

IV

(Tiedotteet)

EUROOPAN UNIONIN TOIMIELINTEN, ELINTEN,
TOIMISTOJEN JA VIRASTOJEN TIEDOTTEET

KOMISSIION TIEDONANTO

Ohjeet sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2005/29/EY tulkintaa ja soveltamista varten

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

(2021/C 526/01)

SISÄLLYS

	Sivu
JOHDANTO	5
1. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN SOVELTAMISALA	5
1.1. Aineellinen soveltamisala	5
1.1.1. Kansallinen lainsäädäntö, joka koskee kaupallisia menettelyjä, mutta jolla suojellaan muita etuja kuin kuluttajien taloudellisia etuja	6
1.1.2. Kaupalliset menettelyt, jotka liittyvät yritysten välisiin liiketoimiin tai vahingoittavat ainoastaan kilpailijoiden taloudellisia etuja	7
1.2. Direktiivin ja muun unionin oikeuden välinen vuorovaikutus	8
1.2.1. Suhde muuhun EU:n lainsäädäntöön	8
1.2.2. Muussa unionin oikeudessa "olennaisiksi" vahvistetut tiedot	10
1.2.3. Vuorovaikutus kuluttajanoikeusdirektiivin kanssa	12
1.2.4. Vuorovaikutus kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin kanssa	13
1.2.5. Vuorovaikutus hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin kanssa	15
1.2.6. Vuorovaikutus harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin kanssa	16
1.2.7. Vuorovaikutus palveludirektiivin kanssa	17
1.2.8. Vuorovaikutus sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin kanssa	17
1.2.9. Vuorovaikutus audiovisuaalisia mediapalveluja koskevan direktiivin kanssa	17

1.2.10. Vuorovaikutus yleisen tietosuoja-asetuksen ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin kanssa	18
1.2.11. Vuorovaikutus SEUT-sopimuksen 101-102 artiklan (EU:n kilpailusäännöt) kanssa	19
1.2.12. Vuorovaikutus EU:n perusoikeuskirjan kanssa	20
1.2.13. Vuorovaikutus SEUT-sopimuksen 34–36 artiklan kanssa	20
1.2.14. Vuorovaikutus verkkoalustojen ja yrityskäyttäjien välisistä suhteista annetun asetuksen kanssa	21
1.3. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja itsesääntelyn välinen suhde	21
1.4. Täytäntöönpano ja oikeussuojakeinot	22
1.4.1. Julkisoikeudellinen ja yksityisoikeudellinen täytäntöönpano	22
1.4.2. Seuraamukset	22
1.4.3. Kuluttajien oikeussuojakeinot	25
1.4.4. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen kolmansiin maihin sijoittautuneisiin elinkeinonharjoittajiin	25
2. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN KESKEISET KÄSITTEET	25
2.1. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin toiminta – Direktiivin vuokaavio	25
2.2. Elinkeinonharjoittajan käsite	26
2.3. Kaupallisen menettelyn käsite	28
2.3.1. Myynnin jälkeiset menettelyt, velanperintätoimet mukaan luettuna	29
2.3.2. Kuluttajilta tuotteita ostavat elinkeinonharjoittajat	30
2.4. Kaupallista ratkaisua koskeva testi	30
2.5. Keskivertokuluttaja	33
2.6. Haavoittuvat kuluttajat	35
2.7. 5 artikla – Huolellinen ammatinharjoittaminen	36
2.8. 6 artikla – Harhaanjohtavat toimet	38
2.8.1. Yleiset harhaanjohtavat tiedot	39
2.8.2. Hintaedut	41
2.8.3. Sekaannusta aiheuttava markkinointi	42
2.8.4. Käytännösääntöjen noudattamatta jättäminen	43

2.8.5. Laatueroihin liittyvä markkinointi	44
2.9. 7 artikla – Harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset	49
2.9.1. Olennaiset tiedot	50
2.9.2. Piilomarkkinointi / kaupallisen tarkoituksen mainitsematta jättäminen	50
2.9.3. Epäselvällä tavalla annetut olennaiset tiedot	51
2.9.4. Asiayhteys ja käytetyn viestintävälineen rajoitukset	52
2.9.5. Ostokehotusten olennaiset tiedot – 7 artiklan 4 kohta	53
2.9.6. Ilmaiset kokeilut ja tilausansat	58
2.10. 8 ja 9 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt	59
3. SOPIMATTOMIEN KAUPALLISTEN MENETTELYJEN MUSTA LISTA (LIITE I)	60
3.1. Tuotteet, joita ei voida myydä laillisesti – nro 9	61
3.2. Pyramidijärjestelmät – nro 14	62
3.3. Tuotteet, joilla parannetaan sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia – nro 17	63
3.4. Ilmaisuutta koskevan väittämän käyttö – nro 20	66
3.5. Automaattisin keinoin hankittujen tapahtumalippujen jälleenmyynti – nro 23 a	69
3.6. Sinnikäs markkinointi etävälinettä käyttäen – nro 26	69
3.7. Lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset – nro 28	70
3.8. Palkinnot – nro 31	71
4. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN SOVELTAMINEN TIETTYIHIN ALOIHIN	72
4.1. Kestävyys	72
4.1.1. Ympäristöväittämät	72
4.1.1.1. Vuorovaikutus muun ympäristöväittämiä koskevan EU:n lainsäädännön kanssa	73
4.1.1.2. Pääperiaatteet	75
4.1.1.3. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin	76
4.1.1.4. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin	79
4.1.1.5. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin	81

4.1.1.6. Liitteen I soveltaminen ympäristöväittämiin	82
4.1.1.7. Vertailevat ympäristöväittämät	83
4.1.2. Suunniteltu vanheneminen	84
4.2. Digitaali-ala	86
4.2.1. Verkkoalustat ja niiden kaupalliset menettelyt	87
4.2.2. Kuluttajasopimusten välittäminen kolmansien osapuolten kanssa	89
4.2.3. Hakutulosten avoimuus	90
4.2.4. Käyttäjäravestelut	93
4.2.5. Sosiaalinen media	96
4.2.6. Vaikuttajamarkkinointi	97
4.2.7. Datavetoiset menettelyt ja dark pattern -tekniikat	99
4.2.8. Hinnoittelukäytännöt	102
4.2.9. Pelit	103
4.2.10. Sijainninpaikantamistekniikojen käyttö	105
4.2.11. Kuluttajien lukkiutuminen	106
4.3. Matkailu- ja liikenne-ala	107
4.3.1. Monialaiset kysymykset	107
4.3.2. Matkapaketit	109
4.3.3. Aikaosuussopimukset	109
4.3.4. Erityisesti lentoliikennettä koskevat kysymykset	110
4.3.5. Erityisesti autonvuokrausta koskevat kysymykset	114
4.3.6. Erityisesti matkavaraussivustojen kannalta merkitykselliset kysymykset	115
4.4. Rahoituspalvelut ja kiinteä omaisuus	116
4.4.1. Monialaiset kysymykset	116
4.4.2. Kiinteään omaisuuteen liittyvät kysymykset	117
4.4.3. Rahoituspalveluihin liittyvät erityiset kysymykset	118
LIITE	121

JOHDANTO

Sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY⁽¹⁾, jäljempänä 'sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi', on kokonaisvaltainen EU:n säädös, jolla säännellään sopimattomia kaupallisia menettelyjä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä liiketoimissa. Sitä sovelletaan kaikkiin kaupallisiin menettelyihin, jotka toteutetaan ennen elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välistä liiketoimea, sen aikana sekä sen jälkeen.

Näiden ohjeiden tarkoituksena on helpottaa direktiivin asianmukaista soveltamista. Ne perustuvat vuonna 2016 annettuihin ohjeisiin⁽²⁾, ja niillä korvataan nämä aikaisemmat ohjeet. Ohjeilla pyritään myös lisäämään kaikkien asianosaisten, kuten kuluttajien, yritysten ja jäsenvaltioiden viranomaisten, mukaan lukien kansalliset tuomioistuimet ja oikeusalan toimijat, tietoisuutta direktiivistä kaikkialla EU:ssa. Ohjeet kattavat Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä (EU) 2019/2161⁽³⁾ tehdyt muutokset, jotka koskevat 28. toukokuuta 2022 voimaan tulevien unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamista ja nykyaikaistamista. Näin ollen osassa näistä ohjeista käsitellään sellaisia sääntöjä, jotka eivät ole vielä tulleet voimaan tämän tiedonannon julkaisupäivänä. Asiaankuuluvat kohdat ja alakohdat on ilmoitettu selkeästi. Direktiivin tai tuomioistuinten päätösten tekstien lainauksissa mahdollisesti olevat visuaaliset korostukset ovat komission lisäämiä.

Nämä ohjeet on osoitettu EU:n jäsenvaltioille sekä Islannille, Liechtensteinille ja Norjalle Euroopan talousalueesta (ETA) tehdyn sopimuksen allekirjoittajainaan. Viittauksia EU:hun, unioniin tai sisämarkkinoihin on sen vuoksi pidettävä viittauksina myös ETA:an tai ETA-markkinoihin.

Tämä tiedonanto on tarkoitettu ainoastaan ohjeasiakirjaksi, ja ainoastaan unionin lainsäädännön teksti on lainvoimainen. Lainsäädännön sitovan tulkinnan on perustuttava direktiivin tekstiin ja suoraan unionin tuomioistuimen päätöksiin. Näissä ohjeissa on otettu huomioon lokakuuhun 2021 mennessä julkaistut unionin tuomioistuimen päätökset, eikä niissä voida ennakoida unionin tuomioistuimen oikeuskäytännön tulevaa kehitystä.

Tässä asiakirjassa esitettyjä näkemyksiä ei pidä ymmärtää siten, että ne määräävät ennalta Euroopan komission kannan unionin tuomioistuimessa mahdollisesti käsiteltävissä asioissa. Tiedonannossa esitetyt tiedot ovat yleisluonteisia, eivätkä ne koske mitään tiettyjä yksittäisiä henkilöitä tai yhteisöjä. Euroopan komissio ja sen nimissä toimivat henkilöt eivät vastaa siitä, miten tämän julkaisun tietoja käytetään.

Koska nämä ohjeet ilmentävät niiden laatimisajankohtana vallitsevaa tilannetta, ohjeita voidaan muuttaa myöhemmin.

1. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN SOVELTAMISALA

3 artiklan 1 kohta

Tätä direktiiviä sovelletaan 5 artiklassa tarkoitettuihin elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin ennen jotakin tuotetta koskevaa liiketoimaa ja sen jälkeen.

Direktiivi on luonteeltaan horisontaalinen, ja sillä suojellaan kuluttajien taloudellisia etuja. Sen periaatteisiin perustuvissa säännöksissä käsitellään monia erilaisia menettelyjä, ja ne ovat riittävän laajoja kattaakseen myös nopeasti kehittyvät tuotteet ja myyntitavat.

1.1. Aineellinen soveltamisala

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi perustuu **täydellisen yhdenmukaistamisen** periaatteeseen. Sillä on sekä kuluttajien että yritysten sisämarkkinoiden esteiden poistamiseksi ja oikeusvarmuuden lisäämiseksi vahvistettu yhtenäinen sääntelykehys, jolla yhdenmukaistetaan kansalliset säännöt. Näin ollen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä säädetään, että **jäsenvaltiot eivät saa säätää direktiivissä säädettyjä sääntöjä tiukempia sääntöjä edes saavuttaakseen kuluttajansuojan korkeamman tason, ellei tämä ole sallittua itse direktiivissä⁽⁴⁾.**

⁽¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY, annettu 11 päivänä toukokuuta 2005, sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/ETY, 98/27/ETY ja 2002/65/ETY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) (EUVL L 149, 11.6.2005, s. 22).

⁽²⁾ SWD(2016) 163 final.

⁽³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/2161, annettu 27 päivänä marraskuuta 2019, neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 98/6/ETY, 2005/29/EY sekä 2011/83/EU muuttamisesta unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisen ja nykyaikaistamisen osalta (EUVL L 328, 18.12.2019, s. 7).

⁽⁴⁾ Direktiivin 4 artikla ja johdanto-osan 5, 12 ja 13 kappale.

