21.9.2023

Eduskunta
Talousvaliokunta

Asiantuntijakuuleminen 21.9.2023

U-jatkokirjelmä - U 37/2022 vp Ehdotus vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiiviksi (direktiivien 2005/29/EC ja 2011/83/EU muuttaminen)

Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) esittää lausuntonaan seuraavaa:

Direktiiviehdotus on osa komission vihreän siirtymän ohjelmaa ja tukee tavoitetta parantaa kuluttajien mahdollisuuksia saada luotettavaa tietoa tuotteiden kestävyydestä, ympäristöominaisuuksista, elinkaaresta ja korjattavuudesta. KKV pitää valtioneuvoston tavoin tärkeänä sitä, että kolmikantaneuvottelujen kuluessa on varmistettava ehdotuksen yhteensopivuus ja johdonmukaisuus muun unionin lainsäädännön, ennen kaikkea vihreät väittämät -direktiiviehdotuksen (COM/2023/166 final) sekä korjauttamisoikeutta koskevan direktiiviehdotuksen (COM/2023/155 final) kanssa.

Valtioneuvosto toteaa perusmuistiossa UCP-direktiivin liitteen I (ns. musta lista) osalta, että mustan listan kohtien tulee olla riittävän yksiselitteisiä ja selkeitä. KKV pitää tätä näkökohtaa erittäin tärkeänä ja korostaa edelleen, että mustan listan kohtien on oltava oikeusvarmuuden ja valvonnan kannalta riittävän tarkkarajaisia ja selkeitä, kuitenkin moneen kontekstiin soveltuvia.

Valtioneuvosto kertoo perusmuistiossa pyrkivänsä vaikuttamaan neuvottelujen kuluessa siihen, että ainakaan mustaan listaan ehdotettuja kohtia 13a (rivi 129a), 23e (rivi 132), 23ea (rivi 132a), 23gb (rivi 134b), 23ia (rivi 136a) ja 23ib (rivi 136b) ei sisällytetä direktiiviin tai että niiden sisältöä olennaisesti muutetaan.

- Kohdan 13a (rivi 129a) osalta KKV huomauttaa, että jos tuotteita markkinoidaan samanlaisina, vaikka tosiasiassa ne ovat ominaisuuksiltaan tai koostumukseltaan erilaisia, kuluttajaa johdetaan harhaan (yleissääntelyn valossa harhaanjohtavaa markkinointia). Asiasta on jo säädetty omnibus-direktiivillä ja KSL 2:6.2 10-kohdan totuudenvastainen tai harhaanjohtava tieto voi koskea ”tavaran samanlaisuutta toisissa jäsenvaltioissa markkinoitavan tavaran kanssa, vaikka markkinoitava tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, ellei tämä ole oikeutettujen syiden vuoksi perusteltua” (Directive 2005/29/EC Article 6(2)). Ehdotettua kohtaa ei tarvita mustalle listalle.

- Kohdan 23e (rivi 132) osalta KKV toteaa komission alkuperäisen muotoilun olevan ehdotetuista vaihtoehdoista selkein eli 'Omitting to

inform the consumer about the existence of a feature of a good introduced to limit its durability.'

- Kohdan 23ea (rivi 132a) osalta KKV toteaa, että kohdan muotoilun tulisi olla niin päin, että ylipäänsä "sellaista tuotetta ei saa markkinoida, jossa tietää olevan ennenaikaiseen vanhentumiseen johtava vika". Muutoin kyseessä olisi virheellisen tuotteen pitäminen markkinoilla. Esimerkiksi Euroopan unionin kuluttajansuojaviranomaisten yhteistyöverkostolla (CPC-verkosto) on ollut yhteismenettelyssä Nintendo, joka ei kertonut markkinoinnissaan tiedossaan olleista tuotteen virheistä vaan jatkoi myyntiä entisin tuotekuvauksin.

