

N:o 601

Valtioneuvoston asetus**kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa**

Annettu Helsingissä 11 päivänä syyskuuta 2008

Valtioneuvoston päätöksen mukaisesti, joka on tehty oikeusministeriön esittelystä, säädetään 20 päivänä tammikuuta 1978 annetun kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 15 §:n nojalla:

1 §

Harhaanjohtava menettely

Seuraavia menettelytapoja markkinoinnissa ja asiakassuhteissa pidetään kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvun 3 §:ssä tarkoitetulla tavalla sopimattomina ja lain 2 luvun 6 ja 7 §:ssä tarkoitetulla tavalla harhaanjohtavina:

1) perätön väite, jonka mukaan elinkeinonharjoittaja on sitoutunut noudattamaan joitain käytännesääntöjä;

2) perätön väite, että viranomainen tai jokin muu taho on hyväksynyt elinkeinonharjoittajan noudattamat käytännesäännöt tai hänen tarjoamansa kulutushyödykkeet tai toiminnan taikka tällaisesta hyväksynnästä il-

moittaminen, vaikka elinkeinonharjoittaja ei noudata hyväksyntään liittyviä ehtoja;

3) luotettavuus- tai laatumerkinnän tai muun vastaavan merkinnän käyttäminen ilman siihen tarvittavaa lupaa;

4) kehoitus ostaa kulutushyödykkeitä tiettyyn hintaan ilmoittamatta, että elinkeinonharjoittajalla on perusteltu syy uskoa, ettei hän ottaen huomioon hyödykkeen laatu ja hinta sekä myyninedistämistoimien laajuus kykene toimittamaan kyseisiä hyödykkeitä tarjottuun hintaan kohtuullista aikaa tai kohtuullista määrää;

5) kehoitus ostaa jokin kulutushyödyke tiettyyn hintaan, jos elinkeinonharjoittaja sen jälkeen esittelee kyseisestä hyödykkeestä viallisen kappaleen taikka kieltäytyy näyttämästä hyödykettä kuluttajille, ottamasta vastaan

siitä tilauksia tai toimittamasta sitä kohtuullisessa ajassa tarkoituksenaan edistää jonkin toisen kulutushyödykkeen myyntiä;

6) perätön väite, että kulutushyödyke on tarjolla vain hyvin rajoitetun ajan tai tietyillä ehdoilla vain hyvin rajoitetun ajan, jotta kuluttaja tekisi ostopäätöksen välittömästi;

7) sitoutuminen asiakastuen antamiseen käyttäen jotain muuta kuin elinkeinonharjoittajan sijaintivaltion virallista kieltä, ellei kuluttajalle selkeästi ilmoiteta ennen sopimuksen tekemistä, ettei tukea sopimussuhteen aikana tarjota kyseisellä kielellä;

8) perätön ilmoitus tai sellaisen perättömän vaikutelman antaminen, että kulutushyödyke voidaan myydä laillisesti;

9) kuluttajalle lain mukaan kuuluvien oikeuksien esittäminen osana elinkeinonharjoittajan tarjousta;

10) perätön väite sen riskin luonteesta ja laajuudesta, joka kuluttajan tai hänen läheistensä turvallisuuteen voi kohdistua, jollei hän osta kulutushyödykettä;

11) tietyn valmistajan tuotetta muistuttavan kulutushyödykkeen markkinointi harhaanjohtaen kuluttaja uskomaan, että kulutushyödyke on kyseisen valmistajan tekemä;

12) sellaisen pyramidimyyntijärjestelmän luominen, käyttäminen tai edistäminen, jossa kuluttaja saa korvausta etupäässä siitä, että hän saa muita kuluttajia liittymään järjestelmään eikä siitä, että hän myy kulutushyödykeitä;

13) perätön väite loppuunmyynnistä tai muuttomyynnistä;

14) väite, että kulutushyödyke voi helpottaa rahapelissä voittamista;

15) perätön väite, että kulutushyödyke voi parantaa sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia;

16) virheellisen tiedon antaminen markkinatilanteesta tai mahdollisuudesta löytää kulutushyödyke muualta, jotta kuluttaja ostaisi hyödykkeen tavanomaista epäedullisimmilla ehdoilla;

17) perätön väite markkinointikilpailusta tai palkinnosta;

18) kulutushyödykkeen luonnehtiminen sanalla ilmainen tai maksuton taikka muulla

vastaavalla tavalla, jos kuluttajan on maksettava muuta kuin markkinointiin vastaamisesta, kulutushyödykkeen noutamisesta tai sen toimittamisesta aiheutuvat välttämättömät kulut;

19) laskun tai muun maksukehotuksen sisällyttäminen markkinointiaineistoon siten, että kuluttajalle syntyy väärä käsitys, että hän on jo tilannut kulutushyödykkeen;

20) sellaisen kuvan antaminen, että elinkeinonharjoittaja ei harjoita elinkeinoaan vaan on kuluttaja;

21) perättömän vaikutelman antaminen siitä, että asiakastuki on saatavilla myös muussa kuin siinä jäsenvaltiossa, jossa kulutushyödyke myydään.

2 §

Aggressiivinen menettely

Seuraavia menettelytapoja markkinoinnissa ja asiakassuhteissa pidetään kuluttajan-suojalain 2 luvun 3 §:ssä tarkoitettulla tavalla sopimattomina ja lain 2 luvun 9 §:ssä tarkoitettulla tavalla aggressiivisina:

1) sellaisen vaikutelman antaminen, ettei kuluttaja voi poistua ennen kuin hän on tehnyt sopimuksen;

2) laiminlyönti noudattaa kuluttajan kehoitusta poistua tämän kodista tai kieltoa olla palaamatta takaisin tämän kotiin;

3) sinnikkäät ja ei-toivotut myyntiyhteydenotot puhelimitse, telekopiolaitteella, sähköpostitse tai muulla etäviestimellä;

4) mainokseen sisällytetty lapsiin kohdistuva suora kehoitus ostaa kulutushyödyke tai suostutella vanhempi tai muu aikuinen ostamaan mainostettu hyödyke heille;

5) kuluttajalle annettu selkeä ilmoitus siitä, että elinkeinonharjoittajan työpaikka tai toimeentulo on vaarassa, jos kuluttaja ei osta kulutushyödykettä;

6) väärän vaikutelman antaminen siitä, että kuluttaja on voittanut, voittaa tai tietyllä tavalla toimiessaan voittaa jotain, vaikka palkintoa tai etua ei ole taikka sen saaminen edellyttää kuluttajalta rahasuoritusta tai kustannuksia aiheuttavaa toimenpidettä.

3 §

Voimaantulo

Tämä asetus tulee voimaan 1 päivänä loka-
kuuta 2008.

Helsingissä 11 päivänä syyskuuta 2008

Oikeusministeri *Tuija Brax*

Lainsäädäntöneuvos Katri Kummoinen