksia tuotteesta tai toimittamasta sitä kohtuujassa tai**
- c) **viallisen kappaleen näyttäminen tuotteesta**

tarkoituksena edistää toisen tuotteen myyntiä (täkymyynti – "bait and switch").

Esimerkki: Liikkeenomistaja mainostaa kuuluisan saksalaisvalmistajan kameraa 100 euron kokonaishintaan. Kun kuluttaja menee liikkeeseen ostaakseen kameran, elinkeinonharjoittaja kuitenkin

- a) kieltäytyy näyttämästä kameraa kuluttajalle **tai**
- b) kieltäytyy myymästä sitä kuluttajalle **tai**
- c) näyttää vain viallisen kappaleen kamerasta.

Elinkeinonharjoittaja on tehnyt kaikki nämä vaihtoehtoiset toimet saadakseen kuluttajan ostamaan toisen tuotteen eli muun kuin mainostetun kameran.



7) Perätön ilmoitus, että tuote on saatavilla vain hyvin rajoitetun ajan tai että se on

saatavilla tietyillä ehdoilla vain hyvin rajoitetun ajan, jotta kuluttajat tekisivät päätöksen välittömästi eikä heille jäisi riittävää tilaisuutta tai riittävästi aikaa tehdä perusteltu valinta.

Esimerkki: Tarjous, jossa ilmoitetaan seuraavaa: *Kun ostat mainostetun matkapuhelimen seuraavan 24 tunnin kuluessa, maksat vain puolet normaali hinnasta. Älä viivyttele! Tarjous raukeaa keskiyöllä. Tuotetta ei tarjota enää uudelleen. Osta nyt!*

Jos kyseinen tarjous olisi voimassa myös mainitun ajanjakson jälkeen, kyse olisi kielletystä kaupallisesta menettelystä.

Toisena esimerkkinä on verkkomainos hotellihuoneesta, jossa käsketään varaamaan huone heti, koska kyseinen huone on viimeinen saatavilla oleva, vaikka muitakin huoneita on vielä jäljellä.

8) Sitoutuminen tarjoamaan myynninjälkeisiä palveluita kuluttajille, joihin elinkeinonharjoittaja on ollut yhteydessä myyntiä edeltäneessä viestinnässä kielellä, joka ei ole sen jäsenvaltion virallinen kieli, jossa elinkeinonharjoittaja sijaitsee, ja tällaisen palvelun tarjoaminen jälkeen päin ainoastaan jollain muulla kielellä, ilman että tästä ilmoitetaan selvästi kuluttajalle ennen tämän sitoutumista liiketoimeen.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja väittää, että ostamalla tietokoneen kuluttaja on oikeutettu myös ilmaiseen myynninjälkeiseen tekniseen tukeen vuoden ajan kaupanteon tekemisestä. Kaupanteon jälkeen kuluttaja tajuaa kuitenkin, että myynninjälkeisiä palveluita tarjotaan vain englanniksi eikä kielellä, jota kuluttaja oletti käytettävän aiemman elinkeinonharjoittajan kanssa käydyn viestinnän perusteella.

Elinkeinonharjoittaja ei ollut ilmoittanut asiasta kuluttajalle.

9) Perätön ilmoitus tai sellaisen perättömän vaikutelman luominen, että tuotetta voidaan myydä laillisesti.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja mainostaa myyvänsä suojeletta kasvilajia, jonka myynti on lain mukaan kielletty.

10) Kuluttajille lainsäädännössä annettujen oikeuksien esittäminen eräänä elinkeinonharjoittajan tarjouksen ominaisena piirteenä.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja esittää lakisäätöisen takuun (joka on lain vaatima, katso kuluttajamyyntiä käsittelevä moduuli) tuotteelle ja väittää, että se on tuotteen erityinen lisäominaisuus, jonka elinkeinonharjoittaja tarjoaa.

11) Tiedotusvälineiden toimituksellisen sisällön käyttäminen tuotteen myynnin edistämiseen siten, että elinkeinonharjoittaja on maksanut myynninedistämisen, mutta ei ilmoita sitä selvästi sisällössä tai kuluttajalle selkeästi tunnistettavain kuvin tai äänin (puffi).

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja esittelee näennäisesti lääketieteellisiä lääkärin kuvailuja uudesta hammastahnasta ilmoittamatta, että on itse asiassa maksanut tieteellisen kaltaisesta tekstistä.

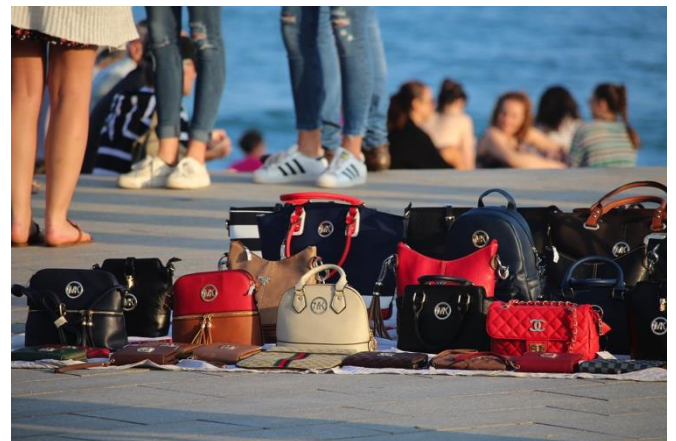


12) Sisällöllisesti perättömän väitteen esittäminen sellaisen riskin luonteesta ja laajuudesta, joka kohdistuu kuluttajan henkilökohtaiseen tai hänen perheensä turvallisuuteen, jolle hän osta tuotetta.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja antaa väärä tai epätarkkoja tilastotietoja alueen murtovarkauksista tai rikoksista houkutellessaan kuluttajaa ostamaan hälytysjärjestelmän kotinsa suojelemiseksi.

13) Tietyn valmistajan tuotetta muistuttavan tuotteen myynnin edistäminen antamalla totuudenvastainen vaikutelma siitä, että se on kyseisen valmistajan tekemä.

Esimerkki: Brändinimien sekaannuksen aiheuttaminen käyttämällä samankaltaista esitystapaa tai merkintää kuin muilla valmistajilla. Tästä olisi kyse esimerkiksi siinä tapauksessa, jossa elinkeinonharjoittaja myy laukkaa, joka muistuttaa niin paljon toisen valmistajan laukkaa, ettei kuluttaja voi helposti erottaa brändilaukkaa toisesta laukusta.



14) Pyramidimyyntijärjestelmän luominen, käyttäminen tai edistäminen; järjestelmässä kuluttaja tekee suorituksen vastineeksi mahdollisuudesta saada korvausta, joka muodostuu etupäässä muiden kuluttajien värväämisestä järjestelmään eikä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta.

Esimerkki: verkostomarkkinointijärjestelmä, joka toimii kuten pyramidi: henkilön, joka haluaa liittyä myyjäksi kauneudenhoitotuotteita myyvään verkostoon, on maksettava osallistumismaksu ja hän saa pääasiallisen korvauksensa siitä, että rekrytoi muita ihmisiä samaan verkostoon.



arvonnassa! Osta uusi algoritmijärjestelmä, jonka avulla voit voittaa arvonnassa.

15) Perätön väite, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja aikoo lopettaa kaupankäynnin tai muuttaa pois tiloista.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja väittää valheellisesti lopettavansa kauppansa houkutelakseen kuluttajia ostamaan tuotteitaan (esimerkiksi *Vuokrasopimus päättyy – kaikki myydään pois perjantaihin mennessä* tai *Loppuunmyynti*).

16) Väite, että tuotteet voivat helpottaa rahapeleissä voittamista.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittajan mainoksessa ilmoitetaan seuraavaa: *Voit vihdoinkin voittaa*

17) Perätön väite, että tuotteella voidaan parantaa sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja väittää, että tuote poistaa kaljuuden, vaikka se ei sitä pystykään tekemään: *"Miltä tuuheat hiukset tuntuivat? 10 vuotta nuoremmalta? MiracleGrow Hair Gel -geeli on osoitettu toimivaksi keinoksi elvyttää hiustenkasvu!"*

18) Sellaisten sisällöllisesti virheellisten tietojen levittäminen, jotka koskevat markkinatilannetta tai mahdollisuutta löytää tuote ja joiden tarkoituksena on saada kuluttaja hankkimaan tuote huonommilla edellytyksillä kuin normaali markkinatilanne mahdollistaa.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja esittelee virheellisesti itsensä yksinomaiseksi myyjäksi, jotta hän voi periä korkeampaa hintaa tietystä tuotteesta: *"Tätä tennismailabrändiä on käyttänyt kuuluisa ja menestynyt tennistähti! Myös sinä voit ostaa sen – vain meidän sivustoltamme. Osta heti, sillä tuotteita on saatavilla vain rajoitettu määrä!"* Todellisuudessa brändin tuotteita on saatavilla kuitenkin useiden muiden jälleenmyyjien verkkosivustoilta ja merkittävästi edullisempaan hintaan.