Unionin tuomioistuin on vahvistanut tämän periaatteen useissa päätöksissään. Esimerkiksi asiassa *Total Belgium* antamassaan tuomiossa ⁽⁵⁾ tuomioistuin on todennut, että direktiivi on esteenä yleiselle **yhdistettyjä tarjouksia** koskevalle kansalliselle kiellolle. Asiassa *Europamur Alimentación* antamassaan tuomiossa ⁽⁶⁾ unionin tuomioistuin on katsonut, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi on esteenä yleiselle kansalliselle kiellolle **tarjota myyntiin tai myydä tuotteita tappiollisesti**. Samassa asiassa antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin selvensi myös, että rajoitaviin kansallisiin toimenpiteisiin voi kuulua todistustaakan kääntäminen. ⁽⁷⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **3 artiklan 9 kohdassa** säädetään merkittävästä rajoituksesta direktiivin täydellisen yhdenmukaistamisen tavoitteeseen, sillä siinä todetaan, että **”rahoituspalvelujen sekä kiinteän omaisuuden osalta jäsenvaltiot voivat asettaa vaatimuksia, jotka ovat ohjailevampia tai rajoittavampia kuin tämä direktiivi alalla, jota se lähentää”**. Näin ollen jäsenvaltiot voivat ottaa kyseisillä aloilla käyttöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä pidemmälle meneviä sääntöjä edellyttäen, että ne ovat EU:n muun lainsäädännön mukaisia. Näiden ohjeiden 4.4 kohdassa käsitellään nimenomaisesti sitä, miten sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan rahoituspalveluihin ja kiinteään omaisuuteen.

Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **3 artiklan 5 kohdan**, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä (EU) 2019/2161, mukaisesti direktiivi ei estä jäsenvaltioita antamasta lisäsäännöksiä kuluttajien oikeutettujen etujen suojaamiseksi, kun kyseessä ovat **aggressiiviset tai harhaanjohtavat markkinointi- tai myyntimenettelyt** elinkeinonharjoittajan kuluttajan **kotiin pyytämättä tekemän käynnin** tai sellaisen elinkeinonharjoittajan järjestämän **tutustumiskäynnin** yhteydessä, jonka tarkoituksena tai seurauksena on tuotteiden esitleminen tai myyminen kuluttajalle. Tällaisten säännösten on kuitenkin oltava oikeasuhteisia, syrjimättömiä ja perusteltuja kuluttajansuojaa liittyvistä syistä. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 55 kappaleessa selitetään, että tällaisilla säännöksillä ei saisi kieltää kyseisiä myyntikanavia sellaisenaan, ja siinä annetaan joitakin ei-tyhjentäviä esimerkkejä mahdollisista kansallisista toimenpiteistä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **3 artiklan 6 kohdassa** edellytetään, että jäsenvaltioiden on ilmoitettava komissiolle annetut kansalliset säännökset ja kaikki niitä koskevat mahdolliset myöhemmät muutokset, jotta komissio voi asettaa nämä tiedot helposti kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien saataville verkkosivuston ⁽⁸⁾ välityksellä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin johdanto-osan 14 kappaleessa selvennetään, että täydellisen yhdenmukaistamisen lähestymistapa ei estä jäsenvaltioita määrittämästä kansallisessa lainsäädännössä tiettyjen tuotteiden sellaisia pääominaisuuksia, joiden mainitsematta jättämisellä olisi olennainen merkitys ostokehutusta tehtäessä. Siinä selvennetään myös, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä ei rajoiteta unionin oikeutta, jossa jäsenvaltioille annetaan nimenomaisesti mahdollisuus valita useiden kuluttajansuojaa koskevien sääntelyvaihtoehtojen välillä kaupallisten menettelyjen alalla.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin johdanto-osan 15 kappaleessa selitetään kuluttajille annettavien tietojen osalta, että jäsenvaltiot voivat unionin oikeuteen sisältyvien vähimmäislausekkeiden sen sallien ottaa käyttöön tai pitää voimassa tiukempia **tiedotusvaatimuksia**, jotka ovat unionin oikeuden mukaisia, varmistaakseen kuluttajien yksilöllisten sopimusperusteisten oikeuksien suojan korkeamman tason. Ks. myös 1.2.3 kohta, jossa selitetään vuorovaikutusta kuluttajanoikeusdirektiivin mukaisten ennen sopimuksen tekoa annettavien tietojen koskevien vaatimusten kanssa.

1.1.1. Kansallinen lainsäädäntö, joka koskee kaupallisia menettelyjä, mutta jolla suojellaan muita etuja kuin kuluttajien taloudellisia etuja

1 artikla

*Tämän direktiivin tarkoituksena on tukea sisämarkkinoiden moitteetonta toimintaa ja saavuttaa korkeatasoinen kuluttajansuoja lähentämällä jäsenvaltioiden lait, asetukset ja hallinnolliset määräykset, jotka koskevat **kuluttajien taloudellisia etuja vahingoittavia sopimattomia kaupallisia menettelyjä**.*

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei kata kansallisia sääntöjä, joilla on tarkoitus suojella **muuta kuin luonteeltaan taloudellisia etuja**. Näin ollen **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei vaikuta** jäsenvaltioiden mahdollisuuteen asettaa sääntöjä, joilla säännellään kaupallisia menettelyjä **terveyteen, turvallisuuteen tai ympäristönsuojeluun** liittyvistä syistä.

Myöskään markkinointia ja mainontaa koskevat voimassa olevat kansalliset säännöt, jotka perustuvat **”makuasioihin ja säädyllyyskysymyksiin”**, eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan. Johdanto-osan 7 kappaleen mukaan *”[t]ässä direktiivissä [...] ei puututa makuasioihin ja säädyllyyskysymyksiin liittyviin oikeudellisiin vaatimuksiin, jotka poikkeavat suuresti toisistaan eri jäsenvaltioissa. [...] Jäsenvaltioiden pitäisi sen vuoksi **jatkossakin** voida yhteisön lainsäädäntöä noudattaen **kieltää** alueellaan kaupallisia menettelyjä makuasioihin ja säädyllyyskysymyksiin liittyvistä syistä, vaikka kyseisillä menettelyillä ei rajoitettaisikaan kuluttajan valinnanvapautta. [...]”*

⁽⁵⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 23.4.2009, yhdistetyt asiat C-261/07 ja C-299/07, *VTB-VAB NV v. Total Belgium NV*, ja *Galatea BVBA v. Sanoma Magazines Belgium NV*, 52 kohta. Ks. myös tuomio 11.3.2010, asia C-522/08, *Telekom Polska*.

⁽⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 19.10.2017, asia C-295/16, *Europamur Alimentación*.

⁽⁷⁾ Ks. edellinen alaviite, 42 kohta.

⁽⁸⁾ Jäsenvaltioiden ilmoitukset julkaistaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä koskevilla komission verkkosivuilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/unfair-commercial-practices-law/unfair-commercial-practices-directive_en

Näin ollen **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei kata** kaupallisten menettelyjen yhteydessä sellaisia kansallisia sääntöjä, jotka koskevat **ihmisarvon suojelua, sukupuoleen, rotuun tai uskontoon perustuvan syrjinnän ehkäisemistä tai alastomuuden, väkivallan ja antisosiaalisen käyttäytymisen esittämistä**.

Unionin tuomioistuin on esimerkiksi selvittänyt, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ei sovelleta kansalliseen säännökseen, joka **estää elinkeinonharjoittajaa pitämästä liikettään avoimna seitsemänä päivänä viikossa** edellyttämällä, että elinkeinonharjoittajien on valittava yksi päivä viikossa, jolloin liike on suljettu, koska tällä nimenomaisella säännöksellä ei pyritty saavuttamaan kuluttajansuojaan liittyviä tavoitteita.⁽⁹⁾

Unionin tuomioistuin on lisäksi täsmentänyt, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei ole esteenä kansalliselle säännökselle, jolla suojellaan kansanterveyttä ja hammaslääkärin ammatin arvokkuutta yhtäältä **kieltämällä yleisesti ja ehdottomasti suu- ja hammashoitopalvelujen kaikenlainen mainonta** ja toisaalta vahvistamalla tietyt pädätyvyysvaatimukset hammaslääkärin vastaanottojen liikekilville.⁽¹⁰⁾

Sitä vastoin kansalliset säännöt, joilla pyritään **suojelemaan kuluttajien taloudellisia etuja, vaikka ne liittyisivätkin muihin etuihin**, kuuluvat sen soveltamisalaan.

Unionin tuomioistuin on selvittänyt **sellaisten kansallisten sääntöjen osalta, joilla kielletään lisäetujen käyttö myynnissä**, että lisäetujen käyttöä myynnissä koskeva yleinen kansallinen kielto, jolla pyritään saavuttamaan kuluttajansuojaa koskevia tavoitteita ja muita tavoitteita (kuten lehdistön moniarvoisuus), on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen.⁽¹¹⁾

Unionin tuomioistuin on todennut **sellaisten kansallisten sääntöjen osalta, joilla sallitaan loppuunmyynnistä ilmoittaminen** ainoastaan toimivaltaisen alueellisen hallintoviranomaisen luvalla, että ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin oli implisiittisesti myöntänyt, että kyseessä olleella säännöksellä pyrittiin kuluttajien eikä ainoastaan kilpailijoiden tai muiden elinkeinonharjoittajien suojelemiseen. Tästä syystä siihen sovellettiin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä.⁽¹²⁾

1.1.2. *Kaupalliset menettelyt, jotka liittyvät yritysten välisiin liiketoimiin tai vahingoittavat ainoastaan kilpailijoiden taloudellisia etuja*

Johdanto-osan 6 kappale

[Tämän direktiivin] soveltamis- tai vaikutusalaan eivät kuulu sellaiset kansalliset lait, jotka koskevat sopimattomia kaupallisia menettelyjä, jotka vahingoittavat ainoastaan kilpailijoiden taloudellisia etuja tai jotka liittyvät elinkeinonharjoittajien välisiin liiketapahtumiin. Suhteellisuusperiaatteen täysin huomioon ottaen jäsenvaltioilla on edelleen halutessaan mahdollisuus säännellä kyseisiä käytäntöjä yhteisön lainsäädäntöä noudattaen. [...]

Yritysten väliset kaupalliset menettelyt eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan. Niitä säännellään osittain harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2006/114/EY⁽¹³⁾. Lisäksi hyvän kauppatavan vastaisista käytännöistä annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä (EU) 2019/633⁽¹⁴⁾ säännellään yritysten välisiä suhteita maataloustuote- ja elintarvikeketjussa. **Jäsenvaltiot voivat kuitenkin kansallisen lainsäädäntönsä nojalla ulottaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisen suojan koskemaan yritysten välisiä kaupallisia menettelyjä.**

Kansallinen säännös ei kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan, jos sillä pyritään ainoastaan, kuten ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin on katsonut, sääntelemään kilpailijoiden välisiä suhteita eikä suojelemaan kuluttajia.⁽¹⁵⁾

Ainoastaan sellaiset kansalliset **toimenpiteet, joilla suojellaan yksinomaan kilpailijoiden etuja, eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan.** Jos kansallisilla toimenpiteillä säännellään jotain menettelyä siten, että tavoitteena on suojella kuluttajia ja kilpailijoita, nämä toimenpiteet kuuluvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan.

Kuluttajien ja kilpailijoiden etujen erosta EU:n tuomioistuin on katsonut seuraavaa:

”39 [...] Sen soveltamisalan ulkopuolelle jäävät siis, kuten kyseisen [sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin] johdanto-osan kuudennessa perustelukappaleesta ilmenee, ainoastaan sellaiset kansalliset lait, jotka koskevat sopimattomia kaupallisia menettelyjä, jotka vahingoittavat ”ainoastaan” kilpailijoiden taloudellisia etuja tai jotka liittyvät elinkeinonharjoittajien välisiin liiketapahtumiin.

40 [...] tästä ei kuitenkaan selvästikään ole kyse [...] kansallisten säännösten osalta, [joilla] pyritään nimenomaisesti suojelemaan kuluttajia eikä yksinomaan kilpailijoita ja markkinoiden muita toimijoita.”⁽¹⁶⁾

⁽⁹⁾ Unionin tuomioistuimen määräys 4.10.2012, asia C-559/11, Pelckmans Turnhout NV.

⁽¹⁰⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 4.5.2017, asia C-339/15, Luc Vanderborght.

⁽¹¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 9.11.2010, asia C-540/08, Mediaprint.

⁽¹²⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 17.1.2013, asia C-206/11, Köck, 31 kohta.

⁽¹³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2006/114/EY, annettu 12 päivänä joulukuuta 2006, harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta (EUVL L 376, 27.12.2006, s. 21).

⁽¹⁴⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/633, annettu 17 päivänä huhtikuuta 2019, hyvän kauppatavan vastaisista käytännöistä yritysten välisissä suhteissa maataloustuote- ja elintarvikeketjussa (EUVL L 111, 25.4.2019, s. 59).

⁽¹⁵⁾ Unionin tuomioistuimen määräys 15.12.2011, asia C-126/11, Inno, 29 kohta.

⁽¹⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 14.1.2010, asia C-304/08, Plus Warenhandels-gesellschaft.

On kansallisten viranomaisten ja tuomioistuinten vastuulla ratkaista, onko kansallisella säännöksellä tarkoitus suojella kuluttajien taloudellisia etuja.

