17.2.2026

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Eduskunta
Talousvaliokunta
tav@eduskunta.fi

Asiantuntijakuuleminen talousvaliokunnassa 18.2.2026

KAA 7/2025 vp Krääsätalous kuriin – suomalaisyritysten ja kuluttajien oikeuksien puolesta

1. Halpatuonti kuluttajaongelmana

KKV tukee monialaista lähestymistapaa halpatuonnin ongelmien ratkaisemiseksi ja korostaa ennaltaehkäisyn merkitystä. Moninaisten ongelmien poistamiseen **ei ole nähtävissä yhtä keinoa, vaan ratkaisuja on etsittävä eri keinojen yhdistelmistä**. Lisäksi poikkeuksellisen globaalin epävarmuuden aikakaudella ennaltaehkäisy olisi parempi keino kuin ongelmien hoitaminen jälkikäteen. KKV on kuvannut halpatuonnin riskejä ja EU-toimintaympäristöä asiassa E 38/2025 vp talousvaliokunnalle antamassaan asiantuntijalausunnossa.

Kuluttajansuojan korkea taso perustuu sääntelyyn ja kannustimiin, jotka luovat luottamusta ja oikeudellista varmuutta kuluttajille sekä yhdenvertaiset toimintaedellytykset yrityksille. Verkkokaupankäynnissä halpatuotteiden tuontiin liittyvät riskit edellyttävät tiukkaa säädösten täytäntöönpanoa ja valvontaa. Tämä on tärkeää kuluttajien suojelemiseksi sekä sääntöjä noudattavien yritysten kilpailukyvyn turvaamiseksi. **Halpatuontiin kolmansista maista liittyy jo useiden eri valvontaviranomaisten toimia sekä kansallisesti että EU-tason valvontaverkostoissa**.

KKV:n näkemyksen mukaan, **jotta tilanteeseen saataisiin luotua pysyvä muutos, lainsäädäntöä olisi kehitettävä**. Nykyisiä säädöskehyksiä ei ole luotu ajatellen tämänkaltaisia ongelmia.

Myös kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia keinoja on etsittävä laajemmin, sillä pelkkä **kuluttajien valistaminen ei ole toimiva keino: kuluttajat haluavat ostaa**. Kuluttajien silmissä jättialustat ja halpatuonti ovat lunastaneet verkkokaupankäynnin lupaukset, sillä ne tarjoavat kuluttajille laajempaa valikoimaa ja matalampia hintoja.

Nykyisen kaltainen **tilanne ei ole ratkaistavissa valvonnan keinoilla ja resurs-seilla**. EU:n ulkopuolelta tapahtuvan kulutustavaroiden tuonti on kasvanut sekä kuluttajien suorien verkko-ostosten että ns. suoratoimitus-liiketoiminta-mallin (dropshipping) myötä jättimäisiin mittasuhteisiin. Mikään valvojien panostus ei ole riittävä, jos samanaikaisesti voidaan entisestään kasvattaa verkossa tapahtuvaa myyntiä. Kuluttajansuojan valvojilla on esimerkiksi CPC-valvontayhteistyössä kertynyt kokemusta ns. kiinalaisista alustoista ja siitä, että aiempaa alustamallia seuraa aina uuden entistä tehokkaamman mallin tulo kuluttajamarkkinalle.

2. Lyhyen ja pitkän aikavälin ratkaisuista

Kilpailu- ja kuluttajavirasto
Postiosoite PL 5, 00531 Helsinki • **Puhelin** 029 505 3000 (pvm/mpm)
Y-tunnus 2502067-3 • **Sähköposti** kirjaamo@kkv.fi • **kkv.fi**