19) Kaupallisessa menettelyssä esitetty väite kilpailusta tai palkinnosta, ilman että ilmoitettu tai kohtuullinen vastaava palkinto annetaan.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja mainostaa, että kuluttaja, joka ostaa tietyn jäätelörasian, osallistuu automaattisesti arvontaan, jossa on useita palkintoja. Todellisuudessa kukaan ei kuitenkaan saa palkintoja, joten ilmoitus on harhaanjohtava ja tehty, jotta ihmiset ostaisivat jäätelörasian.

Tätä säännöstä sovelletaan aina, kun kilpailuja tai palkintotarjouksia käytetään kaupallisena taktiikkana, jolla kuluttajia houkutellaan ostamaan tietty tuote, vaikka todellisuudessa mitään palkintoa – tai kuvattuun palkintoon verrattavissa olevaa palkintoa – ei ole olemassa eikä anneta yhdellekään kuluttajalle.

20) Tuotteen luonnehtiminen ilmaisulla "ilmainen", jos kuluttajan on maksettava muita kuluja kuin kaupalliseen menettelyyn vastaamisesta ja tuotteen noutamisesta tai maksullisesta toimittamisesta aiheutuvat väistämättömät kulut.

Esimerkki: Kirjanmyyjä mainostaa, että kirja annetaan ilmaiseksi, vaikka todellisuudessa kuluttajan on maksettava kirjasta ja vain joka kolmas kirja annetaan ilmaiseksi.

21) Laskun tai vastaavan maksua koskevan asiakirjan sisällyttäminen markkinointiaineistoon siten, että kuluttajalle annetaan perätön vaikutelma, että hän on jo tilannut markkinoidun tuotteen.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja lähettää kuluttajalle juuri julkaistun tietosanakirjan yhdessä maksettavan laskun kanssa ja tekee sen niin, että kuluttaja uskoo tilanneensa kirjan ja että hänen on maksettava se.

22) Perättömän väitteen esittäminen tai perättömän vaikutelman luominen siitä, että elinkeinonharjoittaja ei toimi tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino- tai ammattitoimintaansa, tai esiintyminen vilpillisesti kuluttajana.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja esittäytyy kuluttajana, kun hän antaa myönteisiä verkkoarviointeja tietystä hotellista, vaikka on todellisuudessa hotellin omistaja.

⁷ On myös huomattava, että mainonnan terveyteen liittyviin väitteisiin voidaan soveltaa myös muiden alojen erityisiä EU:n, kansallista ja terveys- ja lääkelainsäädäntöä.

23) Perättömän vaikutelman luominen siitä, että tuotteeseen liittyvät myynninjälkeiset palvelut ovat saatavilla muussa jäsenvaltiossa kuin siinä, jossa tuote myydään.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja myy kuluttajalle tietokonetta Ranskassa ja kertoo, että tuotteeseen liittyvää puhelintukea on saatavilla ilmaiseksi kaikissa EU:n jäsenvaltioissa, vaikka todellisuudessa tukea on saatavilla vain Ranskassa ja ranskaksi.

24) Sellaisen vaikutelman luominen, että kuluttaja ei voi poistua, ennen kuin sopimus on allekirjoitettu tai maksu suoritettu.

Esimerkki: Kuluttaja saapuu kauppaan ja elinkeinonharjoittaja väittää, että on sulkenut kaupan oven ja että kuluttaja saa lähteä vasta, kun on ostanut yhden tarjolla olevista tuotteista. Riittää, että elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle vaikutelman, ettei kuluttaja voi poistua tiloista: elinkeinonharjoittajan ei tarvitse todellisuudessa lukita kuluttajaa tiloihin.

25) Henkilökohtaiset käynnit kuluttajan kotona ja kuluttajan esittämien sellaisten kehotusten huomiotta jättäminen, jotka koskevat poistumista tai palaamatta jättämistä, lukuun ottamatta perusteltavissa olevia tilanteita, jotka liittyvät sopimusvelvoitteen täyttämiseen kansallisen lainsäädännön mukaisesti.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja myy ruokailuvälineitä kuluttajan kotiovella ja pyrkii itsepintaisesti suostuttelemaan kuluttajaa ostamaan niitä, vaikka tämä on tehnyt selväksi, ettei halua ostaa mitään elinkeinonharjoittajan tuotteita. Tällainen itsepintainen myyntitapa voi painostaa kuluttajia ostamaan tarjotun tuotteen päästäkseen eroon elinkeinonharjoittajasta.



Hyvän kauppatavan vastaiseksi menettelyksi ei katsota tilannetta, jossa elinkeinonharjoittaja käy toistuvasti kuluttajan kotona, vaikka tämä on pyytänyt elinkeinonharjoittajaa olla tulematta kotiinsa, jos elinkeinonharjoittaja pyrkii saamaan kuluttajalta maksua jostakin tuotteesta, jonka kuluttaja on tosiasiallisesti tilannut mutta jota hän ei vielä ole maksanut.

26) Sinnikkäät ja ei-toivotut myyntiyhteydenotot puhelimitse, faksitse, sähköpostitse tai muuta etävälinettä käyttäen, lukuun ottamatta perusteltavissa olevia tilanteita, jotka liittyvät sopimusvelvoitteen täyttämiseen kansallisen lainsäädännön mukaisesti.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja lähettää kuluttajalle useita tiettyä tuotetta koskevia sähköposteja tai tekstiviestejä, vaikka kuluttaja on selkeästi pyytänyt lopettamaan tällaisen menettelyn. Tämä ei välttämättä estä elinkeinonharjoittajaa ottamasta sinnikkäästi yhteyttä pyrkien saamaan kuluttajalta maksun tuotteesta, jonka kuluttaja on tilannut mutta jota hän ei vielä ole maksanut.



Ei-toivotut yhteydenotot puhelimitse on kielletty joissakin jäsenvaltioissa sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin mukaisesti⁸. Eräissä jäsenvaltioissa, kuten Saksassa, edellytetään, että kuluttaja on antanut elinkeinonharjoittajille luvan soittaa pyytämättä. Tämä pätee myös Tanskaan, jossa yhteyden ottamista kuluttajaan puhelimitse, sähköpostitse tai tekstiviestitse taikka tämän kotona tai työpaikalla ilman kuluttajan lupaa on rajoitettu tiukasti ja se on mahdollista vain, jos kuluttaja on antanut luvan etukäteen (lukuun ottamatta joitakin puhelinmyyntiä koskevia poikkeuksia). Niissä harvoissa maissa, joissa ei-toivotut yhteydenotot ovat sallittuja, esimerkiksi Italiassa ja Belgiassa, ei-toivottujen yhteydenottojen välttämiseksi on mahdollista liittyä erityiseen luetteloon.

27) Vaatimus, että kuluttajan, joka haluaa tehdä korvaushakemuksen vakuutuksen perusteella, on esitettävä asiakirjoja, joita ei kohtuudella voida pitää korvaushakemuksen hyväksyttävyyden kannalta olennaisina, tai järjestelmällinen vastaamatta jättäminen asiaan liittyvään kirjeenvaihtoon, jotta kuluttaja jättäisi käyttämättä hänelle sopimuksen perusteella kuuluvia oikeuksia.

Esimerkki: Vakuutuksenantaja vaatii, että kuluttajan on esitettävä kuitit kaikista tavaroista, joita korvaushakemus koskee, kun hän hakee korvauksia

⁸ Yksityisyyden suojasta sähköisessä viestinnässä annettu direktiivi 2002/58/EY.

matkatavaroista kadonneista tai varastetuista henkilökohtaisista tavaroistaan. Kuittien vaatimista kaikista tavaroista ei voida kohtuudella pitää olennaisena. Tällä säännöksellä varmistetaan, että kuluttaja voi käyttää vakuutustaan helposti ja tehokkaasti.

28) Mainoksiin sisällytetty lapsiin kohdistuva suora kehoitus ostaa tai suostutella heidän vanhempiaan tai muita aikuisia ostamaan mainostettuja tuotteita lapsille.

Esimerkki: ”Tämä elokuva on nyt kaupoissa – näe se ensimmäisenä kavereistasi ja pyydä heti äitiäsi ostamaan se sinulle niin pian kuin mahdollista! Hei lapset! Pyytäkää vanhempianne ostamaan Batman-trilogia-DVD! Lue Fluffy-pupun seikkailuista tästä uudesta sarjakuvakirjasta – pyydä äitiäsi ostamaan se.”

Tällä säännöllä pyritään suojelemaan lapsia (ja heidän vanhempiaan) heihin kohdistetulta suoralta mainonnalta. Tämän käytännön hyvän kauppatavan vastaisuutta määrittäessä ratkaiseva elementti on ”suora kehoitus”, eli mainoksen on pyrittävä painostamaan lapsia tai heidän vanhempiaan.