- Kohdan 23gb (rivi 134b) osalta KKV toteaa, että myyjä joka tapauksessa vastaa virheestä kuluttajalle virhevastuusääntelyn mukaisesti. KKV kannattaa kohdan poistamista.

- Kohdassa 23ia (rivi 136a) parlamentin ehdotukseen KKV huomauttaa, että EU:ssa on jo voimassa ns. geolocking-asetus (EU) 2018/302, jolla pyritään ehkäisemään asiakkaan kansallisuuteen tai asuin- tai sijoittautumispaikkaan perustuva syrjintä. Asetuksen 4 artiklan 1 kohdan mukaan "Elinkeinonharjoittaja ei saa soveltaa tavaroihin tai palveluihin erilaisia yleisiä käyttöehtoja asiakkaan kansallisuuteen tai asuin- tai sijoittautumispaikkaan liittyvistä syistä". Artiklan 2 kohdan mukaan "Edellä 1 kohdassa vahvistettu kielto ei estä elinkeinonharjoittajia tarjoamasta yleisiä käyttöehtoja, nettomyyntihinnat mukaan luettuina, jotka poikkeavat toisistaan eri jäsenvaltioissa tai jäsenvaltion sisällä ja jotka tarjotaan asiakkaille tietyllä alueella tai tietyille asiakasryhmille syrjimättömin perustein." Erilaisten sopimusehtojen käyttäminen eri maantieteellisillä alueilla on elinkeinonharjoittajille kilpailukeino, jolloin sääntelyn tuomilla rajoitteilla voi olla vaikutusta myös tuotteiden saatavuuteen. Toisaalta kohta edesauttaisi tuotteiden vertailua EU-markkinoilla, kun kuluttaja voi luottaa esimerkiksi takuuehtojen olevan samat koko unionin alueella.

- Kohdan 23 ib (rivi 136b) osalta KKV pitää tärkeänä, että kuluttajat voivat luottaa markkinoilla olevien tuotteiden olevan EU-sääntelyn mukaisia ja parlamentin ehdottaman kohdan sisällyttäminen edesauttaisi tätä tavoitetta.

Valtioneuvosto ei pidä kannatettavana, että sertifiointijärjestelmien yhteydessä jäsenvaltiolle tai sen osoittamalle kansalliselle viranomaiselle asetettaisiin velvollisuus todentaa kolmansien osapuolten pätevyys ja riippumattomuus. KKV esittää tämän kohdan osalta lisähuomiona sen, että mahdollisen sertifiointijärjestelmän olisi tärkeä olla riittävän luotettava ja riippumaton. Lainkohdan tulisi tuoda valvojalle lisätyökaluja ja markkinoille aitoa vaikutusta.

Yleisesti ja lähtökohtaisesti kannatamme sääntelyä pimeille käytännöille. KKV:n näkemyksen mukaan pimeillä käytännöillä tarkoitetaan erilaisia verkkosivujen, ohjelmistojen, mobiilisovellusten, muiden käyttöliittymien tai palvelupolkujen rakenteen suunnittelussa käytettyjä keinoja, joilla

harhautetaan tai muuten saadaan kuluttaja tekemään jotain sellaista, jota hänen ei ollut alun perin tarkoitus tehdä. Osa pimeistä käytännöistä on aina selvästi lainvastaisia, kun taas osan laillisuuden arviointi edellyttää tapauskohtaista harkintaa. Sääntelyn onkin oltava pimeiden käytäntöjen osalta riittävän tarkkarajaista, jotta se olisi valvottavissa ja ylipäätään kohtelisi tasapuolisesti niin yrityksiä kuin kuluttajienkin etuja. Pimeitä käytäntöjä koskevien ehdotettujen kohtien osalta KKV toteaa lisäksi seuraavaa:

- Kohta 127c: "7a. (i) Giving more prominence to certain choices when asking the recipient of an online service for a decision. (ii) Making the procedure of terminating a service significantly more burdensome than signing up to it.'
    - 7a(i) "etusijan/näkyvyyden antaminen tietyille valinnoille" on epämääräinen ja ajatusta siitä mikä olisi kiellettyä kuluttajia harhaanjohtavaa pitäisi kirkastaa. On huomioitava, että palvelumuotoilu voi toimia myös kuluttajan eduksi.
    - "7a(ii) tavoite on hyvä, mutta on epäselvää mitä tämä tarkoittaa käytännössä. On tärkeää, että kuluttajat voivat peruuttaa ja solmia sopimuksen yhtä helposti. Sopimuksesta irtautumisen on siten onnistuttava samoissa näkymissä ja samassa asiointiprosessissa (esimerkiksi elinkeinonharjoittajan tulisi tarjota peruutusmahdollisuutta osoittava painike samassa online-rajapinnassa, jossa sopimus solmitaan)

- Kohta 69a: "(ea) practices with the effect or likely effect of distorting or impairing the autonomy, decisionmaking or choice of the recipients of the service, on purpose or in effect, via the structure, design, or functionalities of an online interface or a part thereof."
    - On tärkeä huolehtia, että muotoilu ei ole "mahdollisesti aiheuttaa" vaan "on omiaan aiheuttamaan haittaa" (sen sijaan että valvontaviranomaisen tulisi näyttää konkreettinen aiheutunut haitta). Eli oltava sama muotoilu kuin UCPD:ssä eli "causes or is likely to cause".
    - Perusperiaatteeksi tämän kohdan osalta on otettava se, että yritysten on kunnioitettava kuluttajien autonomiaa ja kuluttajan puolelta on oltava selkeä suostumus sopimukseen (opt-in). Esimerkiksi opt-out on epäreilu ja epäedullinen oletusvalinta, joka sitoo kuluttajan sopimukseen. Kuluttaja-asiamies on katsonut tällaisen menettelyn kohtuuttomaksi sopimusehtomenettelyksi. Kuluttajien tulee voida käyttää sopimusvapauttaan ilman minkäänlaisia ei-neutraaleja online-asetteluja, arkkitehtuuria tai suunnittelua.

Jatkoneuvotteluissa tulee varmistaa, että sääntelyssä huomioidaan tavarankauppadirektiivin antama liikkumavara jäsenvaltioille virhevastuun keston osalta. Suomessa virhevastuun kesto ei ole rajattu 2 vuoteen vaan on tavaran oletetun kestoiän mukainen. Velvollisuus antaa tietoa takuusta, ei saisi vaikeuttaa kuluttajaa erottamaan lakisääteistä virhevastuuta ja

21.9.2023

kaupallista takuuta toisistaan. Lisäksi on syytä huomioida, että takuusta on aina annettava tiedot kuluttajalle riippumatta siitä minkä pituinen takuu on.

Valtioneuvoston tavoin KKV suhtautuu varauksellisesti ennen sopimuksen tekemistä kuluttajalle annettavien tietojen lisäämiseen, sillä mittavat ennakkotiedonantovelvoitteet lisäävät riskiä siitä, että kuluttajat eivät enää perehdy lainkaan annettuihin tietoihin tai että he eivät kykene enää erottamaan tiedoista päätöksentekonsa kannalta keskeisimpiä tietoja. Kun otetaan huomioon kuluttajan todellinen käyttäytyminen, perinteinen tietojenantolistojen lisääminen ei ole toimiva ratkaisu. Kuluttajan havaintokyky on rajallinen ja kuluttajien valinnat ovat nopeita ja toistuvia. Usein tiedon esittämistapa ja konteksti ovat itse informaatiota tärkeämpiä tekijöitä kuluttajien päätöksenteossa.

Kirsi Leivo
pääjohtaja

Satu Vehviläinen
erityisasiantuntija

ALLEKIRJOITETTU
ASIANHALLINTAJÄRJESTELMÄSSÄ