Unionin tuomioistuin on huomauttanut seuraavaa:

”29 Ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen, ei siis unionin tuomioistuimen, on näin ollen tutkittava, pyritäänkö pääasiassa kyseessä olevilla kansallisilla oikeussäännöillä eli 31.12.2008 tehdyn päätöksen 1 §:n 2 momentilla ja 2 §:llä tosiasiaa kuluttajansuojaan liittyviin tavoitteisiin, tarkistaakseen, kuuluvatko kyseiset oikeussäännöt sopimattomista kaupallisista menettelyistä annetun direktiivin soveltamisalaan [...]” (17)

Unionin tuomioistuin on myös todennut, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi on esteenä kansalliselle säännökselle, jolla **kielletään myynti tappiollisesti**, siltä osin kuin tavoitteena on suojella kuluttajia. (18)

Unionin tuomioistuin on selventänyt sellaisten **kansallisista sääntöjen osalta, joilla kielletään hinnanalennukset alennusmyyntejä edeltävinä ajanjaksoina**, että tällainen kiello ei ole yhteensopiva sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin kanssa, jos sillä pyritään suojelemaan kuluttajien kaupallisia etuja. (19)

1.2. Direktiivin ja muun unionin oikeuden välinen vuorovaikutus

3 artiklan 4 kohta

Jos tämän direktiivin säännökset ovat ristiriidassa sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia säätelevien muiden yhteisön sääntöjen kanssa, jälkimmäisillä on etusija ja niitä sovelletaan kyseisiin yksittäisiin näkökohtiin.

Johdanto-osan 10 kappale

On tarpeen varmistaa, että tämä direktiivi on johdonmukaisessa suhteessa yhteisön nykyiseen lainsäädäntöön, varsinkin tapauksissa, joissa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevia yksityiskohtaisia säännöksiä sovelletaan yksittäisiin sektoreihin. [...] **Vastaavasti tätä direktiiviä sovelletaan ainoastaan, mikäli ei ole olemassa erityisiä yhteisön säännöksiä, joilla säädellään tiettyjä sopimattomien kaupallisten menettelyjen näkökohtia**, kuten tiedottamisvaatimuksia ja kuluttajille annettavan tiedon esittämismuotoa koskevia vaatimuksia. **Tällä direktiivillä tarjotaan kuluttajille suojaa, kun erityistä alakohtaista yhteisön lainsäädäntöä ei ole olemassa**, ja kielletään elinkeinonharjoittajia luomasta vääriä vaikutelmia tuotteiden luonteesta. Tämä on erityisen tärkeää, kun kyseessä ovat monimutkaiset tuotteet, joihin liittyy kuluttajan kannalta suuri riski, kuten tietyt rahoituspalvelutuotteet. Tällä direktiivillä täydennetään siis kuluttajien taloudellista etua haittaaviin kaupallisiin menettelyihin sovellettavaa yhteisön lainsäädäntöä.

Yleisen soveltamisalansa vuoksi direktiiviä sovelletaan moniin kaupallisiin menettelyihin, joita säännellään myös muulla yleisellä tai alakohtaisella EU:n lainsäädännöllä.

1.2.1. Suhde muuhun EU:n lainsäädäntöön

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin keskeisiä piirteitä ovat sen 3 artiklan 4 kohta ja johdanto-osan 10 kappale. Niissä selvennetään, että **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi täydentää muuta EU:n lainsäädäntöä** (”yhteisön säännöt”), jolla säännellään sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia. Näin ollen **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi toimii ”turvaverkkona**”, jolla varmistetaan, että kaikilla sektoreilla voidaan ylläpitää korkeatasoista kuluttajansuojaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä vastaan, muun muassa siten, että se täydentää muuta unionin oikeutta ja tukkii siinä olevia aukkoja.

Jos EU:n alakohtaista tai muuta lainsäädäntöä ei olemassa ja sen säännökset ovat päällekkäisiä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännösten kanssa, sovelletaan erityissäädöksen vastaavia säännöksiä. Direktiivin 3 artiklan 4 kohdassa täsmennetäänkin näin: ”Jos tämän direktiivin säännökset ovat ristiriidassa sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia säätelevien muiden yhteisön sääntöjen kanssa, jälkimmäisillä on etusija ja niitä sovelletaan kyseisiin yksittäisiin näkökohtiin.”

Direktiivin 3 artiklan 4 kohta luettuna yhdessä johdanto-osan 10 kappaleen kanssa merkitsee sitä, että unionin oikeuden säännöksellä **on etusija sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin nähden, jos seuraavat kolme ehtoa täyttyvät**:

- sillä on unionin oikeuden asema
- sillä säännellään tiettyä sopimattomien kaupallisten menettelyjen näkökohtaa
- säännökset ovat keskenään ristiriidassa tai muun unionin oikeuden säännöksen sisältö on päällekkäinen vastaavan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksen kanssa esimerkiksi sääntelemällä kyseistä toimintaa yksityiskohtaisemmin ja/tai sitä sovelletaan tiettyyn alaan. (20)

(17) Unionin tuomioistuimen määräys 8.9.2015, asia C-13/15, Cdiscount.

(18) Unionin tuomioistuimen määräys 7.3.2013, asia C-343/12, Euronics, 31 kohta.

(19) Unionin tuomioistuimen määräys 30.6.2011, asia C-288/10, Wamo, 40 kohta.

(20) Ks. yhdistetyt asiat C-54/17 ja C-55/17, Wind Tre, 60 ja 61 kohta.

Esimerkki:

Kiinnitysluottodirektiivin ⁽²¹⁾ 12 artiklassa kielletään periaatteessa kytkykauppa, jossa kiinnitysluottosopimus myydään toisen rahoitustuotteen kanssa eikä sitä ole saatavilla erikseen. Tämä yleinen kielto on ristiriidassa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin kanssa, koska kytkykauppa olisi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla sopimattonta ja siten kiellettyä vain tapauskohtaisen arvioinnin perusteella. Kiinnitysluottodirektiivin 12 artiklalla on etusija sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleisiin sääntöihin nähden. Näin ollen kiinnitysluottodirektiivin 12 artiklassa tarkoitettu kytkykauppa on sellaisenaan kielletty.

Jos kaikki kolme edellä mainittua ehtoa täyttyvät, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ei sovelleta siihen kaupallisen menettelyn **yksittäiseen näkökohtaan**, jota säännellään esimerkiksi alakohtaisella säännöllä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi on kuitenkin edelleen merkityksellinen arvioitaessa kyseisen kaupallisen menettelyn muita mahdollisia näkökohtia, jotka eivät kuulu alakohtaisten säännösten piiriin, kuten elinkeinonharjoittajan aggressiivista käyttäytymistä.

Esimerkki:

Jotta kuluttaja voi vaihtaa teleoperaattoria, hänen nykyinen operaattorinsa edellyttää, että hän täyttää tätä koskevan lomakkeen. Lomake ei kuitenkaan ole saatavilla verkossa eikä operaattori vastaa kuluttajan sähköpostiviesteihin ja puhelinsoittoihin. Euroopan sähköisen viestinnän säännösten ⁽²²⁾ 106 artiklassa säädetään, että tilaajat voivat palveluntarjoajaa vaihtaessaan säilyttää puhelinnumeron, että numerot on siirrettävä mahdollisimman nopeasti ja että loppukäyttäjille ei saa aiheutua välittömiä kustannuksia. Eurooppalaisen sähköisen viestinnän säännösten 106 artiklan 6 kohdassa säädetään myös, että palveluntarjoajien on tehtävä yhteistyötä vilpittömässä mielessä, eivätkä ne saa viivästyttää prosessia tai väärinkäyttää sitä. Kansallisten sääntelyviranomaisten vastuulla on varmistaa, että vaihto sujuu loppukäyttäjän kannalta tehokkaasti ja yksinkertaisesti. Lisäksi vaihtamista koskevia elinkeinonharjoittajien käytäntöjä voidaan arvioida sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8 artiklan ja 9 artiklan d alakohdan nojalla, sillä niissä kielletään vaihtamisen kohtuuttomat sopimuksen ulkopuoliset esteet aggressiivisena kaupallisena menettelynä.

Edellä esitetystä seuraa, että **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen ei sinänsä ole yleisesti pois suljettua vain siksi, että on olemassa muuta EU:n lainsäädäntöä, jolla säännellään sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia.**

Unionin tuomioistuin on asiassa Abcur antamassaan tuomiossa ⁽²³⁾ todennut seuraavaa:

”Ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuin on [...] halunnut vastauksen siihen, voidaanko siinä tapauksessa, että [...] ihmisille tarkoitetut lääkkeet kuuluvat direktiivin 2001/83 soveltamisalaan, myös tällaisia lääkkeitä koskevien [...] mainontamenettelyjen katsoa kuuluvan direktiivin 2005/29 soveltamisalaan.

Kuten unionin oikeuskäytännössä on todettu, direktiiville on tunnusomaista laaja asiallinen soveltamisala, joka ulottuu kaikkiin kaupallisiin menettelyihin, jotka liittyvät välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille. [...]

[O]n vastattava, että siinäkin tapauksessa, että pääasiassa kyseessä olevien kaltaiset ihmisille tarkoitetut lääkkeet kuuluisivat direktiivin 2001/83 soveltamisalaan, [...] näitä lääkkeitä koskevat mainontamenettelyt voivat kuulua myös direktiivin 2005/29 soveltamisalaan, edellyttäen, että kyseisen direktiivin soveltamisedellytykset täyttyvät.”

Sen vuoksi **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä voidaan yleensä soveltaa yhdessä alakohtaisten EU:n sääntöjen kanssa niitä täydentävästi**, sillä muissa EU:n säännöissä vahvistetuilla tarkemmillä vaatimuksilla yleensä **täydennetään** sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä vahvistettuja yleisiä vaatimuksia. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä voidaan tavallisesti käyttää sen estämiseksi, että elinkeinonharjoittajat antavat alakohtaisessa lainsäädännössä edellytetyjä tietoja harhaanjohtavalla tai aggressiivisella tavalla, ellei tätä näkökohtaa nimenomaisesti säännellä alakohtaisilla säännöillä.

⁽²¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2014/17/EU, annettu 4 päivänä helmikuuta 2014, kuluttajille tarkoitetuista kiinteää asunto-omaisuutta koskevista luottosopimuksista ja direktiivien 2008/48/EY ja 2013/36/EU sekä asetuksen (EU) N:o 1093/2010 muuttamisesta (EUVL L 60, 28.2.2014, s. 34).

⁽²²⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2018/1972, annettu 11 päivänä joulukuuta 2018, eurooppalaisesta sähköisen viestinnän säännöstöstä (EUVL L 321, 17.12.2018, s. 36).

⁽²³⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 16.7.2015, yhdistetyt asiat C-544/13 ja C-545/13, Abcur.

Vuorovaikutusta alakohtaisiin EU:n välineisiin sisältyvien tiedostusvelvoitteiden kanssa korostettiin asiassa *Dyson v. BSH* annetussa tuomiossa ⁽²⁴⁾. Asia koski pölynimureiden merkintöjä ja sitä, voisiko se, että testausolosuhteista ei ole saatavilla tarkkoja tietoja, joita ei edellytetä käsiteltävänä olevissa alakohtaisissa säännöissä ⁽²⁵⁾, johtaa harhaanjohtavaan mainitsematta jättämiseen. Unionin tuomioistuin vahvisti, että jos sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ja alakohtainen lainsäädäntö ovat ristiriidassa keskenään, jälkimmäisellä on etusija, mikä tarkoitti tässä tapauksessa sitä, että tietoja, joita ei vaadita EU:n energiamerkissä, ei voida pitää ”olennaisina tietoina” ja että muita tietoja ei voida esittää.

Vuorovaikutusta alakohtaisten sääntöjen kanssa käsiteltiin myös asiassa *Mezina* annetussa tuomiossa ⁽²⁶⁾. Asia koski luonnollisia ravintolisiä koskevia terveysväitteitä. Elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä annettua Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EY) N:o 1924/2006 ⁽²⁷⁾ sovelletaan kaupallisessa viestinnässä lopulliselle kuluttajalle tarkoitettujen elintarvikkeiden pakkausmerkinnöissä, esillepanossa tai mainonnassa esitettäviin ravitsemus- ja terveysväitteisiin. Jos asetuksen (EY) N:o 1924/2006 ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännökset ovat ristiriidassa keskenään, ensin mainittu on ensisijainen terveysväitteiden osalta.

1.2.2. Muussa unionin oikeudessa ”olennaisiksi” vahvistetut tiedot

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä säädetään, että muuhun unionin oikeuteen perustuvat kaupallista viestintää koskevat tiedotusvaatimukset ovat ”olennaisia”.

7 artiklan 5 kohta

5. Yhteisön lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään **olennaisina**. Liitteessä II, joka ei ole tyhjentävä, on luettelo tällaisista vaatimuksista.