KKV painottaa, että **meneillään olevilla kansallisilla ja EU-sääntelyn yksinkertaistamisen hankkeilla ei saa horjuttaa kilpailu- ja kuluttajaoikeuden lähtökohtia.** Esimerkiksi EU:n kuluttajansuojan uudistaminen vaikuttaa elinkeinonharjoittajiin tasapuolisesti ja alkuperään katsomatta. Kuluttajansuojan tosiasiallisen toteutumisen turvaamiseksi sääntelyhankkeissa on myös aina varmistettava riittävät valvonta- ja seuraamusmekanismit.
KKV kiinnittää huomiota siihen, että **koska kuluttajansuojaan on EU-lainsäädännöllä luotu harmonisoidut säännöt, kansalliset poikkeamiset olisi tehtävä lainsäädännöllä, jolle on EU-oikeudesta poikkeamisen oikeuttava peruste**. EU-tuomioistuimen tapauskohtaisessa harkinnassa oikeuttamisperusteita ovat voineet olla ihmisten terveyden tai ympäristön suojelun lisäksi kuluttajansuoja. Kuluttajansuojan osalta sääntelykokeiluja voi olla mahdollista kohdistaa jakelukanavittain, mutta ympäristön kannalta kokonaisongelmaan tarvittaisiin kokonaisratkaisuja. Ympäristölle haitallisia halpatuotteita myydään kuluttajille kaikissa jakelukanavissa.
Omien toimivaltuuksiensa puitteissa KKV tukee näkemystä, että halpatuontiin liittyvät ongelmat tulisi ratkaista yhdessä EU-tasolla. Lyhyellä aikavälillä tarvitaan EU-yhteismenettelyjä ja eri valvontaverkostojen yhteistyötä. Pitkällä aikavälillä voitaisiin kehittää komission roolia ja toimivaltuuksia suurten markkinapaikka-alustojen kuluttajansuojan valvonnassa.
Komission uudessa kuluttajapoliittisessa ohjelmassa (**Consumer Agenda 2030**)[1] tuodaan esiin halpatuontiin ja markkinapaikka-alustoihin liittyvää ongelmaa. **Komissio tulee arvioimaan, millä tavalla tutkinta- ja täytäntöönpanovaltuuksia voitaisiin parantaa kuluttajansuojan valvonnassa**. KKV kannattaa tällaista pidemmän tähtäimen lähestymistapaa. Komissiolla voisi olla rooli erittäin suurten markkinapaikka-alustojen kuluttajansuojan valvojana siten, että komissiolla olisi myös mahdollisuus määrätä taloudellisia seuraamuksia. Lisäksi komissio on kuluttajapoliittisessa ohjelmassa sitoutunut uudistamaan CPC-asetusta, jolloin harkittavaksi voivat tulla kuluttajansuojavalvojien keinot. Uuden toimivaltasääntelyn luomisessa voitaisiin hyödyntää niitä käytännön kokemuksia, joita parhaillaan kertyy digipalvelusäädöksen valvonnassa.

3. Kuluttaja-asiamiehen valvontatoiminnan luonteesta

Kuluttaja-asiamies (KA) valvoo elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä kaupallisissa suhteissa markkinoinnin lainmukaisuutta, sopimusehtojen kohtuuttomuutta sekä menettelytapoja asiakassuhteissa. KA:n yleistoimivalta ja tehtäväkenttä on laaja: kaikki tavarat, kaikki palvelut, kaikki markkinointi- ja jakelukanavat.
Kuluttajansuojalain puitteissa **KA voi puuttua siihen, millä tavalla yritykset markkinoivat tuotteitaan Suomessa**. Alueellisessa toimivallassa on horisontaalisen kuluttajansuojaoikeuden osalta vakiintuneesti noudatettu kohdemaaperiaatetta.
KA:n valvonta on jälkikäteistä yritysten menettelytapojen valvontaa. KA ei valvo tuotteiden vaatimuksenmukaisuutta eikä voi vaikuttaa tuotteiden maahantuontiin. Jättialustoilla on valtava määrä eri hyödykkeitä ja myyjiä,

[1] Komission tiedonanto 19.11.2025 COM(2025) 848 final.

ja kun joka päivä tulee uutta, jonkin markkinointisisällön poistaminen ei ratkaise ongelmaa.
Kaupallinen ilmaisu kuuluu Suomen perustuslain 12 §:n sananvapaussuojan piiriin, mutta siten että kaupallista ilmaisua voidaan säännellä noudattaen perusoikeuksien rajoitusedellytyksiä. Markkinointi on kaikille yrityksille tärkeä myynninedistämisen keino kuluttajamarkkinoilla. **Suomessa ei ole lainsäädäntöä, jolla voitaisiin kokonaan kieltää markkinoimasta**, vaan KA voi ainoastaan puuttua siihen, millaista markkinointi on.
Kuluttajansuojalain 2 luvun keskeiset markkinointisäännökset perustuvat maksimiharmonisoivaan sopimattomien kaupallisten menettelyjen direktiiviin. Eurooppalaisilla kuluttajaviranomaisilla on yhteistyömekanismi, josta on säädetty CPC-asetuksella. **Jättialustoja on ollut ja on parhaillaankin kuluttajansuojaviranomaisten CPC-yhteisvalvontamenettelyjen kohteena.**[2] KA osallistuu näiden valvontatapausten käsittelyyn.
Kansallisesti KA parhaillaan seuraa valvontatoimien tarvetta haitallisten lieveilmiöiden osalta. Esimerkiksi kun eurooppalaista pakettitulvaa puretaan myymällä hylättyjä paketteja uudelleen, myös suomalaisille kuluttajille on suunnattu ns. mysteerilaatikko-tarjouksia.
Digipalvelusäädöksen säännöksin erittäin suuret alustat ovat komission yksinomaisessa toimivallassa ja valvontatoimet niiden osalta komission toteutettavina.[3] Digipalvelusäädöksestä KA:lla on toimivaltaa 25 artiklan, 26 artiklan 1a-c ja 2 kohtien, 31 artiklan 7 kohdan ja 32 artiklan osalta.[4] DSA:ssa kuitenkin säädetään, että valvojien toimivalta määräytyy alkuperämaa-periaatteen mukaisesti. Tällöin KA voi toimia ainoastaan Suomeen sijoittautuneiden alustojen osalta. Lisäksi DSA 19 artiklan mukaisesti keskeisiä kuluttajansuojaan vaikuttavia alustojen velvoitteita ei sovelleta pk-yrityksiin. Suomeen sijoittautuneista yrityksistä pk-yrityksiä on yli 98 %.
KA ei ole tekoälysäädöksen valvontaviranomainen[5] eikä näin ollen voi ryhtyä valvontatoimiin **tekoälysäädöksen 5 artiklan vastaisten kiellettyjen tekoälyyn liittyviin käytäntöjen** osalta. KA on kuitenkin tekoälysäädöksen 77 artiklan perusoikeuksia turvaavana viranomaisena kiinnittänyt sekä komission että kansallisten tekoälyvalvojien huomiota siihen, että kuluttajamarkkinalla ja erityisesti jättialustoilla tekoälyä jo käytetään ja mahdollisesti myös kielletyn manipuloinnin tavoin.[6]