29) Maksun vaatiminen heti tai myöhemmin elinkeinonharjoittajan toimittamista tuotteista, joita kuluttaja ei ole tilannut, tai tällaisten tuotteiden palautuksen tai säilyttämisen vaatiminen (toimitus, jota ei ole tilattu).

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja toimittaa kuluttajalle tavaroita tai suorittaa palveluja, joita ei ole tilattu etukäteen (esimerkiksi elinkeinonharjoittaja lähettää kuluttajalle kirjan, jota kuluttaja ei ole pyytänyt, ja vaatii kirjasta maksua).

Huomaathan, että kuluttajan oikeuksista annetun direktiivin mukaan kuluttajilla ei ole velvollisuutta maksaa mahdollisista pyytämättä toimitetuista tavaroista tai suoritetuista palveluista. Kuluttajilla ei

myöskään ole velvollisuutta vastustaa tavaroiden toimitusta pyytämättä tai lähettää tällaisia tavaroita takaisin.

30) Kuluttajalle annettu selvä ilmoitus, että jollei tämä osta tuotetta tai palvelua, elinkeinonharjoittajan työpaikka tai toimeentulo on vaarassa.

Esimerkki: Elinkeinonharjoittaja tulee kuluttajan kotiin myymään pölynimuria ja väittää, että hän menettää työpaikkansa, jos kuluttaja ei osta imuria. Tätä säännöstä sovellettaessa ei ole väliä, onko väite totta vai ei.

31) Sellaisen perättömän vaikutelman luominen, että kuluttaja on jo voittanut, voittaa tai tietyllä tavalla toimiessaan voittaa palkinnon tai muun edun, vaikka tosiasiasa mitään palkintoa tai etua ei ole tai palkinnon tai muun edun saaminen edellyttää kuluttajalta rahasuoritusta tai kustannuksia vaativaa toimenpidettä.

Esimerkki: elinkeinonharjoittaja ilmoittaa kuluttajalle, että tämä on voittanut palkintoauton, vaikka tosiasiasa tällaista palkintoa ei ole tai palkinnon saamiseksi kuluttajan on ostettava jokin toinen tuote tai suoritettava maksu esimerkiksi soittamalla lisämaksulliseen palvelunumeroon.

Mitä ovat harhaanjohtavat toimet?

Harhaanjohtavien toimien kieltämisellä varmistetaan, että kaikissa kaupallisissa menettelyissä annetaan vain totuudenmukaisia ja täsmällisiä tietoja ja että tietoja ei anneta kuluttajalle harhaanjohtavassa asiayhteydessä. Kaupallisen menettelyn oikeudenmukaisuutta on aina arvioitava analysoimalla, olisiko menettely harhaanjohtava keskivertokuluttajalle.

Esimerkiksi seuraavat tapaukset katsottaisiin harhaanjohtaviksi toimiksi, koska niissä annetaan väärää tietoa:

1. Elintarvikemainoksessa väitetään, että elintarvikkeet eivät sisällä lisäaineita, vaikka todellisuudessa ne sisältävät niitä.
2. Hotellihuoneen mainoksessa väitetään, että huoneesta on suora näkymä merelle, vaikka tämä ei pidä paikkaansa.
3. Automainoksessa auton hiilidioksidipäästöt ilmoitetaan pienemmiksi kuin ne todellisuudessa ovat.
4. Kuluttajaa kannustetaan ostamaan kaupallinen takuu uudelle jääkaapille väittäen, että muussa tapauksessa kuluttajalla ei olisi käytettävissä oikeussuojakeinoja, jos jääkaappi ei toimi, vaikka myyjä on lain mukaan vastuussa tuotteen toimivuudesta lakisääteistä takuuta koskevien EU:n sääntöjen mukaisesti⁹.

Seuraavat tapaukset katsottaisiin harhaanjohtaviksi toimiksi, koska niissä esitetään totuudenmukaisia tietoja harhaanjohtavalla tavalla:

1. Pieni annos suklaata tarjotaan huomattavasti isommassa pakkauksessa, jolloin syntyy käsitys, että pakkaus sisältää merkittävästi enemmän suklaata kuin siinä todellisuudessa on.
2. Kuivapesulan palveluja tarjotaan niin, että kuluttaja luulee ammattimaisen vaatteiden silityksen sisältyvän hintaan, vaikka tämä ei pidä paikkaansa.

Toimien harhaanjohtavuutta olisi arvioitava seuraavia kaupalliseen menettelyyn liittyviä seikkoja koskevien tietojen perusteella:

1. tuotteen olemassaolo tai sen luonne (esim. käytettyä tuotetta myydään uutena)

⁹ Lue kolmannesta moduulista lisää kuluttajan oikeuksista ja takuista.

2. tuotteen tai palvelun pääominaisuudet, maantieteellinen tai kaupallinen alkuperä tai tulokset, joita sitä käyttämällä odotetaan saavutettavan (esim. koostumus: sokeriton, säilöntäaineeton, ravitsemusväitteet; valitusten käsittelymenettelyjen saatavuus; tuotantotavat: hormonivapaa, luomutuotteet; tuotteen mainostettu määrä: yhden litran pullo, mutta pullo sisältää vain 90 cl tuotetta; tekniset ominaisuudet: polttoaineen kulutus, energiankulutus)
3. elinkeinonharjoittajan sitoumusten laajuus, kaupallisen menettelyn perusteet ja myyntiprosessin luonne, maininta tai tunnus, joka liittyy tuotteen tai elinkeinonharjoittajan suoraan tai välilliseen sponsorointiin tai hyväksyntään (esim. väite, jonka mukaan tuotteen ostamisella tuetaan taloudellisesti humanitaarista järjestöä, vaikka tämä ei pidä paikkaansa)
4. hinta tai sen laskentatapa tai erityinen hintaetu (esim. tekaistun hinnan esittäminen: junalipun hinnaksi ilmoitetaan 59 euroa, vaikka hinta on tosiasiasa 109 euroa)
5. huollon, osan, vaihtamisen tai korjauksen tarve (esim. valheellinen väite, että myytyyn automalliin saa varaosia seuraavien kymmenen vuoden ajan)
6. elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajansa luonne, ominaisuudet ja oikeudet, kuten henkilöllisyys ja varallisuus, pätevyys, asema, hyväksyntä, kytkentä tai yhteys ja hänen omistamansa teolliset, kaupalliset ja immateriaalioikeudet tai saamansa palkinnot ja tunnustukset (esim. valheellinen väite, että elinkeinonharjoittaja on saanut parhaan vaatturin palkinnon)
7. kuluttajan oikeudet, myös oikeus korvaukseen tai hyvitykseen tai kuluttajan mahdollisesti kohtaamat

riskit (esim. mikä tahansa lainsäädännöllä turvattu kuluttajan oikeus, kuten lakisääteinen takuu)¹⁰.

Mitä ovat harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset?

Harhaanjohtava mainitsematta jättäminen on hyvän kauppataivan vastaisen käytännön muoto, jossa elinkeinonharjoittaja jättää antamatta kuluttajalle olennaisia tietoja, joita keskivertokuluttaja tarvitsee perustellun taloudellisen ratkaisun tekemiseen. Kuluttajalle on annettava kaikki asiaankuuluvat tiedot tuotetta mainostettaessa ja ennen sen myymistä.

Esimerkki harhaanjohtavasta mainitsematta jättämisestä: *Lennä Pariisiin 99 eurolla* – mainoksessa ei kerrota, että hintaan lisätään erilaisia maksuja, kuten huomattava lentokenttämaksu, jolloin lopullinen hinta on yli 150 euroa. Vastaavanlaista harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä olisi mainostaa nopeaa Internet-yhteyttä 29 eurolla kuussa mutta jättää mainitsematta, että pystyäkseen hyödyntämään tarjouksen kuluttajan on tehtävä kolmen vuoden sopimus.

Kaupallinen menettely luokitellaan harhaanjohtavaksi mainitsematta jättämiseksi myös, jos elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle kaikki olennaiset tiedot mutta tekee sen epäselvästi, vaikeaselkoisesti, monitulkintaisesti tai liian myöhään. Näin ollen tietojen esittäminen niin, että kuluttaja ei pysty hyödyntämään niitä, kuten vaikeasti luettavien kirjjasinlajien käyttäminen, rinnastetaan siihen, että tietoja ei anneta lainkaan¹¹.

¹⁰ Lue toisesta moduulista lisää peruuttamisoikeudesta.

¹¹ Katso lisätietoja tietojen esittämisestä selkeästi moduulista, jossa käsitellään ennen sopimuksentekoa annettavia tietoja koskevia vaatimuksia, ja moduulin osasta, jossa käsitellään vaadittavien tietojen antamista kuluttajalle.

Huomaathan, että tietovaatimukset ovat tiukemmat, jos elinkeinonharjoittajan kaupallinen viestintä muodostaa niin sanotun **ostokehotuksen**, joka on mainontaa suppeampi käsite. Ostokehotuksessa elinkeinonharjoittaja antaa tietoa mainostetun tuotteen ominaisuuksista ja sen hinnasta, jotta kuluttaja pystyy tekemään ostopäätöksen.