Tällaisia tiedotusvaatimuksia sisältyy useisiin alakohtaisiin EU:n säädöksiin. Esimerkkejä:

- ympäristö (esimerkiksi energiamerkintäpuiteasetus ⁽²⁸⁾ ja siihen liittyvät delegoidut asetukset, ekosuvunnitteludirektiivi ⁽²⁹⁾ ja siihen liittyvät delegoidut asetukset, renkaiden merkitsemistä koskeva asetus ⁽³⁰⁾ sekä polttoainetaloudesta annettu direktiivi ⁽³¹⁾)

⁽²⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 25.7.2018, asia C-632/16, *Dyson*.

⁽²⁵⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2010/30/EU, annettu 19 päivänä toukokuuta 2010, energiaan liittyvien tuotteiden energian ja muiden voimavarojen kulutuksen osoittamisesta merkinnöin ja yhdenmukaisin tuotetiedoin (EUVL L 153, 18.6.2010, s. 1) ja komission delegoitu asetus (EU) N:o 665/2013 Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2010/30/EU täydentämisestä pölynimurien energiamerkinnän osalta (EUVL L 192, 13.7.2013, s. 1).

⁽²⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 10.9.2020, asia C-363/19, *Mezina*.

⁽²⁷⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1924/2006, annettu 20 päivänä joulukuuta 2006, elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä (EUVL L 404, 30.12.2006, s. 9).

⁽²⁸⁾ Energiamerkintää koskevien puitteiden vahvistamisesta ja direktiivin 2010/30/EU kumoamisesta 4 päivänä heinäkuuta 2017 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa (EU) 2017/1369 (EUVL L 198, 28.7.2017, s. 1) säädetään muun muassa tuottajille ja jälleenmyyjille asetettavista velvoitteista. Ne koskevat energiaan liittyvien tuotteiden merkintää, tuotteiden energiatehokkuutta sekä energian ja muiden voimavarojen kulutusta käytön aikana koskevien tietojen antamista sekä tuotteita koskevien lisätietojen antamista, jotta asiakkaat voivat valita entistä energiatehokkaampia tuotteita energiankulutuksensa vähentämiseksi.

⁽²⁹⁾ Energiaan liittyvien tuotteiden ekologiselle suunnittelulle asetettavien vaatimusten puitteista 21 päivänä lokakuuta 2009 annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/125/EY (EUVL L 285, 31.10.2009, s. 10) sisältää erityisen vaatimuksen tiedottaa kuluttajille, siitä millainen asema kuluttajilla voi olla tuotteen kestävässä käytössä.

⁽³⁰⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2020/740, annettu 25 päivänä toukokuuta 2020, renkaiden merkitsemisestä polttoainetaloudellisuuden ja muiden ominaisuuksien osalta, asetuksen (EU) 2017/1369 muuttamisesta ja asetuksen (EY) N:o 1222/2009 kumoamisesta (EUVL L 177, 5.6.2020, s. 1).

⁽³¹⁾ Kuluttajien mahdollisuudesta saada uusien henkilöautojen markkinoinnin yhteydessä polttoainetaloutta ja hiilidioksidipäästöjä koskevia tietoja 13 päivänä joulukuuta 1999 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä 1999/94/EY (EUVL L 12, 18.1.2000, s. 16) edellytetään, että polttoainetaloutta koskeva merkintä, joka sisältää erityisesti viralliset tiedot polttoaineenkulutuksesta, on esillä kaikkien uusien henkilöautojen lähellä myyntipaikalla.

- rahoituspalvelut (esimerkiksi rahoitusmarkkinadirektiivi⁽³²⁾, maksupalveludirektiivi⁽³³⁾, kulutusluottodirektiivi⁽³⁴⁾, kiinnitysluottodirektiivi⁽³⁵⁾, maksutilidirektiivi⁽³⁶⁾ ja PRIIP-tuotteita koskevista avaintietoasiakirjoista annettu asetus⁽³⁷⁾)
- terveys (esimerkiksi Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2001/83/EY⁽³⁸⁾)
- sähköiset viestintäpalvelut (eurooppalainen sähköisen viestinnän säännöstö⁽³⁹⁾)
- liikenne (esimerkiksi lentoliikenneasetus⁽⁴⁰⁾ ja matkustajien oikeuksia koskeva asetus⁽⁴¹⁾)
- elintarvikeala (esimerkiksi yleinen elintarvikelainsäädäntöasetus⁽⁴²⁾ ja elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annettu asetus⁽⁴³⁾).

Tällaiset tiedotusvaatimukset ovat usein **täsmällisempiä** kuin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin tiedotusvaatimukset.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdassa selvennetään, että tällaisia tiedotusvaatimuksia **"pidetään olennaisina"**.

⁽³²⁾ Rahoitusvälineiden markkinoista sekä direktiivin 2002/92/EY ja direktiivin 2011/61/EU muuttamisesta 15 päivänä toukokuuta 2014 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä 2014/65/EU (MiFID II) (EUVL L 173, 12.6.2014, s. 349) edellytetään muun muassa, että sijoituspalveluyritykset antavat asiakkaille, mukaan lukien kuluttajat, tietoja palveluistaan, rahoitusvälineistä ja ehdotetuista sijoitusstrategioista, kuluista ja liitännäisistä veloituksista.

⁽³³⁾ Maksupalveluista sisämarkkinoilla, direktiivien 2002/65/EY, 2009/110/EY ja 2013/36/EU ja asetuksen (EU) N:o 1093/2010 muuttamisesta sekä direktiivin 2007/64/EY kumoamisesta 25 päivänä marraskuuta 2015 annettu direktiivi (EU) 2015/2366 (EUVL L 337, 23.12.2015, s. 35) sisältää muun muassa tarkempia säännöksiä ennen sopimuksen tekoa annettavista tiedoista ja näiden tietojen toimittamista koskevista yksityiskohtaisista säännöistä.

⁽³⁴⁾ Kulutusluottosopimuksista ja neuvoston direktiivin 87/102/ETY kumoamisesta 23 päivänä huhtikuuta 2008 annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2008/48/EY (EUVL L 133, 22.5.2008, s. 66) sisältää erityisiä vaatimuksia luoton mainostamisen yhteydessä annettavista tiedoista.

⁽³⁵⁾ Kuluttajille tarkoitetuista kiinteää asunto-omaisuutta koskevista luottosopimuksista annettu direktiivi 2014/17/EU sisältää kiinnitysluottojen markkinointia koskevia sääntöjä, kuten kytkeytyksen kiellon. Direktiivi sisältää myös mainostamisvaihtetta ja sopimuksen tekemistä edeltävää vaihtetta koskevia erityisiä tiedotusvaatimuksia.

⁽³⁶⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2014/92/EU, annettu 23 päivänä heinäkuuta 2014, maksutileihin liittyvien maksujen vertailukelpoisuudesta, maksutilien siirtämisestä ja mahdollisuudesta käyttää perusmaksutilejä (EUVL L 257, 28.8.2014, s. 214).

⁽³⁷⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 1286/2014, annettu 26 päivänä marraskuuta 2014, vähittäismarkkinoille tarkoitettuja paketoituja ja vakuutusmuotoisia sijoitustuotteita (PRIIP-tuotteita) koskevista avaintietoasiakirjoista (EUVL L 352, 9.12.2014, s. 1).

⁽³⁸⁾ Ihmisille tarkoitettuja lääkkeitä koskevista yhteisön säännöistä 6 päivänä marraskuuta 2001 annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2001/83/EY (EYVL L 311, 28.11.2001, s. 67) sisältää lääkkeiden mainostamista ja merkintöjä koskevia lisävaatimuksia.

⁽³⁹⁾ Eurooppalaisesta sähköisen viestinnän säännöstöstä annetussa direktiivissä (EU) 2018/1972 edellytetään sopimustietojen toimittamista eri näkökohdista sen mukaan, mistä sähköisen viestintäpalvelun tyyppistä on kyse. Vaatimukset vahvistetaan 102 artiklassa ja liitteessä VIII, ja niihin sisältyvät muun muassa tiedot palvelun vähimmäislaatuolosuhteista, tarjotun ylläpidon tyyppistä sekä mahdollisista korvaus- ja hyvitysjärjestelyistä, joita sovelletaan, jos palvelun laatu ei ole sovitun tasoinen. Sopimustivistelmä on toimitettava erikseen, ja sopimustivistelmän malli vahvistetaan sopimustivistelmän mallista, jota yleisesti saatavilla olevien sähköisten viestintäpalvelujen tarjoajien on määrä käyttää Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2018/1972 mukaisesti 17 päivänä joulukuuta 2019 annetussa komission täytäntöönpanoasetuksessa (EU) 2019/2243 (EUVL L 336, 30.12.2019, s. 274).

⁽⁴⁰⁾ Lentoliikenteen harjoittamisen yhteisistä säännöistä yhteisössä 24 päivänä syyskuuta 2008 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksessa (EY) N:o 1008/2008 (EUVL L 293, 31.10.2008, s. 3) edellytetään, että maksettava lopullinen hinta, jonka on sisällettävä kaikki julkaisuhetkellä ennakoitavat ja pakolliset hinnan osatekijät, on ilmoitettava ja eriteltävä osiin: lentohinta tai kuljetusmaksu, verot, lentoasemamaksut, muut maksut ja lisämaksut.

⁽⁴¹⁾ Matkustajille heidän lennolle pääsynsä epäämisen sekä lentojen peruuttamisen tai pitkäaikaisen viivästymisen johdosta annettavaa korvausta ja apua koskevista yhteisistä säännöistä sekä asetuksen (ETY) N:o 295/91 kumoamisesta 11 päivänä helmikuuta 2004 annettu asetus (EY) N:o 261/2004 (EUVL L 46, 17.2.2004, s. 1) sisältää erityisen veloitteen tiedottaa matkustajille, että mikäli heidän pääsynsä lennolle evätään tai lento peruutetaan tai se viivästyy, heillä saattaa olla oikeus korvaukseen, apuun ja huolenpitoon; Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1107/2006, annettu 5 päivänä heinäkuuta 2006, vammaisten ja liikuntarajoitteisten henkilöiden oikeuksista lentoliikenteessä (EUVL L 204, 26.7.2006, s. 1); Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 1177/2010, annettu 24 päivänä marraskuuta 2010, matkustajien oikeuksista meri- ja sisävesiliikenteessä sekä asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta (EUVL L 334, 17.12.2010, s. 1); Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 181/2011, annettu 16 päivänä helmikuuta 2011, matkustajien oikeuksista linja-autoliikenteessä sekä asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta (EUVL L 55, 28.2.2011, s. 1) ja Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2021/782, annettu 29 päivänä huhtikuuta 2021, rautatieliikenteen matkustajien oikeuksista ja velvollisuuksista (EUVL L 172, 17.5.2021, s. 1).

⁽⁴²⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 178/2002, annettu 28 päivänä tammikuuta 2002, elintarvikelainsäädäntöä koskevista yleisistä periaatteista ja vaatimuksista, Euroopan elintarviketurvallisuusviranomaisen perustamisesta sekä elintarvikkeiden turvallisuuteen liittyvistä menettelyistä (EYVL L 31, 1.2.2002, s. 1).

⁽⁴³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 1169/2011, annettu 25 päivänä lokakuuta 2011, elintarviketietojen antamisesta kuluttajille, Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusten (EY) N:o 1924/2006 ja (EY) N:o 1925/2006 muuttamisesta sekä komission direktiivin 87/250/ETY, neuvoston direktiivin 90/496/ETY, komission direktiivin 1999/10/EY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2000/13/EY, komission direktiivien 2002/67/EY ja 2008/5/EY sekä komission asetuksen (EY) N:o 608/2004 kumoamisesta (EUVL L 304, 22.11.2011, s. 18).

Esimerkki:

Lentoliikenteen harjoittajien, niiden edustajien ja muiden lipunmyyjien on lentoliikenneasetuksen 23 artiklan mukaisesti lentolippuja tarjotessaan eriteltävä lopullinen hinta sen osiin (esimerkiksi lentohinta, verot, lentoasemamaksut sekä muut esimerkiksi turvatoimiin ja polttoaineeseen liittyvät maksut). Nämä ovat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdassa tarkoitettuja oleellisia tietoja.

Näin ollen tällaisten tietojen toimittamatta jättämistä voidaan pitää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisena harhaanjohtavana kaupallisena menettelynä, **johon sovelletaan yleistä kaupallista ratkaisua koskevaa testiä**, eli jos mainitsematta jättäminen saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettua 'olennaisten tietojen' käsitettä käsitellään 2.9.1 kohdassa.