4. Yhteiseurooppalaisista valvontatoimista ja valvontaverkostojen yhteistyöstä

[2] CPC-valvontatoimista meneillään ovat Shein ja Temu. Aiemmin myös Aliexpress ja Wish ovat olleet yhteistoimien kohteena. https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions_en
[3] DSA-valvontatoimissa komissio/DGConnect'in erittäin suurten alustojen valvonta: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/list-designated-vlops-and-vloses Käsittelyssä ovat muun muassa Aliexpress (alkuperämaa Alankomaat), Amazon (alkuperämaa Luxembourg), Infinite Styles Services Co. Ltd (Shein, alkuperämaa Irlanti), Meta Platforms Ireland Limited (Facebook ja Instagram, alkuperämaa Irlanti) ja Whaleco Technology Limited (Temu, alkuperämaa Irlanti).
[4] Laki verkon välityspalvelujen valvonnasta (18/2024) 2 §.
[5] Laki eräisen tekoälyjärjestelmien valvonnasta (1377/2025) ja https://traficom.fi/fi/ajankohtaista/uudet-saannot-vahvistavat-luottamusta-tekoalyyn-euroopassa
[6] KKV/868/04.05.03/2025

KA pitää EU-maiden valvontaviranomaisten yhteistyötä tärkeänä, sillä jättialustat käyttävät harhaanjohtavaa markkinointia ja samankaltaisia myyntitapoja koko EU:n alueella. Yhteiset valvontatoimet, kuten CPC- ja DSA-valvonta, ovat välttämättömiä kuluttajille aiheutuvien haittojen pienentämiseksi.
Antaessaan valvontatoimintansa pohjalta vastauksen komission julkiseen kuulemiseen ja kuluttajapoliittisen ohjelman valmisteluun KA nosti esiin yhtenäisen lähestymistavan tärkeyden.[7] Verkkokaupankäynnissä vakava huolenaihe on manipuloivien markkinointi- ja myyntikäytäntöjen käyttö, joilla painostetaan kuluttajia ja erityisesti haavoittuvia ryhmiä impulsiivisiin ostoihin ja liialliseen kulutukseen. Useiden eri EU-säädösten vastaisuuksia on havaittu ns. pimeiden käytäntöjen, vaikuttajamarkkinoinnin, suoratoimitusten (dropshipping) sekä huijausten ja petosten kohdalla. Niistä kuluttajille aiheutuvat haitat (taloudelliset menetykset, yksityisyydensuojan loukkaukset, psykologiset haitat) ovat kumulatiivisia. Tällä hetkellä **eri EU-tason valvontaverkostojen välillä** puuttuu strategia, yhteistyö ja tiedonvaihto näiden ongelmien tehokkaaksi käsittelemiseksi.