Jos harjoitat kaupallista viestintää, joka katsotaan ostokehotukseksi, sinun on aina mainittava seuraavat tiedot, jolleivät ne ilmene asiayhteydestä:

1. tuotteen tai palvelun pääominaisuudet
2. maantieteellinen osoitteesi, henkilöllisyytesi ja toiminimesi tai sen taloudellisen toimijan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, jonka puolesta toimit
3. lopullinen hinta (myös verot sekä kaikki lisämaksut, kuten rahti-, toimitus- ja postimaksut) tai, jos hintaa ei voida laskea etukäteen (tuotteen tai palvelun luonteen vuoksi), on selitettävä hinnan laskutapa ja, jos lisämaksuja voida laskea etukäteen, on ilmoitettava, että kuluttaja voi joutua maksamaan tällaisia lisämaksuja
4. maksuun, toimitukseen, suorittamiseen ja/tai valitusten käsittelyyn liittyvät erityisjärjestelyt
5. tarvittaessa peruuttamisoikeus¹².

Mitä ovat aggressiiviset menettelyt?

Aggressiiviset menettelyt ovat hyvän kauppataivan vastaisten käytäntöjen muotoja, joissa elinkeinonharjoittaja rajoittaa lainvastaisesti kuluttajan valinnanvapautta tai käyttäytymistä.

Käytännössä aggressiivinen menettely juontuu jostakin seuraavista elinkeinonharjoittajan käyttäytymisen

muodoista: häirintä (esim. ärsyttävät ja toistuvat puhelut), pakottaminen (kuluttajan uhkaaminen, jotta hän ostaisi tuotteen), myös fyysinen voimankäyttö, tai sopimaton vaikuttaminen (valta-aseman väärinkäyttö, jolloin kuluttajalla ei ole valinnanvapautta).

Seuraavassa mahdollisia esimerkkejä:

1. Elinkeinonharjoittaja tekee pitkäaikaisen palvelusopimuksen päättämisestä tai toiselle toimijalle siirtymisestä kuluttajalle käytännössä erittäin vaikeaa uusimalla sopimuksen toistuvasti automaattisesti.
2. Elinkeinonharjoittaja pyytää huomattavasti liikkeen normaalihintaa korkeamman hinnan oven lukosta kuluttajalta, joka tarvitsee kiireellisesti uuden lukon.

Keskivertokuluttajat ja hyvän kauppataivan vastaisille käytännöille alttiit kuluttajat

Kun arvioidaan kaupallisen menettelyn oikeudenmukaisuutta yleislausekkeen tai harhaanjohtavia menettelyjä, harhaanjohtavia mainitsematta jättämisistä ja aggressiivisia menettelyjä koskevien sääntöjen perusteella, on otettava huomioon keskivertokuluttajan odotetun käyttäytymisen taso. Jos elinkeinonharjoittaja kohdistaa toimintansa hyvän kauppataivan vastaisille käytännöille alttiille kuluttajille, olennaista on näiden kuluttajien odotetun käyttäytymisen taso.

EU:n lainsäädännössä erotetaan kaksi kuluttajatyyppeä: *keskivertokuluttaja* ja *hyvän kauppataivan vastaisille käytännöille altti kuluttaja*. Sinun on mukautettava toimintatapasi sen mukaan, millaisten kuluttajien kanssa olet tekemisissä.

¹² Lue toisesta moduulista lisää peruuttamisoikeudesta.

EU:n lainsäädännössä *hyvän kauppatavan vastaisille käytännöille altis kuluttaja* määritellään kuluttajaksi, joka on altis tällaisille menettelyille ikänsä, henkisen tai fyysisen vajavaisuutensa tai herkkäuskoisuutensa vuoksi. Esimerkkejä tällaisista kuluttajista ovat lapset, ikääntyneet ja vammaiset henkilöt.

Hyvän kauppatavan vastaisille käytännöille alttiit kuluttajat tarvitsevat erityistä suojelua hyvän kauppatavan vastaisilta käytännöiltä. Siksi on tärkeää kiinnittää enemmän huomiota kaupalliseen menettelyyn, kun kohdennat toimintasi tällaisiin kuluttajiin.

Jotta et syöllistyisi harhaanjohtavaan mainitsematta jättämiseen, voit mukauttaa tapoja, joilla annat tietoa erityyppisille alttiille kuluttajille. Jos esimerkiksi myyt tuotteita ikääntyneille, voit suurentaa esitettävien tietojen kirjasinkokoa. Tietojen on oltava selkeitä, ymmärrettäviä ja helposti saatavilla.

Samoin jos kohderyhmänä ovat näkövammaiset, tiedot on esitettävä heille sopivalla välineellä ja oikein symbolein. Asiantuntijat voivat auttaa sopivien välineiden ja symbolien valinnassa. Löydät heidän yhteystietonsa verkosta.

Mitä jos hyvää kauppatapaa koskevaa velvollisuutta ei noudateta?

EU:n lainsäädännössä edellytetään, että hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä koskevien sääntöjen rikkomisesta määrättävien seuraamusten on oltava oikeasuhteisia, tehokkaita ja varoittavia. Itse seuraamuksissa on eroja jäsenvaltioiden välillä.



Suomessa elinkeinonharjoittajaa voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta lainvastaista sopimatonta menettelyä taikka

uudistamasta sellaista tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kiellon määrää markkinaoikeus tai kuluttaja-asiamies. Kielto voidaan antaa myös väliaikaisena, jolloin kielto on voimassa, kunnes asia on lopullisesti ratkaistu. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeetonta.

Seuraamuksiin sisältyy tavallisesti hyvän kauppatavan vastaisen käytännön avulla tehdyn sopimuksen mitätöinti. Hyvän kauppatavan vastaisten käytäntöjen soveltamisesta määrättävät seuraamukset voivat myös olla rikosoikeudellisia, ja esimerkiksi hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä soveltaneen yrityksen vastuuhenkilö voidaan saattaa rikosoikeudelliseen vastuuseen ja tuomita vankeuteen. Yleisimpiä seuraamuksia ovat kuitenkin erisuuruiset rahamääräiset sakkorangaistukset. Seuraavassa muutamia esimerkkejä:

- Italian kuluttajansuojalain 27 pykälässä vahvistetaan 5 000 euron vähimmäissakko ja 5 000 000 euron enimmäissakko. Määriä sovelletaan niin hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä ja kuluttajan oikeuksia koskevan direktiivin rikkomisiin kuin molempien direktiivien samanaikaisiin rikkomisiin. Jos elinkeinonharjoittajaa rikkoo säännöksiä toistuvasti, elinkeinonharjoittajaa voidaan kehottaa keskeyttämään toimintansa enintään 30 päiväksi.
- Belgiassa voidaan määrätä enintään 600 000 euron suuruinen sakkorangaistus.
- Saksassa ei-toivotusta puhelinmyynnistä voi saada enintään 300 000 euron suuruisen sakon.

Saat tarkempia tietoja elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisiä hyvän kauppatavan vastaisia käytäntöjä koskevista säännöistä ja siitä, kuinka Euroopan unionin tuomioistuin, kansalliset

tuomioistuimet ja kansalliset viranomaiset tulkitsevat niitä, [Euroopan komission julkaisemista ohjeista](#)¹³.

Ohjeisiin sisältyy luku, jossa selitetään erityisesti, kuinka sääntöjä sovelletaan verkkopalvelujen alalla syntyneisiin uusiin liiketoimintamalleihin, kuten alustoihin, yhteistyötalouteen, vertailuvälineisiin, käyttäjäarvioihin ym.

¹³ Katso http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/files/ucp_guidance_en.pdf.

Osio II: Kohtuuttomat ehdot

Mitä ovat kuluttajasopimus ja sopimusehdot?

Kuluttajasopimus on mikä tahansa sopimus, jonka elinkeinonharjoittaja tekee kuluttajan kanssa, ja sen kohteena voi olla tavaroiden, palvelujen ja/tai digitaalisen sisällön tarjoaminen.

Sopimus voi olla esimerkiksi verkossa kuluttajan kanssa tehty sopimus kirjojen myymisestä.¹⁴

Useimpiin sopimuksiin kuuluu erottamattomana osana sopimusehdot, joissa vahvistetaan vakiomuotoiset ja ehdottomat säännöt ja menettelyt, jotka kuluttajan on hyväksyttävä. Ne ovat usein monimutkaisia ja laajoja oikeudellisia tekstejä. Tutkimusten mukaan useimmat kuluttajat eivät lue niitä etenkään, jos ne esitetään verkossa. Useimmat kuluttajat eivät tutustu sopimusehtojen sisältöön, vaikka ehdot on muodollisesti hyväksyttävä verkossa esimerkiksi valitsemalla valintaruutu.