Johdanto-osan 15 kappaleessa todetaan, että jäsenvaltiot voivat pitää voimassa tai lisätä tiedotusvaatimuksia, jotka liittyvät sopimusoikeuteen, jos tämä sallitaan **nykyisten EU:n lainsäädäntöön sisältyvien välineiden yhdenmukaistamisen vähimmäistasoa koskevissa lausekkeissa**.

Esimerkki:

Jäsenvaltiot voivat ottaa käyttöön ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja koskevia lisävaatimuksia sellaisten elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehtävien myyntisopimusten osalta, joihin sovelletaan kuluttajanoikeusdirektiivin 5 artiklan 4 kohdassa olevaa yhdenmukaistamisen vähimmäistasoa koskevaa lauseketta.

1.2.3. Vuorovaikutus kuluttajanoikeusdirektiivin kanssa

Kuluttajanoikeusdirektiiviä ⁽⁴⁴⁾ sovelletaan kaikkiin elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin sopimuksiin lukuun ottamatta direktiivin soveltamisalan ulkopuolelle jäävillä aloilla, kuten rahoitusala ja terveydenhuoltopalvelujen alalla, tehtäviä sopimuksia. Sillä yhdenmukaistetaan täydellisesti **ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja koskevat vaatimukset** etäsopimuksissa, mukaan lukien verkossa tehtävät sopimukset, ja muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehtävissä sopimuksissa (eli sopimuksissa, joita ei tehdä tavanomaisissa fyysisissä liiketiloissa, ks. kuluttajanoikeusdirektiivin 2 artiklan 8 kohta, jossa on täydellinen määritelmä). Kuten kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklan 8 kohdassa säädetään, direktiivi ei kuitenkaan estä jäsenvaltioita asettamasta tiedonantoa koskevia lisävaatimuksia Euroopan parlamentin ja neuvoston palveludirektiivin 2006/123/EY ⁽⁴⁵⁾ ja sähköistä kaupankäyntiä koskevan Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2000/31/EY ⁽⁴⁶⁾ mukaisesti (lisätietoja on saatavilla kuluttajanoikeusdirektiiviä koskevien ohjeiden ⁽⁴⁷⁾ 4.1.1 kohdassa). Direktiivissä annetaan jäsenvaltioille mahdollisuus hyväksyä tai pitää voimassa **ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja koskevia lisävaatimuksia (5 artiklan 4 kohta)**, kun on kyse muista sopimuksista ja erityisesti tavanomaisissa fyysisissä liiketiloissa tehtävistä sopimuksista (elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehtävät sopimukset). Kuluttajanoikeusdirektiivissä säädetään myös tietyistä sopimukseen liittyvistä oikeuksista ja erityisesti peruuttamisoikeudesta.

Ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja koskevat kuluttajanoikeusdirektiivin vaatimukset ovat yksityiskohtaisempia kuin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan mukaiset ostokehotuksia koskevat tiedotusvaatimukset. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisella ostokehotuksella tarkoitetaan sekä markkinointivaiheessa (mainonta) että ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja. Jälkimmäisessä tapauksessa **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan mukaiset tiedotusvaatimukset ja kuluttajanoikeusdirektiivin mukaiset ennen sopimuksen tekoa annettavia tietoja koskevat vaatimukset voivat olla päällekkäisiä**. Ennen sopimuksen tekoa annettavien tietojen ja ostokehotuksen välistä eroa selitetään tarkemmin 2.9.5 kohdassa.

Koska kuluttajanoikeusdirektiivissä säädetty tiedotusvaatimukset ovat luonteeltaan kattavampia, kuluttajanoikeusdirektiivissä sopimuksen tekemistä edeltävälle vaiheelle asetettujen vaatimusten noudattamisella olisi yleensä varmistettava myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan noudattaminen tietojen sisällön osalta. **Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan kuitenkin edelleen elinkeinonharjoittajan harhaanjohtavien tai aggressiivisten kaupallisten menettelyjen arviointiin**, mukaan lukien näiden tietojen muoto ja esittäminen kuluttajalle.

⁽⁴⁴⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2011/83/EU, annettu 25 päivänä lokakuuta 2011, kuluttajan oikeuksista, neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 1999/44/EY muuttamisesta sekä neuvoston direktiivin 85/577/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 97/7/EY kumoamisesta (EUVL L 304, 22.11.2011, s. 64).

⁽⁴⁵⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2006/123/EY, annettu 12 päivänä joulukuuta 2006, palveluista sisämarkkinoilla (EUVL L 376, 27.12.2006, s. 36).

⁽⁴⁶⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2000/31/EY, annettu 8 päivänä kesäkuuta 2000, tietoyhteiskunnan palveluja, erityisesti sähköistä kaupankäyntiä, sisämarkkinoilla koskevista tietyistä oikeudellisista näkökohdista ("Direktiivi sähköisestä kaupankäynnistä") (EYVL L 178, 17.7.2000, s. 1).

⁽⁴⁷⁾ Komission tiedonanto kuluttajan oikeuksista 25 päivänä lokakuuta 2011 annetun direktiivin 2011/83/EU tulkintaa ja soveltamista koskevista ohjeista.

Toinen esimerkki näiden kahden välineen välisestä täydentävyydestä liittyy sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevassa 21 ja 29 kohdassa kiellettyjen sellaisten **toimitusten, joita ei ole tilattu**, seurauksiin. Kuluttajanoikeusdirektiivin 27 artiklassa selvennetään sellaisten toimitusten tai suoritusten osalta, joita ei ole tilattu, että "[k]uluttaja on vapautettu vastasuoritusvelvollisuudesta" ja että tällaisissa tapauksissa "se, että kuluttaja ei reagoi [...], ei merkitse tarjouksen hyväksymistä".

Unionin tuomioistuin on tulkinnut edelleen sellaisten toimitusten ja suoritusten, joita ei ole tilattu, käsitettä. Se on täsmentänyt, että koska kuluttajanoikeusdirektiivillä tai sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä ei säännellä sopimusten tekemistä, kansallisten tuomioistuinten tehtävänä on arvioida kansallisen lainsäädännön mukaisesti, voidaanko esimerkiksi vesilaitoksen ja kuluttajan välillä katsoa tehdyn sopimus kuluttajan nimenomaisen suostumuksen puuttuessa. ⁽⁴⁸⁾

Tässä yhteydessä unionin tuomioistuin selvensi myös, että liitteessä I oleva 29 kohta ei kata juomavettä toimittavan vesilaitoksen kaupallista menettelyä, jossa **liittymä julkiseen vesijohtoverkkoon** säilytetään kuluttajan muuttaessa aikaisemmin käytössä olleeseen asuntoon, siltä osin kuin kyseinen kuluttaja ei voi valita tämän palvelun tarjoajaa, palvelun tarjoaja laskuttaa vedenkulutuksen perusteella taksat, jotka kattavat kulut ja ovat avoimia ja syrjimättömiä, ja kuluttaja tietää, että kyseinen asunto on liitetty julkiseen vesijohtoverkkoon ja että veden toimitus on maksullista. ⁽⁴⁹⁾

Unionin tuomioistuin on lisäksi täsmentänyt, että kuluttajanoikeusdirektiivin 27 artikla, luettuna yhdessä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 1 ja 5 kohdan kanssa, ei ole esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jossa säädetään, että **kaukolämpöverkkoon** liitettyssä yhteisomistuksessa olevassa kiinteistössä olevien asuntojen omistajat ovat velvollisia osallistumaan kiinteistön yhteisten osien ja sisäisen järjestelmän lämpöenergian kulutuksesta aiheutuneisiin kustannuksiin, vaikka he eivät ole erikseen pyytäneet lämmön toimittamista ja vaikka he eivät käytä sitä asunnoissaan, sillä sopimus tehtiin omistajien enemmistön pyynnöstä. ⁽⁵⁰⁾

1.2.4. Vuorovaikutus kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin kanssa

Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annettua direktiiviä ⁽⁵¹⁾ sovelletaan kaikkiin elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin sopimuksiin, ja se koskee sopimusehtoja, joista ei ole neuvoteltu etukäteen erikseen (esimerkiksi ennakolta muotoillut vakiolausekkeet). Sopimusehtoja voidaan pitää kohtuuttomina, jos ne perustuvat yleiseen kieltoon ⁽⁵²⁾, ohjeelliseen luetteloon mahdollisesti kohtuuttomista ehdoista ⁽⁵³⁾ tai velvoitteeseen laatia sopimusehdot läpinäkyvästi eli selkeästi ja ymmärrettävästi ⁽⁵⁴⁾. Toisin kuin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä, jolla ei rajoiteta sopimusoikeuden soveltamista ja jossa ei säädetä sopimattomista kaupallisista menettelyistä johtuvien sopimusten pätemättömyydestä, kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin rikkomisella on sopimusoikeudellisia seurauksia, ja kyseisen direktiivin 6 artiklan 1 kohdassa säädetään, että kuluttajan kanssa tehdyn sopimuksen kohtuuttomat ehdot "eivät sido kuluttajia". ⁽⁵⁵⁾

Kohtuuttomien sopimusehtojen ja sopimattomien kaupallisten menettelyjen välinen suhde

Kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annettua direktiiviä sovelletaan elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin sopimuksiin kaikilla taloudellisen toiminnan aloilla. Tämä tarkoittaa, että sitä voidaan soveltaa rinnakkain muiden unionin oikeuden säännösten kanssa, mukaan lukien muut kuluttajansuojaa koskevat säännöt, kuten sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi.

Unionin tuomioistuin on selventänyt näiden kahden direktiivin välisen suhteen tiettyjä osatekijöitä asiassa Pereničová ja Perenič antamassaan tuomiossa ⁽⁵⁶⁾, jossa oli kyse sellaisesta luottosopimuksesta, jossa ilmoitettu vuosikorko oli todellista korkoa alhaisempi.

⁽⁴⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 3.2.2021, asia C-922/19, Waternet.

⁽⁴⁹⁾ Ks. edellinen alaviite, 53–62 kohta.

⁽⁵⁰⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 5.12.2019, yhdistetyt asiat C-708/17 ja C-725/17, EVN Bulgaria Toplofikatsia.

⁽⁵¹⁾ Neuvoston direktiivi 93/13/ETY, annettu 5 päivänä huhtikuuta 1993, kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista (EYVL L 95, 21.4.1993, s. 29).

⁽⁵²⁾ Direktiivin 93/13/ETY 3 artiklan 1 kohta.

⁽⁵³⁾ Direktiivin 93/13/ETY 3 artiklan 3 kohta ja liite I. Kansallisessa lainsäädännössä voidaan laajentaa luetteloa tai käyttää ilmaisia, jotka johtavat tiukempiin standardeihin, mukaan lukien "mustat listat" ehdoista, joita pidetään aina kohtuuttomina ilman direktiivin 3 artiklan 1 kohdan mukaista lisäarviointia. Lisätietoja on komission tiedonannon "Ohjeita kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun neuvoston direktiivin 93/13/ETY tulkinnasta ja soveltamisesta" 3.4.7 kohdassa (EUVL C 323, 27.9.2019, s. 4, COM(2019) 5325 final).

⁽⁵⁴⁾ Direktiivin 93/13/ETY 5 artikla.

⁽⁵⁵⁾ Lisätietoja on komission tiedonannossa "Ohjeita kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun neuvoston direktiivin 93/13/ETY tulkinnasta ja soveltamisesta" (COM(2019) 5325 final).

⁽⁵⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 15.3.2012, C-453/10, Pereničová ja Perenič.

