Eduskunta
Liikenne- ja viestintävaliokunta
Liv@eduskunta.fi

Asiantuntijakuuleminen liikenne- ja viestintävaliokunnassa 4.5.2018

**HE 44/2018 vp - Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi tietoyhteiskuntakaaren muuttamisesta**

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) esittää lausuntonaan seuraavaa:

**Kilpailunäkökulmasta katsottuna matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinoinnin täyskielto on järeä toimenpide**, joka poistaa yhden kilpailukeinon erityisesti markkinoille pyrkiviltä uusilta toimijoilta. Lisäksi kielto vähentää nykyisten teleyritysten välistä kilpailua asiakkaista. Ongelmien korjaamiseksi tulisi etsiä lievempiä ratkaisumalleja, jotka kohdistuisivat nimenomaan alkuperäisen ongelman korjaamiseen eikä kuluttajia estettäisi hyötymästä operaattorien välisestä kilpailusta kaikissa markkinointikanavissa.

KKV katsoo, että vaihtoehtoisten sääntelykeinojen pohdinta tulisi perustaa laadukkaaseen analyysiin sääntelyn vaikutuksista ja markkinoiden kehityksestä. **Kuluttajansuojan kannalta matkapuhelinliittymien puhelinmarkkinointikiellon jatkaminen on kuitenkin perusteltua**, mikäli muita ratkaisuja puhelinmarkkinoinnin aiheuttamien ongelmien estämiseksi ei saada aikaiseksi. Matkapuhelinliittymien myyntiin liittyvä numeronsiirtoprosessi ja sen mahdollistama kilpailijoille siirtymässä olevien asiakkaiden välitön kontaktointi tuo oman erityispiirteensä markkinointiin ja luo pohjan markkinahäiriöiden syntymiselle.

Hallituksen esityksessä viitataan EU:ssa parhaillaan valmistelussa olevaan ehdotukseen sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksesta, joka sisältää myös puhelinmarkkinointia koskevat yleiset säännökset. Kuten esityksessäkin yhtenä vaihtoehtona esitetään, **ratkaisuja pitäisi hakea yleisistä teknologianeutraaleista vaihtoehdoista ja luoda mahdollisimman aikaa kestävää, selkeää ja johdonmukaista yleissääntelyä.**

Kuluttajat kohtaavat ongelmatilanteita monien eri hyödykkeiden puhelinmarkkinoinnin kohteina. Ongelmia on matkapuhelinliittymien lisäksi esiintynyt mm. ns. tilausansatuotteiden, aikakauslehtien, sähkösopimusten, kanavapakettien sekä laajakaista- ja viihdepalveluiden markkinoinnissa. Ongelmien taustasyinä ovat etenkin markkinoinnin ennakoimattomuus sekä kuluttajille annetut puutteelliset, harhaanjohtavat tai totuudenvastaiset tiedot. Puhelinmarkkinoinnin tehokas ja kattava valvonta on puolestaan haastavaa sekä suhteellisesti paljon valvontaresursseja kuluttavaa.

Sähköisen viestinnän tietosuoja-asetusehdotuksessa on lähtökohtana ennakkosuostumuksen vaatimuksen sisältämä opt in -malli, kuitenkin jättäen

jäsenvaltioille mahdollisuuden säätää tästä poiketen myös kielto-oikeudesta (ns. opt out –malli). Kuluttaja-asiamies ja tietosuojavaltuutettu ovat jo pitkään esittäneet yhdeksi ratkaisuvaihtoehdoksi juuri opt-in -mallia.

Joka tapauksessa uuden asetuksen ja sen toimeenpanon yhteydessä **Suomessa on punnittava tarkasti eri sääntelyvaihtoehdot sekä arvioitava huolellisesti vaihtoehtojen vaikutukset sen selvittämiseksi, millä keinoin kuluttajan asemaa tulevaisuudessa parannetaan puhelinmarkkinoinnin kohteena.**

Miina Ojajärvi
lakimies