

Nr 601

Statsrådets förordning**om otillbörligt förfarande från konsumentsynpunkt vid marknadsföring och i kundrelationer**

Given i Helsingfors den 11 september 2008

I enlighet med statsrådets beslut, fattat på föredragning från justitieministeriet, föreskrivs med stöd av 2 kap. 15 § i konsumentskyddslagen av den 20 januari 1978 (38/1978):

1 §

Vilseledande förfaranden

Följande förfaranden vid marknadsföring och i kundrelationer ska betraktas som otillbörliga enligt 2 kap. 3 § i konsumentskyddslagen (38/1978) och som vilseledande enligt 2 kap. 6 och 7 § i lagen:

1) att oriktigt ange att näringsidkaren har åtagit sig att följa en uppförandekod,

2) att oriktigt ange att en myndighet eller något annat organ har godkänt en uppförandekod som näringsidkaren följer eller konsumtionsnyttigheter som näringsidkaren saluför eller näringsidkarens verksamhet eller att

uppge sådant godkännande utan att näringsidkaren iakttar villkoren för godkännandet,

3) att använda förtroendemärkning, kvalitetsmärkning eller motsvarande märkning utan nödvändigt tillstånd,

4) att erbjuda konsumtionsnyttigheter till ett angivet pris utan att uppge att näringsidkaren har rimliga skäl att tro att dessa inte kommer att kunna levereras till det angivna priset inom en tid och i en sådan mängd som är rimligt med beaktande av nyttighetens kvalitet och pris samt omfattningen av de säljfrämjande åtgärderna,

5) att erbjuda konsumtionsnyttigheter till ett angivet pris, om näringsidkaren därefter, i

avsikt att försöka sälja en annan produkt, förevisar ett defekt exemplar av den eller vägrar att visa konsumenten nyttigheten i fråga eller vägrar ta emot en beställning eller leverera den inom rimlig tid,

6) att oriktigt ange att en konsumtionsnyttighet kommer att vara tillgänglig enbart under en mycket begränsad tid eller enbart på särskilda villkor under en mycket begränsad tid för att få konsumenten att fatta ett omedelbart beslut,

7) att på ett språk som inte är officiellt språk i det land där näringsidkaren har sitt säte åta sig att lämna kundstöd till konsumenten, om inte konsumenten innan ett avtal ingås underrättas om att stödet under avtalstiden inte kommer att ges på det språket,

8) att oriktigt ange eller på annat sätt skapa ett oriktigt intryck av att det är lagligt att sälja en konsumtionsnyttighet,

9) att framställa konsumenters lagliga rättigheter som en del av näringsidkarens erbjudande,

10) att göra ett oriktigt påstående om arten och omfattningen av den risk som konsumenten kan utsätta sig själv eller sina närstående för om han eller hon inte köper konsumtionsnyttigheten,

11) att marknadsföra en konsumtionsnyttighet som liknar en produkt av en annan tillverkare på ett sätt som leder konsumenten att tro att konsumtionsnyttigheten är gjord av tillverkaren i fråga,

12) att inrätta, driva eller göra reklam för pyramidspel där konsumenten får ersättning främst för att han eller hon värvar andra konsumenter till spelet och inte för försäljning av konsumtionsnyttigheter,

13) att oriktigt påstå att det är fråga om en slutförsäljning eller en flyttförsäljning,

14) att påstå att en konsumtionsnyttighet kan underlätta vinst i hasardspel,

15) att oriktigt påstå att en konsumtionsnyttighet förmår bota sjukdomar, funktionsrubbnings eller missbildningar,

16) att lämna oriktig information om marknadsvillkor eller möjligheten att hitta konsumtionsnyttigheten annanstans för att förmå konsumenten att köpa nyttigheten på mindre fördelaktiga villkor än normalt,

17) att oriktigt påstå att tävlingar ordnas eller att priser delas ut,

18) att beskriva en konsumtionsnyttighet med orden gratis, utan avgift eller liknande, om konsumenten måste betala annat än de nödvändiga kostnaderna för att konsumenten svarar på marknadsföringen eller avhämtar en konsumtionsnyttighet eller att nyttigheten levereras till konsumenten,

19) att i marknadsföringsmaterialet inkludera faktura eller annan betalningsuppmaning som ger konsumenten intryck av att han eller hon redan har beställt konsumtionsnyttigheten,

20) att skapa intryck av att näringsidkaren inte bedriver sin näringsverksamhet utan uppträder som konsument,

21) att oriktigt skapa intryck av att kundstöd finns att tillgå också i en annan medlemsstat än den där konsumtionsnyttigheten säljs.

2 §

Aggressiva förfaranden vid marknadsföring och i kundrelationer

Följande förfaranden ska betraktas som otillbörliga enligt 2 kap. 3 § i konsumentskyddslagen och som aggressiva enligt 2 kap. 9 § i lagen:

1) att ge intryck av att konsumenten inte kan lämna platsen innan han eller hon har ingått ett avtal,

2) att ignorera konsumentens anmodan att lämna hans eller hennes hem, eller ignorera hans eller hennes förbud att komma tillbaka,

3) att ta upprepade och oönskade kontakter per telefon, fax, e-post eller annat medel för distanskommunikation,

4) att i en annons direkt uppmana barn att köpa en konsumtionsnyttighet eller att övertala en förälder eller någon annan vuxen att köpa utannonserade nyttigheter åt dem,

5) att tydligt informera konsumenten om att näringsidkarens arbete eller försörjning står på spel om konsumenten inte köper konsumtionsnyttigheten,

6) att oriktigt skapa intryck av att konsumenten har vunnit, kommer att vinna eller genom att utföra en särskild handling vinner ett pris eller en förmån trots att det inte finns något pris eller någon förmån eller det förut-

sätts att konsumenten betalar pengar eller ådrar sig en kostnad för att få priset eller förmånen.

3 §

Ikraftträdande

Denna förordning träder i kraft den 1 oktober 2008.

Helsingfors den 11 september 2008

Justitieminister *Tuija Brax*

Lagstiftningsråd *Katri Kummoinen*