Unionin tuomioistuin katsoi, että tällaista virheellistä tietoa sopimusehtojen mukaisesta luoton kokonaishinnasta on pidettävä **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitetulla tavalla ”harhaanjohtavana”, jos se saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.**

Se, että elinkeinonharjoittaja on turvautunut tällaiseen **sopimattomaan kaupalliseen menettelyyn, on yksi niistä seikoista, jotka on otettava huomioon arvioitaessa sopimusehtojen kohtuuttomuutta** kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin nojalla.⁽⁵⁷⁾ Tätä osatekijää voidaan käyttää erityisesti määritettäessä, aiheuttaako siihen perustuva sopimusehto kuluttajan vahingoksi **”huomattavan epätasapainon”** sopimuksesta johtuvien oikeuksien ja velvollisuuksien välille kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 3 artiklan 1 kohdan ja 4 artiklan 1 kohdan mukaisesti. Tämä osatekijä voisi olla vastaavasti merkityksellinen myös arvioitaessa, onko sopimusehto kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 4 artiklan 2 kohdan ja 5 artiklan mukaisesti **läpinäkyvä.**⁽⁵⁸⁾ Samanaikaisesti toteamuksella siitä, että elinkeinonharjoittaja on käyttänyt sopimatonta kaupallista menettelyä, **ei ole suoria vaikutuksia siihen, onko sopimus pätevä** kyseisen direktiivin 6 artiklan 1 kohdan nojalla, sanotun kuitenkin rajoittamatta sellaisten kansallisten sääntöjen soveltamista, joiden mukaisesti sopimattomien kaupallisten menettelyjen perusteella tehty sopimus on kokonaisuudessaan pätemätön.⁽⁵⁹⁾

Unionin tuomioistuin ei ole antanut suoraa päätöstä siitä, onko **kohtuuttomien sopimusehtojen käyttöä** kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin nojalla päinvastoin pidettävä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisena **sopimattomana kaupallisena menettelynä.** Voidaan kuitenkin väittää, että tällaisten kohtuuttomien sopimusehtojen, jotka eivät sido kuluttajaa oikeudellisesti, käyttö voi joissakin tapauksissa olla merkityksellistä sopimattoman kaupallisen menettelyn tunnistamiseksi. Se voi erityisesti olla merkki sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan mukaisesta **harhaanjohtavasta toimesta** siltä osin kuin se johtaa virheellisten tietojen antamiseen tai keskivertokuluttajan harhaanjohtamiseen sopimuksen mukaisista osapuolten oikeuksista ja velvollisuuksista. Lisäksi arvioitaessa olennaisten tietojen läpinäkyvyyttä ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan mukaisen **harhaanjohtavaa mainitsematta jättämisen** olemassaoloa olisi otettava huomioon sellaisten muiden kuin läpinäkyvien sopimusehtojen käyttö, joita ei ole laadittu selkeästi ja ymmärrettävästi kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 4 artiklan 2 kohdan ja 5 artiklan mukaisesti.⁽⁶⁰⁾ Lisäksi kohtuuttomien sopimusehtojen käyttö voisi osoittaa, että elinkeinonharjoittaja ei ole noudattanut sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan mukaisia huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksia.

Vain muutamien jäsenvaltioiden kuluttajansuojaviranomaisilla on sopimusehtojen alalla erityinen toimivalta kieltää sellaisten vakiosopimusehtojen käyttö, joista ei ole ennakolta neuvoteltu ja joita ne pitävät kohtuuttomina, ilman, että niiden tarvitsee haastaa elinkeinonharjoittajaa oikeuteen⁽⁶¹⁾.

Viran puolesta tehtävä arviointi

Unionin tuomioistuin on katsonut johdonmukaisesti, että kansallisilla tuomioistuimilla on **velvollisuus arvioida kohtuuttomia sopimusehtoja omaaloitteisesti** (viran puolesta)⁽⁶²⁾ eli myös silloin, kun kuluttaja ei ole vedonnut sopimusehtojen kohtuuttomuuteen. Tämä velvollisuus perustuu kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 6 artiklan 1 kohtaan, jossa säädetään, että kohtuuttomat ehdot eivät sido kuluttajia, ja tehokkuusperiaatteen, jonka mukaan kansallisilla täytäntöönpanotoimenpiteillä ei saa tehdä unionin oikeudessa kuluttajille annettujen oikeuksien käyttämistä käytännössä mahdottomaksi tai suhteettoman vaikeaksi.⁽⁶³⁾ Viran puolesta tapahtuvan valvonnan vaatimusta

⁽⁵⁷⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio asiassa C-453/10, Pereničová ja Perenič, tuomiolauselman 2 kohdan toiseksi viimeinen virke: ”Tällaisen kaupallisen menettelyn sopimattomuuden toteaminen on yksi niistä seikoista, joihin toimivaltainen tuomioistuin voi nojautua arvioidessaan direktiivin 93/13 4 artiklan 1 kohdan nojalla kuluttajalle myönnetyn luoton kustannuksia koskevien sopimusehtojen kohtuuttomuutta.”

⁽⁵⁸⁾ Lisätietoja on komission tiedonannon ”Ohjeita kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun neuvoston direktiivin 93/13/ETY tulkinnasta ja soveltamisesta” 3 kohdassa (COM(2019) 5325 final). Ks. myös unionin tuomioistuimen tuomio, yhdistetyt asiat C-776/19–C-782/19, BNP Paribas Personal Finance, 76 ja 77 kohta.

⁽⁵⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio, asia C-453/10, Pereničová ja Perenič, 46 kohta.

⁽⁶⁰⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-191/15, Verein für Konsumenteninformation v. Amazon, annetun tuomion 65–71 kohta ja tuomiolauselman 2 kohta. Tuomioistuin katsoi niissä, että ennalta muotoiltu lainvalintalauseke, jonka mukaan sopimukseen sovelletaan sen jäsenvaltion lakia, jossa elinkeinonharjoittajalla on kotipaikka, ei täytä kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 5 artiklassa asetettua vaatimusta, jonka mukaan ehdot on laadittava selkeästi ja ymmärrettävästi. Tällainen lainvalintalauseke on kohtuuton, jos sillä johdetaan kuluttajaa harhaan antamalla hänelle vaikutelma, jonka mukaan sopimukseen sovelletaan ainoastaan kyseisen jäsenvaltion lakia, ilmoittamatta hänelle siitä, että kuluttajilla on Rooma I -asetuksen 6 artiklan 2 kohdan nojalla oikeus vedota myös hänelle sellaisen lain pakottaviin säännöksiin annettuun suojaan, jota olisi tämän ehdon puuttuessa sovellettu.

⁽⁶¹⁾ Ks. Italiaa, Puolaa, Belgiaa ja Alankomaita koskevat esimerkit.

⁽⁶²⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-618/10, Banco Español de Crédito, annetun tuomion 41–43 kohta, asiassa C-415/11, Bankia, annetun tuomion 46 kohta, asiassa C-109/17, Bankia, annetun tuomion 37–39 kohta. Asiaa koskevasta unionin tuomioistuimen oikeuskäytännöstä on lisätietoja komission tiedonannon ”Ohjeita kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun neuvoston direktiivin 93/13/ETY tulkinnasta ja soveltamisesta” 5 kohdassa (COM(2019) 5325 final).

⁽⁶³⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-49/14, Finanzmadrid, annetun tuomion 46 kohta. Unionin tuomioistuin on selittänyt erityisesti, että kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 6 artiklan 1 kohta on pakottava säännös, jolla pyritään korvaamaan muodollinen tasapaino, joka sopimuksella perustetaan osapuolten oikeuksien ja velvollisuuksien välille, todellisella tasapainolla, jolla palautetaan sopimuspuolten välinen yhdenvertaisuus.

on perusteltu sillä, että kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetulla direktiivillä käyttöön otettu suojajärjestelmä perustuu ajatukseen siitä, että kuluttaja on elinkeinonharjoittajaan nähden heikommassa asemassa sekä neuvottelevuoman että tietämyksen tason osalta, mikä johtaa siihen, että kuluttaja suostuu elinkeinonharjoittajan etukäteen laatiin ehtoihin ilman, että hän voi vaikuttaa näiden ehtojen sisältöön.⁽⁶⁴⁾ Näin ollen on olemassa todellinen vaara, että kuluttajat eivät enenkään tiedonpuutteen vuoksi vetoa oikeussääntöön, jolla heitä on tarkoitus suojata.

Unionin tuomioistuin muistutti asiassa Bankia antamassaan tuomiossa⁽⁶⁵⁾, että **kansallisella tuomioistuimella, joka arvioi sopimusehtojen kohtuullisuutta kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin perusteella ja myös viran puolesta, on mahdollisuus arvioida tämän tutkinnan yhteydessä sen kaupallisen menettelyn sopimattomuutta, johon sopimus perustuu**⁽⁶⁶⁾.

Unionin tuomioistuin on sitä vastoin katsonut, että **muissa asioissa kansallisilla tuomioistuimilla ei ole velvollisuutta arvioida viran puolesta, onko tietty sopimus tai jokin sen ehdoista tehty sopimattomien kaupallisten menettelyjen vaikutuksesta.**⁽⁶⁷⁾ Tuomioistuin totesi erityisesti, että kiinnitetyn kiinteistön ulosmittausmenettelyn aikana ei ole tarpeen, että kansalliset tuomioistuimet voivat tutkia, rikkooko ulosmittausperuste sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä, sillä kyseisessä direktiivissä ei aseteta kansallisille tuomioistuimille tällaista velvollisuutta.

Tätä tulkintaa on perusteltu sillä, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei säädetä sopimus-oikeudellisista seurauksista, toisin kuin kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 6 artiklan 1 kohdassa. Unionin tuomioistuin on lisäksi selittänyt, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ja erityisesti sen 11 artikla ei sisällä kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin 7 artiklan 1 kohdan vaatimusten kaltaisia vaatimuksia, mikä on esteenä sellaiselle kansalliselle lainsäädännölle, jossa ei säädetä mahdollisuudesta toteuttaa väliaikaisia toimia täytäntöönpanomenettelyissä. Väliaikaisten toimien puuttuminen rajoittaisi kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin mukaisesti kuluttajien käytettävissä olevat oikeussuojakeinot vain jälkikäteiseen suojaan pelkän korvauksen muodossa, jos täytäntöönpano tapahtuu ennen tuomioistuimen ratkaisua, jossa kiinnityksen taustalla oleva sopimusehto todetaan kohtuuttomaksi ja ulosmittausmenettely pätemättömäksi⁽⁶⁸⁾.

Unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisesta ja nykyaikaistamisesta annetussa direktiivissä (EU) 2019/2161 otetaan kuitenkin käyttöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännösten **rikkomisen** uhreille **yksilöllisiä oikeussuojakeinoja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin uudella 11 a artiklalla**, jota sovelletaan 28. toukokuuta 2022 alkaen. Tämän uuden säännöksen mukaisesti sopimattomien kaupallisten menettelyjen vuoksi vahinkoa kärsineillä kuluttajilla on oltava käytössään oikeasuhteisia ja tehokkaita oikeussuojakeinoja, mukaan lukien korvaus kuluttajalle aiheutuneista vahingoista ja tarvittaessa hinnanalennus tai sopimuksen purkaminen (lisätietoja on 1.4 kohdassa). Tämän selkeän ja yksiselitteisen uuden säännöksen lisääminen voi johtaa siihen, että viran puolesta tapahtuvaa valvontaa koskeva vaatimus laajennetaan sopimattomista kaupallisista menettelyistä annetun direktiivin mukaisiin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin (unionin tuomioistuimen on vahvistettava se).

1.2.5. Vuorovaikutus hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin kanssa

Euroopan parlamentin ja neuvoston **hintojen ilmoittamista koskevassa direktiivissä** 98/6/EY⁽⁶⁹⁾ edellytetään, että elinkeinonharjoittajat ilmoittavat tavaroiden myyntihinnan ja yksikköhinnan (hinta mittayksikköä kohden) kuluttajien hintavertailun helpottamiseksi. Lisäksi direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty hintojen ilmoittamista koskevaan direktiiviin "hinnanalennuksia" koskevia erityissääntöjä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin myyntihinnan ilmoittamista koskevien vaatimusten välisestä vuorovaikutuksesta unionin tuomioistuin on selvittänyt asiassa Citroën antamassaan tuomiossa (44–46 kohta), että hintojen ilmoittamista koskevalla direktiivillä säännellään sopimattomista kaupallisista menettelyistä annetun direktiivin 3 artiklan 4 kohdassa tarkoitettujen elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä suhteissa sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia eli niitä näkökohtia, jotka liittyvät tuotteiden myyntihinnan ilmoittamiseen myyntitarjouksissa ja mainoksissa⁽⁷⁰⁾. Näin ollen hintojen ilmoittamista koskevaa direktiiviä sovelletaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin (7 artiklan 4 kohdan c alakohta) sijasta, **"[k]oska pääasiassa kyseessä olevan kaltaisessa mainoksessa mainittuun myyntihintaan liittyvää näkökohtaa säännellään direktiivillä 98/6"**.

Tässä tapauksessa merkityksellinen näkökohta oli se, ettei elinkeinonharjoittaja ilmoittanut myyntihinnaksi lopullista hintaa eli hintaa, joka sisältää pakolliset lisäkustannukset, jotka mainittiin auton mainoksessa erikseen. Näin ollen hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin 2 artikla, jossa myyntihinnaksi määritellään tuotteen lopullinen hinta, mukaan lukien ALV ja kaikki muut verot, **ei estä soveltamasta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin**

⁽⁶⁴⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-453/10, Pereničová ja Perenič, annetun tuomion 27 kohta.

⁽⁶⁵⁾ Asiassa C-109/17, Bankia, annettu tuomio.

⁽⁶⁶⁾ Ks. edellinen alaviite, 48 kohta.

⁽⁶⁷⁾ Sama kuin edellinen alaviite, 34, 40–47 ja 51 kohta sekä tuomiolauselman 1 kohta.

⁽⁶⁸⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-415/11, Aziz, annetun tuomion 60 kohta.