Jos käytät sopimusehtoja kuluttajien kanssa tehtävissä sopimuksissa, sinun olisi ensimmäisenä määriteltävä selkeästi niiden tarkoitus. Sopimusehtoja ei välttämättä tarvita lainkaan, jos kansallisten sääntöjen tai EU-sääntöjen mukainen oletusarvoinen oikeudellinen tilanne muodostaa sopivat ja riittävät puitteet sopimuksen toteuttamiselle.

Jos kuitenkin katsot sopimusehdot tarpeellisiksi, pidä niitä keinona parantaa kuluttajan luottamusta pikemmin kuin keinona vapauttaa itsesi mahdollisimman monista vastuista. Riitatilanteessa tuomari tarkastaa sopimusehtojen kohtuullisuuden seuraavissa osioissa selitettyjen sääntöjen perusteella.

Millaiset ovat ehtojen kohtuullisuutta koskevat säännöt ja milloin niitä sovelletaan?

Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetussa EU:n direktiivissä 93/13/ETY edellytetään, että kuluttajasopimusten ehtojen on täytettävä tietyt vaatimukset. Erityisesti niiden on oltava hyvän tavan mukaisia, eivätkä ne saa aiheuttaa kuluttajan vahingoksi huomattavaa epätasapainoa osapuolten sopimuksesta johtuvien oikeuksien ja velvollisuuksien välille.


Direktiiviä sovelletaan kaikkiin kuluttajasopimuksiin; sitä ei kuitenkaan sovelleta kaikkiin sopimusehtoihin. Direktiivi ei koske pakollisia lakeja tai asetuksia heijastavia sopimusehtoja eikä kansainvälisten sopimusten, joissa EU:n jäsenvaltiot tai EU ovat osallisina, määräyksiä tai periaatteita, esimerkiksi liikenteen alalla.

Nämä EU-säännöt koskevat vain **vakiomuotoisia** sopimusehtoja eli etukäteen laadittuja ehtoja, joiden sisältöön kuluttaja ei ole voinut vaikuttaa ja josta ei ole neuvoteltu erikseen. Huomaathan kuitenkin, että eräät jäsenvaltiot ovat laajentaneet EU:n kohtuullisuusvaatimusten soveltamisalaa myös erikseen neuvoteltuihin sopimusehtoihin. Tällaisia jäsenvaltioita ovat Itävalta, Belgia, Luxemburg, Malta, Ranska, Suomi, Tanska, Tšekki ja Yhdistynyt kuningaskunta.  Suomessa sekä vakiomuotoisten että erikseen neuvoteltujen ehtojen tulee olla kuluttajan kannalta kohtuullisia.

EU:n kohtuullisuusvaatimuksia ei sovelleta kuluttajasopimuksen pääkohteeseen liittyviin sopimusehtoihin eikä niissä ilmoitettuihin hintoihin ja palkkioihin, mikäli nämä ehdot on esitetty selkeästi ja ymmärrettävästi.

¹⁴ Lue ensimmäisestä moduulista lisää ennen sopimuksentekoa annettavia tietoja koskevista vaatimuksista.

Huomaathan, että eräät jäsenvaltiot ovat laajentaneet näiden EU:n kohtuullisuusvaatimusten soveltamisalaa myös yritysten välisiin sopimuksiin. Tällaisia jäsenvaltioita ovat Alankomaat, Bulgaria (oikeuskäytännön perusteella), Itävalta, Kreikka, Kroatia, Luxemburg, Portugali, Puola, Ranska, Ruotsi, Saksa, Slovenia, Tanska, Tšekki (vain jos yrittäjän toiminta ei liity hänen liiketoimintaansa), Viro ja

Unkari¹⁵.  Kuten edellä on todettu, Suomessa elinkeinonharjoittajien välisiin suhteisiin sovelletaan eri lainsäädäntöä kuin kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien välisiin suhteisiin.

Ovatko kohtuuttomia ehtoja koskevat säännöt samat kaikissa jäsenvaltioissa?

Kohtuuttomia ehtoja koskevissa EU-tason säännöissä asetetaan vain suojelun vähimmäistaso. Jäsenvaltiot voivat vapaasti hyväksyä sääntöjä, joilla asetetaan korkeampi, muttei koskaan matalampi, kuluttajansuojan taso. Näin ollen ohjaavat periaatteet ovat aina samat, mutta maassa, jossa tarjoat tuotteitasi, voi olla voimassa kohtuuttomia ehtoja koskevia erityissääntöjä. Tämä koskee erityisesti kansallisia lakeja, joissa esitetään "mustia" tai "harmaita" listoja sopimusehdoista, joita pidetään aina tai yleisesti kohtuuttomina. Voit katsoa [Euroopan komission verkkosivustolta](#)¹⁶, mitkä jäsenvaltiot ovat hyväksyneet tällaisia sääntöjä. Jos haluat tarkastaa, kuinka yksittäiset jäsenvaltiot ovat saattaneet kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin osaksi kansallista lainsäädäntöään, voit myös käyttää [Euroopan komission uutta kuluttajaoikeustietokantaa](#)¹⁷.

¹⁵ Katso sivut 372–374 raportista Study for the Fitness Check http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=44840.

¹⁶ http://ec.europa.eu/consumers/consumer_rights/rights-contracts/directive/notifications/index_en.htm

¹⁷ https://e-justice.europa.eu/content_consumer_law-505-en.do

Tarve noudattaa toisen maan kuluttajaoikeuden vaatimuksia

Jos myyt tuotteita tai tarjoat palveluja kuluttajille oman maasi ulkopuolella, sinun on noudatettava sen jäsenvaltion kuluttajaoikeuden vaatimuksia, jossa kuluttaja asuu. Sinun on siis tarkistettava kuluttajasopimustesi vaatimustenmukaisuus erikseen kaikissa niissä jäsenvaltioissa, joissa harjoitat liiketoimintaa. Tämä on erityisen tärkeää kohtuuttomien ehtojen luettelon osalta. Jos sisällytät vakiomuotoisiin sopimusehtoihin sovellettavan lainsäädännön valintalausekkeen, jossa määritetään, että sopimukseen sovelletaan oman maasi lainsäädäntöä, sinun on ilmoitettava muissa jäsenvaltioissa asuville kuluttajille, että noudatat myös heidän asuinmaansa pakollisten sääntöjen takaamia oikeuksia¹⁸.

Mitä ovat hyvän tavan periaate ja huomattava epätasapaino?

Hyvän tavan periaate edellyttää, että sopimusehdon tulee olla sellainen, että kuluttaja olisi hyväksynyt sen, jos olisi neuvotellut siitä erikseen. Hyvän tavan periaate tarkoittaa, että et voi määrätä ehtoa, jolla velvoitat kuluttajan käyttämään tarjoamiasi kuntosalipalveluja kymmenen vuoden ajan ilman mahdollisuutta irtisanoa sopimusta aiemmin. Sama pätee ehtoon, jossa määritetään välimiesmenettely ainoaksi tavaksi ratkaista kuluttajasopimusta koskevia riitoja.

Olellisinta yleisessä oikeudenmukaisuuskriteerissä on se, että kohtuuton ehto aiheuttaa **huomattavaa epätasapainoa** osapuolien oikeuksien ja velvollisuuksien välille – kuluttajan vahingoksi. **Huomattava epätasapaino** tarkoittaa sitä, että elinkeinonharjoittaja väärinkäyttää valtaansa asiakkaaseen: elinkeinonharjoittaja on tyypillisesti kuluttajaa vahvemmassa asemassa, sillä hänellä on

¹⁸ Katso kuluttajamyyntiä käsittelevän kolmannen moduulin kansainvälistä kauppaa koskeva osa.

enemmän tietoa kyseessä olevista tuotteista ja palveluista.

Jotta voimme varmistaa, aiheuttaako sopimusehto huomattavaa epätasapainoa kuluttajan vahingoksi, on huomattava erityisesti, mitä kansallisen lainsäädännön säädöksiä sovelletaan, koska osapuolien välillä ei tältä osin ole sopimusta. Tarkoituksena on tarkistaa, asettaako sopimus kuluttajan voimassa olevaa paikallista lakia epäsuotuisampaan tilanteeseen.

Esimerkkinä tästä olisi sopimusehto, jonka mukaan elinkeinonharjoittajalla on mahdollisuus päättää sopimus ilman syytä mutta kuluttajalla ei. Toisena esimerkkinä on ehto, jossa elinkeinonharjoittaja saa pitää kuluttajan maksaman summan tuotteista tai palveluista, joita ei ole vielä toimitettu, kun elinkeinonharjoittaja itse irtisanoo sopimuksen.

Kohtuuttoman ehdon tilanteessa elinkeinonharjoittajan aikomuksilla ei ole merkitystä, koska sillä ei ole juurikaan merkitystä, määräsikö elinkeinonharjoittaja kohtuuttoman ehdon tarkoituksellisesti vai muuttuiko ehto kohtuuttomaksi, koska elinkeinonharjoittaja on huolimaton tai tietämätön.

Miten sopimusehdot tulisi kirjoittaa?