5. Kuluttaja-asiamiehen keinoista ja CPC-asetuksen uudistamisesta

Kuluttaja-asiamiehen valvontakeinoista on säädetty kuluttajansuojalaissa (38/1978), laissa Kilpailu- ja kuluttajavirastosta (661/2012) sekä laissa kuluttajansuojaviranomaisten eräistä toimivaltuuksista (566/2020). Lailla 566/2020 on toimeenpantu ns. CPC-asetuksen (asetus (EU) 2017/2394) edellyttämät minimikeinot, kuten seuraamusmaksu, koeostot ja ns. verkkosivukeinot. Tällaisia keinoja KA:lla ei aiemmin ollut kansallisen sääntelyn pohjalta. **Minimisääntelynä CPC-asetus olisi mahdollistanut kansallisesti tehokkaampien valvontakeinojen säätämisen, mutta Suomessa tätä ei pidetty tarpeellisena.**
Verrattaessa muiden EU-maiden kuluttajaviranomaisiin esimerkiksi ns. verkkosivukeinoista sekä koeostoista on säädetty eri tavoin. Lisäksi Suomessa uhkasakot ja seuraamusmaksut ovat huomattavasti pienempiä kuin monessa muussa jäsenmaassa.
KA ei voi määrätä itsenäisesti sakkoja vaan täytäntöönpanokelpoinen päätös edellyttää tuomioistuinprosessia markkinaoikeudessa. Tuomioistuimen määräämän kiellon tehosteeksi voidaan asettaa uhkasakko. Kieltokanteissa uhkasakot ovat oikeuskäytännössä jääneet mataliksi (100 000 – 150 000 euroa). Vakavammissa lainvastaisuuksissa KA voi hakea tuomioistuimelta yritykselle seuraamusmaksua. Korkein hallinto-oikeus (KHO) piti lokakuussa 2024 voimassa Maskun Kalustetalo Oy:lle määrätyn 300 000 euron seuraamusmaksun, joka liittyi yhtiön harhaanjohtavaan alennusmarkkinointiin. KA oli esittänyt alun perin miljoonaa euroa, mutta markkinaoikeus asetti summan 300 000 euroon. [8]
KKV painottaa, että valvonnan tehokkuuteen vaikuttavat ratkaisevalla tavalla valvontaviranomaisella käytössä olevat resurssit. Seuraamuksiin ja keinojen käyttöön päästään vain laadukkaalla valvontatyöllä.

[7] https://www.kkv.fi/ajankohtaista/lausunnot/public-consultation-consumer-agenda-2025-2030-and-action-plan-on-consumers-in-the-single-market/
[8] Markkinaoikeus 30.8.2023 nro 397/2023 ja KHO 2770/2024.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto

Valvontaviranomaisena KA:lla on liian pienet henkilöresursseja tehtäväkentän laajuuteen nähden.
Komissio on käynnistänyt CPC-asetuksen toimivuustarkastelun ja julkaissut 2024 raportin kuluttajansuojavalvonnan kehittämiskohdista.[9] Kuten KKV on asiassa E 78/2025 vp talousvaliokunnalle antamassaan asiantuntijalausunnossa näkemyksenään esittänyt, CPC-asetus tarjoaa perustan rajat ylittävälle valvontaviranomaisten yhteistyölle, mutta kaipaa parannuksia. Säädökseen olisi **selvennettävä sen soveltuvuus EU:n ulkopuolisiin elinkeinonharjoittajiin ja lisättävä mahdollisuus määrätä seuraamuksia** koordinoiduissa EU-tason toimissa.
KA kiinnittää huomiota siihen, että **valvontatoimien tehokkuuden lisäksi on huomioitava sanktioiden toimeenpanon tehokkuus.** Käytännössä uhkasakkoja ja seuraamusmaksuja on mahdollista saada maksuun vain, jos yrityksellä on Euroopassa tytäryhtiö tai varallisuutta.
Toisaalta jättialustoilla on niin suuri varallisuus, että ne pystyvät helposti maksamaan uhkasakot tai seuraamusmaksut niin halutessaan (vapaaehtoisesti ilman virallisperintää). Sitoumuksen antaminen tai edes euromääräisten sanktioiden maksaminen ei kuitenkaan tarkoita, että jättialusta muuttaisi toimintaansa pysyvästi lainmukaiseksi. Aiemmat kokemukset CPC:stä ja kansallisista valvontatoimista ovat osoittaneet, että **jälkivalvontaa tarvitaan** ja pysyvä toimintatapojen muuttuminen voi silti olla epävarmaa.

Kirsi Leivo
pääjohtaja

Katri Väänänen
kuluttaja-asiamies

[9] Komission raportti 25.7.2024 COM(2024) 311 final ja tiedote: https://commission.europa.eu/news-and-media/news/consumer-reports-show-need-strengthened-enforcement-eu-level-2024-07-25-0_en

Sähköisesti allekirjoitettu - Elektroniskt underskriven - Digitally signed
Väänänen Katri, 17.02.2026 11:09
Leivo Kirsi, pääjohtaja, 17.02.2026 11:09