⁽⁶⁹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 98/6/EY, annettu 16 päivänä helmikuuta 1998, kuluttajansuojasta kuluttajille tarjottavien tuotteiden hintojen ilmoittamisesta (EYVL L 80, 18.3.1998, s. 27).

⁽⁷⁰⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 7.7.2016, asia C-476/14, Citroën.

7 artiklan 4 kohdan c alakohdan muita vaatimuksia, joihin sitä ei sovelleta. Elinkeinonharjoittajien on erityisesti noudatettava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vaatimusta, jonka mukaan ostokehotuksen on sisällettävä myös tiedot mahdollisista lisämaksuista, jos niitä ei voida kohtuudella laskea etukäteen.

Direktiivillä (EU) 2019/2161 hintojen ilmoittamista koskevaan direktiiviin tehdyissä muutoksissa edellytetään, että jäsenvaltiot antavat hinnanalennuksia koskevia erityisiä sääntöjä.⁽⁷¹⁾ Direktiivin 6 a artiklan mukaisesti sellaisen elinkeinonharjoittajan, joka ilmoittaa hinnanalennuksesta, on ilmoitettava ”aiempi hinta”, joka määritetään kyseisen elinkeinonharjoittajan edellisenä vähintään 30 päivän ajanjaksona veloittamaksi alimmaksi hinnaksi.

Unionin tuomioistuimen asiassa Citroën antamassaan tuomiossa tekemien havaintojen mukaisesti hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin hinnanalennuksia koskevien erityisten sääntöjen olisi oltava ensisijaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin nähden siltä osin kuin kyse on hinnanalennukseen liittyvistä näkökohdista, joita säännellään näillä erityisillä säännöillä, eli aiemman hinnan määrittämisestä ja ilmoittamisesta hinnanalennuksesta ilmoitettaessa. **Hinnanalennusten muihin näkökohtiin sovelletaan kuitenkin edelleen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä** ja erityisesti sen 6 artiklan 1 kohdan d alakohtaa, joka koskee harhaanjohtavia väitteitä hintaedun olemassaolosta. Sitä voitaisiin soveltaa esimerkiksi hinnanalennuskäytäntöjen erilaisiin harhaanjohtaviin näkökohtiin, kuten

- kohtuuttoman pitkiin ajanjaksoihin, joiden aikana sovelletaan hinnanalennuksia koskevia ilmoituksia, verrattuna ajanjaksoon, jonka aikana tavaroita myydään ”täyteen” hintaan
- esimerkiksi ”jopa 70 prosentin alennuksen” mainostamiseen, kun 70 prosentin alennus koskee vain muutamia tavaroita ja loppuja myydään pienemmällä alennusprosentilla.

Tällaisten käytäntöjen voidaan katsoa rikkovan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä (6 artiklan 1 kohdan d alakohta) tapauskohtaisen arvioinnin perusteella huolimatta siitä, että elinkeinonharjoittaja on noudattanut hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin vaatimuksia aiemman hinnan määrittämisen ja ilmoittamisen osalta. Sitä vastoin sellaisen elinkeinonharjoittajan, jonka todetaan jättäneen noudattamatta hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin hinnanalennuksia koskevia sääntöjä eli aiemman hinnan määrittämistä ja ilmoittamista koskevia vaatimuksia, voitaisiin myös todeta rikkovan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä.

Lisäksi **hintojen ilmoittamista koskevaa direktiiviä sovelletaan ainoastaan tavaroihin** eikä palveluihin ja digitaaliseen sisältöön, joten sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleisiä sääntöjä sovelletaan edelleen täysimittaisesti tällaisia muita tuotteita koskeviin hinnanalennuskäytäntöihin.

Koska hintojen ilmoittamista koskevaa direktiiviä sovelletaan ainoastaan siinä nimenomaisesti määriteltyihin hinnanalennuksiin, **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan edelleen täysimittaisesti ja sillä säännellään muuntyyppisiä hintaetuja edistäviä käytäntöjä**, kuten vertailuja muihin hintoihin, yhdistettyjä tai ehtoihin sidottuja tarjouksia sekä kanta-asiakasohjelmia (ks. 2.8.2 kohta). Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan myös **yksilöityihin hintoihin** (ks. 4.2.8 kohta).

1.2.6. Vuorovaikutus harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin kanssa

Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annettu direktiivi⁽⁷²⁾ kattaa yritysten väliset suhteet. Sen vertailevaa mainontaa koskevat säännöt muodostavat kuitenkin edelleen täydellisesti yhdenmukaistettuihin kriteereihin perustuvan yleisen testin, jonka avulla voidaan arvioida, onko vertaileva mainonta laillista myös elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä liiketoimissa⁽⁷³⁾.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan a alakohdassa määritellään harhaanjohtavaksi menettely, joka muun muassa vertailevan mainonnan avulla aiheuttaa sekaannusta kilpailijan tuotteiden, tavaramerkkien, kaupanimitysten ja muiden erottavien tunnusten kanssa. Vertaileva mainonta ei ole harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 4 artiklan a alakohdan mukaisesti sallittua, jos se on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklassa tarkoitettua harhaanjohtavaa mainontaa.

Näissä kahdessa direktiivissä viitataan siis toisiinsa. Koska harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 4 artiklassa säädetty edellytykset vertailevan mainonnan laillisuuden arvioimiseksi ovat merkityksellisiä sekä elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisten että yritysten välisten liiketoimien kannalta, ne ovat varsin laajat ja sisältävät myös eräitä epäreiluun kilpailuun liittyviä näkökohtia (esimerkiksi kilpailijoiden tavaramerkkien panettelu). Tästä syystä harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetussa direktiivissä joko säädetään tällaisen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla tehtävän arvioinnin edellytyksistä elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisten liiketoimien osalta tai asetetaan elinkeinonharjoittajien, lähinnä kilpailijoiden, kannalta merkityksellisiä lisävaatimuksia yritysten välisten liiketoimien osalta.

Niissä jäsenvaltioissa, jotka ovat ulottaneet kaikki sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännökset tai osan niistä koskemaan yritysten välisiä liiketoimia, osaksi kansallista lainsäädäntöä saatetut sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännökset käytännössä korvaavat asiaa koskevat harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin säännökset yritysten välisissä suhteissa. On huomattava, että jotkin maat ovat myös hyväksyneet yritysten välisiä suhteita koskevia erityisiä sääntöjä.

⁽⁷¹⁾ Ennen näitä hintojen ilmoittamista koskevaan direktiiviin tehtyjä muutoksia unionin tuomioistuin oli vahvistanut asiassa C-421/12, Euroopan komissio v. Belgian kuningaskunta, 10. heinäkuuta 2014 antamassaan tuomiossa, etteivät jäsenvaltiot voineet hyväksyä hinnanalennuksia koskevia ohjailevampia kansallisia sääntöjä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja (alkuperäisen) hintojen ilmoittamista koskevan perusteella.

⁽⁷²⁾ Direktiivi 2006/114/EY.

⁽⁷³⁾ Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annettu direktiivi kattaa siten harhaanjohtavan mainonnan ja laittoman vertailevan mainonnan kahtena itsenäisenä rikkomuksena (ks. myös unionin tuomioistuimen tuomio 13.3.2014, asia C-52/13, Postshop SpA).

Tuomioistuimien tarkasteli harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin välistä vuorovaikutusta asiassa Carrefour antamassaan tuomiossa ⁽⁷⁴⁾, jossa oli kyse vertailevasta mainonnasta, joka saattaa olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan mukaisesti harhaanjohtavaa. Käytäntönä oli mainonta, jossa vertailtiin erikokoisissa tai erityyppisissä myymälöissä myytävien tuotteiden hintoja tilanteessa, jossa nämä myymälät kuuluvat liikeketjuihin, joilla kullakin on erikokoisia ja erityyppisiä myymälöitä (esimerkiksi hypermarketteja ja supermarketteja), ja jossa mainostaja **vertaa oman liikeketjunsä kooltaan tai tyypiltään suuremmissä myymälöissä sovellettavia hintoja kilpailevien liikeketjujen kooltaan tai tyypiltään pienemmissä myymälöissä sovellettaviin hintoihin**. Unionin tuomioistuimien katsoi, että tämäntyyppinen mainonta voi olla harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin 4 artiklan a ja c alakohdassa, luettuna yhdessä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1–3 kohdan kanssa, tarkoitetulla tavalla lainvastaista, ellei kuluttajille ilmoiteta selkeästi ja itse mainoksessa, että vertailu on tehty mainostajan liikeketjun kooltaan tai tyypiltään suuremmissä myymälöissä sovellettavien hintojen ja kilpailevien liikeketjujen kooltaan tai tyypiltään pienemmissä myymälöissä sovellettavien hintojen välillä ⁽⁷⁵⁾.

1.2.7. Vuorovaikutus palveludirektiivin kanssa

Toisin kuin alakohtaisella lainsäädännöllä, palveludirektiivillä ⁽⁷⁶⁾ on laaja soveltamisala. Sitä sovelletaan yleisesti Euroopan unionin toiminnasta tehdystä sopimuksessa määriteltyihin palveluihin tietyin poikkeuksin. Tästä syystä sitä ei voida pitää 3 artiklan 4 kohdassa tarkoitettuna sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin erityissäädöksenä.

Näin ollen palveludirektiivin 22 artiklan mukaisia tiedotusvaatimuksia sovelletaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitettujen ostoehotusten yhteydessä vaadittavien tietojen **lisäksi**.

1.2.8. Vuorovaikutus sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin kanssa

Sähköistä kaupankäyntiä koskevaa direktiiviä ⁽⁷⁷⁾ sovelletaan tietoyhteiskunnan palveluihin, jotka sisältävät tavallisesti sellaisten verkkosivustojen ja verkkoalustojen ylläpitäjien tarjoamia palveluja, joilla kuluttajat voivat ostaa tavaroita tai palveluita.

Sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 5 artiklassa asetetaan yleisiä tiedotusvaatimuksia palvelun tarjoajille, ja 6 artiklassa säädetään kaupallisessa viestinnässä toimitettavista tiedoista. Näissä kahdessa artiklassa säädetyt tiedotusvaatimukset ovat vähimmäisvaatimuksia.

Erityisesti 6 artiklassa edellytetään jäsenvaltioiden varmistavan, että elinkeinonharjoittajien on tunnistettavasti merkittävä myyminen edistämistarjoukset, kuten alennukset, ostohyvytykset ja kylkiäiset, jos ne sallitaan siinä jäsenvaltiossa, johon palvelun tarjoaja on sijoittautunut, ja niiden saamista koskevat ehdot on esitettävä selkeästi ja yksiselitteisesti.

Komissio julkaisi 15. joulukuuta 2020 ehdotukset digipalvelusäädökseksi ⁽⁷⁸⁾ ja digimarkkinasäädökseksi ⁽⁷⁹⁾. Digipalvelusäädöksellä pyritään päivittämään ja laajentamaan EU:n sähköistä kaupankäyntiä ja verkkoalustoja koskevia sääntöjä, ja digimarkkinasäädöksellä pyritään asettamaan lisävelvoitteita tietyille niin kutsuttujen portinvartijoiden palveluille. ⁽⁸⁰⁾

1.2.9. Vuorovaikutus audiovisuaalisia mediapalveluja koskevan direktiivin kanssa

Audiovisuaalisia mediapalveluja koskevaa direktiiviä ⁽⁸¹⁾ sovelletaan lineaarisiin ja ei-lineaarisiin audiovisuaalisiin mediapalveluihin (eli televisiolähetystoimintaan ja tilattaviin mediapalveluihin), jotka voivat sisältää audiovisuaalista kaupallista viestintää, jolla suoraan tai epäsuorasti edistetään tavaroiden tai palvelujen myyntiä (esimerkiksi televisiomainonta, sponsorointi, teleostolähettykset tai tuotesijoittelu).

⁽⁷⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 8.2.2017, asia C-562/15, Carrefour.

⁽⁷⁵⁾ Ks. edellinen alaviite, 33–38 kohta.

⁽⁷⁶⁾ Direktiivi 2006/123/EY.

⁽⁷⁷⁾ Direktiivi 2000/31/EY.

⁽⁷⁸⁾ Ehdotus asetukseksi digitaalisten palvelujen sisämarkkinoista (COM(2020) 825 final).

⁽⁷⁹⁾ Ehdotus asetukseksi kilpailullisista ja oikeudenmukaisista markkinoista digitaalialalla (COM(2020) 842 final).