Kuluttajasopimukseen sisällytetyt ehdot on kirjoitettava selkeästi ja ymmärrettävästi niin muodoltaan kuin sisällöltäänkin.

Esimerkki sopimusehdosta, jota ei ole kirjoitettu selkeästi ja ymmärrettävästi, on erittäin pienen fonttikoon käyttäminen sopimusehtotekstissä.

Euroopan unionin tuomioistuin on jatkuvasti pitänyt kiinni vaatimuksesta, että sopimusehdot ”kirjoitetaan selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla”, koska niiden on oltava muodollisesti ja kieliopillisesti ymmärrettäviä. Tämä läpinäkyvyysvaatimus tarkoittaakin, että kuluttajan on kyettävä täysin ymmärtämään tietystä

ehdosta aiheutuvat oikeudelliset ja taloudelliset seuraamukset.

Huomaa myös, että jos sopimusehdon merkitys on monitulkintainen, epäselvä tai epätarkka, sovelletaan aina kuluttajalle suotuisinta sopimusehtoa.

Jos sopimukseen sisällytetään kuluttajalle esimerkiksi 15 päivän maksuehto, mutta ehdosta ei käy ilmi, milloin kyseinen määräaika alkaa, määräajan alkamisajankohdaksi määritetään tuotteen todellinen toimitusajankohta kuluttajalle sopimuksen solmimisajankohdan sijasta.

Onko olemassa sopimusehtoja, joita voidaan pitää kaikissa tapauksissa kohtuuttomina?

Vastaus tähän kysymykseen kuuluu: riippuu tilanteesta. EU-lakeihin ei ole luetteloitu ehtoja, joita voidaan kaikissa tilanteissa pitää kohtuuttomina. Jotkut jäsenvaltiot ovat kuitenkin sisällyttäneet paikallisiin lakeihinsa luetteloita sopimusehdoista, joita voidaan pitää kohtuuttomina kaikissa olosuhteissa (”mustat listat”)¹⁹.

Seuraavat jäsenvaltiot ovat laajentaneet oikeudenmukaisuuden valvonnan käsittämään myös erikseen sovitut ehdot: Belgia, Itävalta, Malta, Luxemburg, Ranska, Suomi, Tanska, Tšekki ja Yhdistynyt kuningaskunta. Tästä syystä on suositeltavaa tutustua asiaa koskevaan kansalliseen lainsäädäntöön sekä selvittää, pidetäänkö joitakin ehtoja kaikissa tapauksissa kohtuuttomina.

Jotkut jäsenvaltiot ovat esimerkiksi kirjanneet mustalle listalle sellaisten sopimusehtojen käytön, joissa toimivaltaisena tuomioistuimena riita-asioissa toimii ainoastaan elinkeinonharjoittajan pääasiallinen toimipaikka.

¹⁹ Katso osoitteesta http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=59332 raportti kuluttaja- ja markkinointioikeuden asianmukaisuustarkistuksesta.



Suomen kuluttajansuojalain 3 ja 4 luvuissa säädetään kohtuuttomista sopimusehdoista. 3 luvun esitöissä todetaan, että sopimusehtojen kohtuuttomuutta arvioitaessa on kiinnitettävä huomiota kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin (93/13/ETY) liitteen ohjeelliseen, eityhjentävään luetteloon ehdoista, joita voidaan pitää yleensä kohtuuttomina. (ks. alla.)

Millaiset ehdot ovat todennäköisesti kohtuuttomia?

Kohtuuttomia ehtoja koskevassa 93/13/ETY-direktiivissä on luetteloitu useita yleisesti (mutta ei automaattisesti) kohtuuttomina pidettyjä ehtoja.

Huomaa, että tämä on ohjeellinen luettelo, joka ei ole tyhjentävä.

Ehtojen oikeudenmukaisuus on edelleen tarkistettava tapauskohtaisesti yleisen oikeudenmukaisuustestin avulla. Kuitenkin käytännössä on hyvin todennäköistä, että kyseisiä ehtoja pidetään kohtuuttomina, joten niiden käyttöä on yksinkertaisesti vain parasta välttää.

Ohjeellinen luettelo sisältää seuraavat ehdot:

- a) myyjän tai toimittajan laillisen vastuun poissulkeminen tai rajoittaminen, jos kuluttaja kuolee tai loukkaantuu myyjän tai toimittajan toimen tai laiminlyönnin vuoksi;

Esimerkki: Ehto, joka rajoittaa tuottajan vastuuta virheellisen tuotteen aiheuttaman kuoleman tai loukkaantumisen tapauksessa, johtuipa se sitten tuottajan tarkoituksellisesta toimenpiteestä tai törkeästä huolimattomuudesta (eli vastuu laiminlyönnistä tai tietoisesta teosta riippumatta)[1].

- b) kuluttajan lainmukaisten oikeuksien epäasianmukainen poissulkeminen tai

rajoittaminen suhteessa myyjään tai toimittajaan tai muuhun osapuoleen, kun myyjä tai toimittaja on laiminlyönyt sopimusvelvoitteidensa mukaiset toimenpiteet kokonaan tai osittain tai niitä ei ole suoritettu riittävällä tavalla;

Esimerkki: ehto, jonka mukaan kuluttajalla ei ole oikeutta oikaisukeinoihin (kuten korjaukseen tai vaihtoon), jos kuluttajan ostama uuni osoittautuu virheelliseksi eikä sitä voi käyttää.

- c) kuluttajaa sitovan sopimuksen solmiminen, kun taas myyjän tai toimittajan tarjoamat palvelut toteutetaan ainoastaan myyjän tai toimittajan tahdosta riippuen;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja pidättää oikeuden toimia sopimuksen mukaisesti ainoastaan silloin, kun se elinkeinonharjoittajalle sopii.

- d) ehto, jossa myyjä tai toimittaja saa pitää kuluttajan jo maksamat summat jälkimmäisen päättäessä jättää sopimuksen tekemättä ja tarjoamatta kuluttajalle vastaavaa korvausta myyjältä tai toimittajalta, kun jälkimmäinen on sopimuksen peruuttava osapuoli;

Esimerkki: ehto, joka edellyttää huomattavaa ennakkomaksua tai käsirahaa, jota ei palauteta missään olosuhteissa. Jos kuluttaja kuitenkin peruu tilauksensa ilman perusteluja ja tämän johdosta elinkeinonharjoittaja kärsii tappioita, kuluttaja ei voi odottaa kaikkien ennakkomaksujensa täysimääräistä palauttamista.

- e) ehto, joka edellyttää kuluttajaa, joka ei täytä velvoitettaan, maksamaan suhteettoman suuren summan korvauksena;

Esimerkki: ehto, jossa kuluttaja joutuu

maksamaan erittäin korkeat säilytysmaksut, jos hän ei pysty hakemaan lähetystä sovitusti.

- f) ehto, jossa myyjä tai toimittaja voi irtisanoa sopimuksen harkinnanvaraisesti mutta samaa mahdollisuutta ei anneta kuluttajalle, tai jos myyjä tai toimittaja saa pitää kuluttajan jo maksamat summat palveluista, joita ei ole vielä toimitettu, kun myyjä tai toimittaja itse irtisanoo sopimuksen;

Esimerkki: ehto, jossa kuluttaja ei voi peruuttaa sopimusta missään olosuhteissa tai voi tehdä sen ainoastaan, kun toimittaja antaa siihen luvan. Tämän säännöksen taustalla oleva logiikka on se, että kuluttajan ja toimittajan tulee olla yhdenvertaisessa asemassa sopimuksen päättämisen tai peruuttamisen suhteen.

- g) ehto, jossa myyjä tai toimittaja voivat päättää kestoltaan rajoittamattoman sopimuksen ilman kohtuullista irtisanomisaikaa lukuun ottamatta vakavia perusteita tehdä niin;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja pidättää oikeuden päättää Internet-käyttöoikeussopimuksen ilman erillistä ilmoitusta, jolloin kuluttajalle ei jää aikaa etsiä toista palveluntarjoajaa ennen määräajan umpeutumista. Lukuun ottamatta vakavia olosuhteita, joista aiheutuu elinkeinonharjoittajalle tai muille osapuolille todellisia tappio- tai haittariskejä sopimuksen jatkuessa vaikka vain lyhyenkin ajan (esimerkiksi petoksessa), elinkeinonharjoittajan yksipuolista oikeutta päättää kestoltaan rajoittamattomat sopimukset pidetään yleensä kohtuuttomana ehtona.

- h) määräaikaisen sopimuksen automaattinen jatkaminen, jos kuluttaja ei ilmoita toisin ja kun kuluttajalle annettu määräaika olla jatkamatta sopimusta on kohtuuttoman aikaisin;

Esimerkki: ehto, joka edellyttää kuluttajaa peruuttamaan 1. heinäkuuta 2019 loppuvan sopimuksen automaattisen jatkamisen 1. helmikuuta 2019. Ehto edellyttää, että sopimusta jatketaan automaattisesti, jos kuluttaja ei toimi näin. Periaatteessa on sallittua jatkaa automaattisesti määräaikaisen sopimuksen kesto. Oikeudenmukaisuustestin läpäisemiseksi kuluttajalle on kuitenkin annettava kohtuullinen aika ilmaista toiveensa jatkaa sopimusta – tässä niin ei ole menetelty.

- i) kuluttajan sitominen peruuttamattomasti ehtoihin, joihin hänellä ei ole ollut mahdollisuutta tutustua ennen sopimuksen solmimista;

Esimerkki: ehto, joka viittaa toisessa asiakirjassa oleviin ehtoihin, kun kyseinen asiakirja ei ole kuluttajan saatavilla ja jossa todetaan, että kuluttaja on peruuttamattomasti sidoksissa näihin kyseisiin (muihin) ehtoihin.

- j) ehto, jossa myyjä tai toimittaja voi muuttaa sopimuksen ehtoja yksipuolisesti ilman sopimuksessa määriteltyä pätevää syytä;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja pidättää oikeuden yksipuolisesti muuttaa sanomalehden tilauskustannuksia ilman pätevää syytä, joka mainittaisiin jo itse sopimuksessa

- k) ehto, jossa myyjä tai toimittaja voi muuttaa yksipuolisesti ilman pätevää syytä mitä tahansa tarjottavan tuotteen tai palvelun ominaisuutta;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja pidättää oikeuden tarjota kuluttajalle ilman pätevää syytä huomattavasti hitaampaa Internet-käytön nopeutta, kuin mitä sopimuksessa oli alun

perin sovittu.

- l) ehto, jossa tuotteiden hinta määritetään vasta toimitushetkellä tai jos tuotteiden myyjä tai palveluiden toimittaja voi korottaa hintojaan antamatta kuluttajalle vastaavaa mahdollisuutta peruuttaa sopimusta, jos lopullinen hinta nousee liian korkeaksi verrattuna sopimuksen solmimishetkellä sovittuun hintaan;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja voi yksipuolisesti kaksinkertaistaa kuntosalinsa kuukausimaksun kuluttajan solmittua sinne vuosisopimuksen antamatta kuluttajalle mahdollisuutta peruuttaa sopimus.

- m) ehto, jossa myyjälle tai toimittajalle annetaan oikeus määrittää, ovatko toimitetut tuotteet tai palvelut sopimuksen mukaisia tai jos heille annetaan yksinoikeus tulkita mitä tahansa sopimuksen ehtoja;

Esimerkki: ehto, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja voi yksin päättää, onko hän vastuussa kuluttajalle myymänsä jääkaapin suorituskyvystä.

- n) ehto, joka rajoittaa myyjän tai toimittajan velvollisuutta noudattaa edustajiensa sitoumuksia tai tehdä omista sitoumuksistaan tiettyjen muodollisuuksien alaisia;

Esimerkki: ehto, jossa todetaan, että myyjä ei ole vastuussa mistään kaupallisista takuista, joita hänen edustajansa myyvät.

- o) ehto, joka velvoittaa kuluttajaa täyttämään velvollisuutensa mutta myyjän tai toimittajan ei tarvitse toimia samoin;

Esimerkki: ehto, jossa kuluttajien on jatkettava

maksujen maksamista, vaikka sovittuja tuotteita tai palveluja ei ole toimitettu sovitusasi.

- p) ehto, joka antaa myyjälle tai toimittajalle mahdollisuuden siirtää oikeuksiaan tai velvoitteitaan sopimuksenn nojalla vähentääkseen kuluttajan takuuta ilman jälkimmäisen suostumusta;

Esimerkki: ehto, jossa elinkeinonharjoittaja pidättää oikeuden siirtää liiketoimintansa toiselle elinkeinonharjoittajalle, jolloin toinen elinkeinonharjoittaja voi lyhentää tuotteen ostaneelle kuluttajalle alun perin myönnettyä kaupallisen takuun kestoa (esimerkiksi 5 vuodesta 3 vuoteen).

- q) ehto, joka estää tai poissulkee kuluttajan oikeutta ryhtyä oikeustoimiin tai käyttää muita oikeussuojakeinoja, erityisesti vaatimalla kuluttajaa viemään kiistat yksinomaan sellaisiin välimiesmenettelyihin, jotka eivät kuulu lain soveltamisalaan, rajoittamalla tarpeettomasti käytettävissä olevaa näyttöä tai asettamalla kuluttajalle todistustaakan, joka sovellettavissa olevan lain mukaan kuuluisi jollekin muulle sopimuksen osapuolelle;

Esimerkki: ehto, jossa kuluttaja on veloitettu turvautumaan välimiesmenettelyyn kiistan ratkaisemiseksi (esimerkiksi: "Valitustapauksessa kuluttajan on ensin toimitettava tapaus sopimuksessa määritetyn välimiesoikeuden ratkaistavaksi, ennen kuin hänellä on oikeus nostaa kanne tuomioistuimessa.").

Esimerkki: ehto, jossa kuluttaja on veloitettu turvautumaan välimiesmenettelyyn kiistan ratkaisemiseksi (esimerkiksi: "Valitustapauksessa kuluttajan on ensin toimitettava tapaus sopimuksessa määritetyn välimiesoikeuden

ratkaistavaksi, ennen kuin hänellä on *oikeus nostaa kanne tuomioistuimessa.*”).

Samalla tavoin pakollista välityslauseketta (esimerkiksi: *”Valitustapauksessa kuluttajan on ensin toimitettava tapaus ABC:n johtaman sovittelujärjestelmän ratkaistavaksi”*) voidaan pitää kohtuuttomana. Sovittelumenettelyjen käytön on oltava vapaaehtoista ja kuluttajan (sekä elinkeinonharjoittajan) on saatava valita, ryhtyykö hän sovitteluun.

Lisäksi kuluttaja ei saisi estää aloittamasta oikeustoimia omissa paikallisissa tuomioistuimissaan. Esimerkki tästä on Roomassa asuva kuluttaja ja Ateenassa liiketoimintaa harjoittava elinkeinonharjoittaja: *”Tähän sopimukseen liittyvät riidat voidaan ratkaista ainoastaan Ateenan tuomioistuimissa.”* Samalla tavoin ei myöskään voida määrätä sopimusehtoja, jotka kääntävät todistustaakan.

Mitkä ovat kohtuuttomien ehtojen lainmukaiset seuraukset?

Kohtuuttomaksi todetut ehdot eivät sido kuluttajaa ja ne mitätöidään oikeudessa. Kuluttajasopimus, joka sisältää kohtuuttomia ehtoja, sitoo edelleen sopimuksen osapuolia, jos sen voimassaolo voi jatkua ilman kohtuuttomana pidettyjä ehtoja. Jos esimerkiksi sopimusehto, joka määrää toimivaltaisen tuomioistuimen sijainnin riita-asioissa, julistetaan kohtuuttomaksi, tämä ei yleensä vaikuta sopimuksen pätevytyteen kokonaisuutena. Näin ollen jäljellä oleva sopimus pysyy voimassa ilman kohtuuttomaa ehtoa.

Jos kuluttajasopimus ei voi jatkua ilman kohtuuttomana pidettyä ehtoa, lainmukaiset seuraukset (esimerkiksi kumpikin osapuoli on velvollinen palauttamaan sen,

mitä ne ovat saaneet sopimuksen nojalla) määritellään jäsenvaltioiden kansallisissa lainsäädännöissä.



Suomessa kohtuuttomia sopimusehtoja voidaan sovitella kuluttajan eduksi kuluttajansuojalain 4 luvun säännösten nojalla kohtuullistamalla ehtoa, tai jättämällä kohtuuton ehto huomioimatta.

Muut sanktiot, kuten taloudelliset sakot, jotka johtuvat kohtuuttomia ehtoja koskevien sääntöjen rikkomisesta, vaihtelevat eri jäsenvaltioissa.



Suomessa elinkeinonharjoittajaa voidaan myös kieltää jatkamasta kohtuuttomaksi todetun ehdon käyttämistä tai uudistamasta sellaisen tai siihen rinnastettavan sopimusehdon käyttämistä.

Kiellon tehosteeksi yleensä asetetaan uhkasakko, jonka markkinaoikeus määrää kuluttaja-asiamiehen hakemuksesta. Kuluttaja-asiamies voi myös joissain tapauksissa itse määrätä kiellon tai antaa sen väliaikaisena. Jos kuluttaja-asiamies kieltäytyy saattamasta sopimusehdon kieltämistä koskevaa asiaa markkinaoikeuden käsiteltäväksi, voi rekisteröity palkansaajien tai kuluttajien etujärjestö tehdä sen. Mikäli elinkeinonharjoittaja ei noudata kieltoa, voidaan kiellon tehosteeksi asetettu uhkasakko tuomita elinkeinonharjoittajan maksettavaksi.

Kansainvälinen kauppa: mitä tapahtuu, kun tarjoan tuotteitani kuluttajille, jotka eivät asu samassa maassa kanssani?

Alla on tietoja tietyistä sovellettavista säännöistä, jos haluat ennakoivasti tavoittaa muissa maissa asuvia kuluttajia.

Nämä säännökset on syytä huomioida silloin, kun kuluttajia suojelevat paikalliset lait voivat olla erilaiset, kuten kohtuuttomien ehtojen puitteissa. Täysin yhdenmukaisissa kysymyksissä, kuten hyvän kauppatavan vastaisissa käytännöissä, nämä elementit eivät ole niin tärkeitä.

Huomaa kuitenkin, että rajat ylittävissä kiistoissa tiettyjä määräyksiä sovelletaan kaikilla alueilla. Lue huolellisesti alla oleva kappale.

Erityiset myyntikäytännöt, kun myynti suunnataan muiden jäsenvaltioiden kuluttajille

EU:n lainsäädännössä määritellään²⁰, että jos myyt tuotteitasi tai palveluitasi muiden EU-maiden kuluttajille, ulkomaisen kuluttajan kanssa tehtyyn sopimukseen pätevät yleensä sen maan lait, jossa kuluttaja asuu. Jos te molemmat olette valinneet noudattaa toista lakia, ei valinta poista ulkomaiselta kuluttajalta hänen asuinmaansa pakollisten säännösten antamaa suojaa.

Tästä syystä esimerkiksi ja kuten todettu moduulissa 3, jos verkkosivusi on suunnattu sellaisen jäsenvaltion kuluttajille, jotka voivat vapaasti valita haluamansa oikaisukeinon kuluttajamyyniä ja takuuta koskevan direktiivin artiklan 3 mukaisesti, sinun on vaatimustenvastaisuustapauksessa annettava asiakkaallesi mahdollisuus valita joko tuotteen korjauksen, tuotteen vaihdon, hinnan alennuksen tai täysimääräisen palautuksen väliltä, ellei jokin näistä vaihtoehtoista ole sinulle käytännössä mahdotonta tai suhteettoman vaikeaa. Yleisemmin ottaen tämä tarkoittaa sitä, että kun mainostat tai tarjoat tuotteitasi tai palveluitasi muissa jäsenvaltioissa, sinun pitää noudattaa kohdemaittesi kuluttajansuojan vaatimuksia.

Koska minun katsotaan suuntaavan markkinointini ulkomaisille kuluttajille?

Euroopan unionin tuomioistuin on määrittänyt useita eityhjentäviä kriteereitä, joiden perusteella voi todentaa, onko markkinointisi suunnattu tietyn jäsenvaltion kuluttajille. Näihin kriteereihin kuuluu mm. muiden kuin yrityksesi sijoittumispaikan jäsenvaltion valuutan tai kielten käyttö, puhelinnumeroiden esittäminen kansainvälisessä formaatissa ja ylemmän tason

verkkotunnuksen käyttäminen oman jäsenvaltion verkkotunnuksen käyttämisen sijasta²¹.

Jos et suuntaa liiketoimintaasi muihin EU-jäsenmaihiin, mutta kuluttaja toisesta jäsenvaltiosta lähestyy sinua omasta aloitteestaan, tässä tapauksessa sovelletaan oman maasi kansallisia lakeja.

Mitä tämä tarkoittaa käytännössä?

Mitä lakia sovelletaan kansainvälisiin sopimuksiin?

Ensi silmäyksellä pk-yritykselle saattaa tuntua hankalalta noudattaa erimaalaisten asiakkaiden kanssa asiakkaan kotimaan lainsäädäntöä. Sen takia jotkut kauppiat eivät ehkä halua tarjota tavaroitaan tai palveluitaan kansainvälisesti. Kuitenkin käytännössä

1. EU:n lainsäädäntö edellyttää, että merkittävä osa kuluttajansuojan säännöksistä on yhtenäistettyä, kuten kerrottiin *Consumer Law Ready* -moduuleissa. Nämä säännöt pätevät kaikkialla EU:ssa.
2. Vaikka joissakin seikoissa on eroja jäsenvaltioiden välillä, tämä ei tarkoita, ettetkö voisi tehdä sopimuksia kuluttajien kanssa oman maan lainsäädäntösi mukaisesti: kuten aiemmin kerrottiin, voit sopia kuluttajan kanssa, että sopimukseen sovelletaan toisen maan lakia, mutta tässä tapauksessa sinun on noudatettava kuluttajan asuinmaan lakisääteistä kuluttajaoikeutta.
3. Käytännössä toisen valtion lakisääteisellä kuluttajaoikeudella on merkitystä vain, jos sen kuluttajansuoja on kauppiaan kotimaan lainsäädäntöä tai kuluttajan kanssa sovittua sovellettavaa lainsäädäntöä tiukempi. Näin saattaa olla esimerkiksi silloin, jos kuluttajan

²⁰ Erityisesti niin kutsuttu "Rooma I" -asetus 593/2008.

²¹ Lisätietoja löytyy yhdistetyistä asioista C 585/08 ja C 144/09 Peter Pammer ja Hotel Alpenhof GesmbH.

kotimaan lakisääteinen takuu-aika on pidempi kuin sinun kotimaasi lainsäädännössä.

4. *ConsumerLawReady*-hankkeen koulutusmoduulien ansiosta tiedät jo etukäteen, mitkä lisävaatimukset koskevat mitäkin toista jäsenvaltiota, minne aiot suunnata liiketoimintaasi.
5. Kysymys siitä, mitä lainsäädäntöä sovelletaan, nousee usein esiin vasta, kun kuluttajan kanssa tulee epäsopua. Monet väärinymmärrykset voidaan selvittää sovinnossa tai käyttämällä kauppiaan omaa reklamaatiopalvelua.

Jos kansainvälisestä sopimuksesta tulee riita, mikä tuomioistuin on tuomiovaltainen?

Jos suuntaat liiketoimintasi muissa EU-maissa asuville kuluttajille ja sinulle tulee kiistaa ulkomaisten asiakkaittesi kanssa, pidä mielessä, että tuomiovaltainen tuomioistuin on aina EU:n lainsäädännön mukaisesti (nk. Bryssel I -asetus) sen maan tuomioistuin, jossa kuluttaja asuu. Et voi haastaa kuluttajaa oikeuteen toisen maan tuomioistuimessa ja, jos asetat tällaisen sopimusehdon, rangaistuksena saattaa olla suuri sakko. Kuitenkin kuluttajalla on oikeus haastaa sinut oikeuteen sinun kotimaasi tuomioistuimessa. Kansainvälisten tapausten riitojen selvittämiseksi EU on perustanut verkkovälitteisen riidanratkaisualustan, jossa eri jäsenvaltioiden vaihtoehtoiset riidanratkaisuelimet voivat toimia yhdessä²².

Esimerkki: Jos ranskalainen kauppias Lillessä myy tuotteitaan belgialaisille asiakkaille, ei kauppias voi sopimusehdoissaan ilmoittaa, että riitatapauksissa ainoa tuomiovaltainen tuomioistuin on Lillessä.

²² Katso moduuli 5.

Liitteet

Elinkeinonharjoittajan tarkistuslista

1. Käytätkö vakiosopimusehtoja?
2. Ovatko ehdosi mahdollisesti/aina kohtuuttomia ehtoja sisältävien sopimusehtojen luettelossa?
3. Onko ehdot kirjoitettu helposti luettavalla ja ymmärrettävällä tavalla?
4. Aiheuttavatko ehdot huomattavaa epätasapainoa oikeuksiesi ja velvoitteidesi sekä kuluttajan oikeuksien ja velvoitteiden välillä kuluttajan vahingoksi?

Euroopan komissio julkaisee ohjeasiakirjan kuluttajasopimusten kohtuuttomia ehtoja koskevista säännöistä, jotka perustuvat Euroopan unionin tuomioistuimen sekä kansallisten tuomioistuinten ja viranomaisten tulkintaan. Se on luettavissa Euroopan komission verkkosivuilta.

VASTUUVAPAUSLAUSEKE:

Asiakirja on Euroopan komission tekemä, mutta se kuvastaa vain kirjoittajien mielipiteitä. Euroopan komissio tai kirjoittajat eivät ole vastuussa tässä käsikirjassa olevien tietojen käytöstä.

Asiakirja ei ole laillisesti sitova eikä virallinen EU- tai kansallisen lainsäädännön tulkinta. Käsikirjassa ei anneta tyhjentävää tai täydellistä lainopillista neuvontaa. Käsikirjan tarkoituksena ei ole korvata ammattimaista lainopillista apua tietyissä kysymyksissä. Lukijoiden on hyvä myös huomata, että lakiehdotuksista neuvotellaan parhaillaan sekä EU:n että kansallisilla tasoilla: tarkista moduulin paperiversioon mahdollisesti tulleet päivitykset aina verkkosivuilta osoitteesta www.consumerlawready.eu.

Consumer Law
→ **READY**

Consumer Law Training for European SMEs

Tammikuu 2018
consumerlawready.eu