⁽⁸⁰⁾ Ehdotetulla digipalvelusäädöksellä korvattaisiin sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 12–15 artikla. Ehdotetut säännöt eivät vaikuttaisi kuluttajaoikeuteen (ehdotetun digipalvelusäädöksen 1 artiklan 5 kohdan h alakohta). Digipalvelusäädöksessä selvennetäisiin myös verkkoalustojen mahdollista vastuuta kuluttajansuojalainsäädännön, mukaan lukien sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi, noudattamisesta, kun verkkoalusta toimii tavalla, joka saisi kohtuullisen valistuneen keskivertokuluttajan uskomään, että liiketoimi tapahtuu verkkoalustan itsensä kanssa (5 artiklan 3 kohta). Ehdotusten mukaisesti digipalvelusäädöksen mukaisia verkkoalustoja ja digimarkkinasäädöksessä portinvartijoiksi nimettyjä ydinalustapalveluja (verkossa toimivat hakukoneet, verkko-yhteisöpalvelut, videonjakopalvelut, numeroista riippumattomat henkilöiden väliset viestintäpalvelut, käyttöjärjestelmät, pilvipalvelut ja mainontapalvelut – ehdotetun digimarkkinasäädöksen 2 artiklan 2 kohta) koskevia lisävelvoitteita sovellettaisiin täydentävästi EU:n kuluttajalainsäädännössä vahvistettujen erityisten sääntöjen lisäksi.

⁽⁸¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2010/13/EU, annettu 10 päivänä maaliskuuta 2010, audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevien jäsenvaltioiden tiettyjen lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) (EUVL L 95, 15.4.2010, s. 1).

Audiovisuaalisia mediapalveluja koskevan direktiivin 5 artiklassa asetetaan yleisiä tiedotusvaatimuksia palveluntarjoajille, ja 9 artiklassa säädetään vaatimuksista, joita on noudatettava kaikessa audiovisuaalisessa kaupallisessa viestinnässä. Direktiivin 10 ja 11 artiklassa säädetään ehdot, joita audiovisuaalisten mediapalvelujen sponsoroinnissa ja tuotesijoittelussa on noudatettava. Audiovisuaalisia mediapalveluja koskevassa direktiivissä säädetään myös muista tiukemmista perusteista, joita sovelletaan ainoastaan televisiomainontaan ja teleostoslähetyksiin (televisiomainontaa ja teleostoslähetyksiä koskeva VII luku).

Direktiivin vuonna 2018 tehdyssä tarkistuksessa ⁽⁸²⁾ joitakin näistä säännöistä laajennettiin koskemaan videonjakoalustoja (28 b artikla). Niiden on nyt noudatettava 9 artiklan 1 kohdassa säädettyjä vaatimuksia markkinoimansa, myymänsä tai järjestämänsä audiovisuaalisen kaupallisen viestinnän osalta ja toteutettava asianmukaiset toimenpiteet noudattaakseen vaatimuksia sen audiovisuaalisen kaupallisen viestinnän osalta, jota ne eivät markkinoi, myy tai järjestä. Tarkistettuun direktiiviin sisältyy myös videonjakoalustoilla tapahtuvaa audiovisuaalista kaupallista viestintää koskevia julkistamisvaatimuksia. Komissio on antanut ohjeet ⁽⁸³⁾ videonjakoalustapalvelun määritelmän käytännön soveltamisesta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan audiovisuaalisissa mediapalveluissa tapahtuviin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin, kuten harhaanjohtaviin ja aggressiivisiin menettelyihin, mikäli ne eivät kuulu edellä mainittujen säännösten soveltamisalaan.

1.2.10. Vuorovaikutus yleisen tietosuoja-asetuksen ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin kanssa

Yksityis- ja perhe-elämän kunnioittaminen ja henkilötietojen suoja ovat EU:n perusoikeuskirjan 7 ja 8 artiklan mukaisia perusoikeuksia. Perusoikeuskirjan 7 artiklassa määrätään, että jokaisella on oikeus siihen, että hänen yksityis- ja perhe-elämänsä, kotiaan sekä viestejään kunnioitetaan. Henkilötietojen suojan osalta perusoikeuskirjan 8 artiklan 2 kohta sisältää keskeisiä tietosuojaperiaatteita (asianmukainen käsittely, suostumus tai laissa säädetty oikeuttava peruste sekä oikeus tutustua tietoihin ja saada ne oikaistuksi). Perusoikeuskirjan 8 artiklan 3 kohdassa edellytetään, että riippumaton viranomainen valvoo tietosuojasääntöjen noudattamista ⁽⁸⁴⁾.

Yleisellä tietosuoja-asetuksella ⁽⁸⁵⁾ säännellään henkilötietojen suoja ja näiden tietojen vapaata liikkuvuutta. Tietosuoja-sääntöjen noudattamista valvovat kansalliset valvontaviranomaiset ja kansalliset tuomioistuimet. Yleistä tietosuoja-asetusta sovelletaan 'henkilötietojen' käsittelyyn. Henkilötiedoilla tarkoitetaan kaikkia tunnistettuun tai tunnistettavissa olevaan luonnolliseen henkilöön ('rekisteröity') liittyviä tietoja. Tunnistettavissa olevana pidetään henkilöä, joka voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa, erityisesti henkilötunnuksen taikka yhden tai useamman hänelle tunnusomaisen fyysisen, fysiologisen, geneettisen, psyykkisen, taloudellisen, kulttuurillisen tai sosiaalisen tekijän perusteella.

Henkilötietojen käsittelyyn, johon sisältyy henkilötietojen kerääminen ja tallentaminen, on oltava asianmukaista ja laillista. Yksi asianmukaisen käsittelyn näkökohta on se, että rekisteröidylle annetaan olennaiset tiedot, mukaan lukien käsittelyn tarkoituksia koskevat tiedot, ottaen huomioon tietojen käsittelyyn liittyvät erityiset olosuhteet. Henkilötietojen asianmukainen ja laillinen käsittely edellyttää, että tietosuojaperiaatteita noudatetaan ja että kulloiseenkin tietojen käsittelyyn voidaan soveltaa vähintään yhtä kuudesta laillisen käsittelyn perusteesta (yleisen tietosuoja-asetuksen 6 artiklan 1 kohta). Henkilön antama suostumus on yksi näistä perusteista. Toinen on se, että rekisterinpitäjällä on unionin tai jäsenvaltion lainsäädännön mukainen lakisääteinen velvoite käsitellä tietoja (esimerkiksi asiakkaan tuntemista koskeva velvoite).

⁽⁸²⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2018/1808, annettu 14 päivänä marraskuuta 2018, audiovisuaalisten mediapalvelujen tarjoamista koskevien jäsenvaltioiden tiettyjen lakien, asetusten ja hallinnollisten määräysten yhteensovittamisesta annetun direktiivin 2010/13/EU (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) muuttamisesta vaihtuvien markkinarealiteettien vuoksi (EUVL L 303, 28.11.2018, s. 69).

⁽⁸³⁾ Komission tiedonanto "Ohjeet audiovisuaalisia videopalveluja koskevan direktiivin mukaiseen videonjakoalustapalvelun määritelmään liittyvän olennaisen toiminnon kriteerin soveltamisesta käytännössä" (EUVL C 223, 7.7.2020, s. 3).

⁽⁸⁴⁾ Perusoikeuskirjan 8 artiklaan kirjattua oikeutta henkilötietojen suojaan voidaan rajoittaa lain mukaisesti ja demokraattisen yhteiskunnan periaatteita kunnioittaen: suhteellisuusperiaatteen mukaisesti rajoituksia voidaan säätää ainoastaan, jos ne ovat välttämättömiä ja vastaavat tosiasiallisesti unionin tunnustamista yleisen edun mukaisia tavoitteita tai tarvetta suojella muiden henkilöiden oikeuksia ja vapauksia (perusoikeuskirjan 52 artiklan 2 kohta).

⁽⁸⁵⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EU) 2016/679, annettu 27 päivänä huhtikuuta 2016, luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta (yleinen tietosuoja-asetus) (EUVL L 119, 4.5.2016, s. 1).

Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivillä⁽⁸⁶⁾ täsmennetään ja täydennetään yleistä tietosuoja-asetusta sähköisen viestinnän alalla tapahtuvan henkilötietojen käsittelyn osalta, koska sillä helpotetaan näiden tietojen sekä sähköisten viestintälaitteiden ja -palvelujen vapaata liikkuvuutta. Erityisesti sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 5 artiklan 3 kohdassa edellytetään käyttäjän suostumusta silloin, kun käytetään evästeitä tai muita henkilön laitteessa (esimerkiksi taulutietokoneessa tai älypuhelimessa) olevien tietojen tallentamisen tai käytön muotoja, paitsi jos tallentaminen tai käyttö on tarpeen viestinnän välittämiseksi tai käyttäjän erityisesti pyytämän tietoyhteiskuntapalvelun tarjoamiseksi.

Datavetoiset liiketoimintarakenteet ovat saamassa verkkomaailmassa hallitsevan aseman. Erityisesti verkkoalustat analysoivat, käsittelevät ja myyvät kuluttajien mieltymyksiin liittyviä tietoja ja muuta käyttäjien tuottamaa sisältöä. Tämä yhdessä mainonnan kanssa muodostaa usein niiden tärkeimmän tulolähteen. Tämänlaisissa tilanteissa henkilötietojen keräämisessä ja käsittelyssä on noudatettava edellä mainittuja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin ja yleisen tietosuoja-asetuksen oikeudellisia vaatimuksia.

Se, että elinkeinonharjoittaja rikkoo yleistä tietosuoja-asetusta tai sähköisen viestinnän tietosuojadirektiiviä, ei sinänsä aina merkitse sitä, että menettely on myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen. Tällaiset yksityisyyden ja tietosuojan loukkaukset olisi kuitenkin otettava huomioon arvioitaessa kaupallisten menettelyjen yleistä sopimattomuutta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla erityisesti sellaisessa tilanteessa, jossa elinkeinonharjoittaja käsittelee kuluttajien tietoja yksityisyyden ja tietosuoja-vaatimusten vastaisesti eli suoramarkkinointitar-koituksiin tai muihin kaupallisiin tarkoituksiin, kuten profilointiin, yksilöityyn hinnoitteluun tai massadatasovelluksiin.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin näkökulmasta ensimmäinen huomioon otettava kysymys koskee **kaupallisen menettelyn läpinäkyvyyttä**. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklan mukaisesti elinkeinonharjoittajat eivät saa johtaa kuluttajia harhaan näkökohdissa, jotka todennäköisesti vaikuttavat näiden kaupallisiin ratkaisuihin. Erityisesti 7 artiklan 2 kohta ja liitteessä I oleva 22 kohta estävät elinkeinonharjoittajia **salaamasta** kaupallisen menettelyn taustalla olevan **kaupallisen tarkoituksen**. Ks. myös 3.4 kohta, jossa käsitellään väitteen ”maksuton” käyttöä, kun sitä käytetään kuvaamaan digitaalisia tuotteita, mikä voi olla liitteessä I olevan 20 kohdan vastaista.

Lisäksi yleisen tietosuoja-asetuksen ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin tiedotusvaatimuksia voidaan pitää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdan mukaisina olennaisina tietoina. Henkilötiedoilla, kuluttajien mieltymyksillä ja muulla käyttäjien tuottamalla sisällöllä on taloudellista arvoa, ja niitä asetetaan usein kolmansien osapuolten saataville. Näin ollen tätä voidaan pitää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohdan ja liitteessä I olevan 22 kohdan nojalla **olennaisten tietojen harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä** sekä läpinäkyvyyden ja muiden yleisen tietosuoja-asetuksen 12–14 artiklan vaatimusten rikkomisena, jos elinkeinonharjoittaja ei ilmoita kuluttajalle, että toimitettuja tietoja käytetään kaupallisiin tarkoituksiin.

1.2.11. Vuorovaikutus SEUT-sopimuksen 101-102 artiklan (EU:n kilpailusäännöt) kanssa

Neuvoston asetuksessa (EY) N:o 1/2003⁽⁸⁷⁾ säädetään Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen, jäljempänä ’SEUT-sopimus’, 101 ja 102 artiklassa vahvistettujen kilpailusääntöjen täytäntöönpanoa koskevasta oikeudellisesta kehyksestä. Kumpikaan artikla ei rajoita sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamista.

SEUT-sopimuksen 101 artiklan 1 kohdassa kielletään tietyissä olosuhteissa sellaiset yritysten väliset sopimukset, yritysten yhteenliittymien päätökset sekä yritysten yhdenmukaistetut menettelytavat, kuten osto tai myyntihintojen tai muiden kauppaehtojen vahvistaminen, joiden tarkoituksena on estää, rajoittaa tai vääristää kilpailua sisämarkkinoilla tai joista seuraa, että kilpailu estyy, rajoittuu tai vääristyy sisämarkkinoilla.

SEUT-sopimuksen 102 artiklassa kielletään tietyissä olosuhteissa yhden tai useamman yrityksen määräävän aseman väärinkäyttö. Tällainen väärinkäyttö voi muodostua esimerkiksi siitä, että muiden kauppakumppaneiden kanssa tehtäviin samankaltaisiin liiketoimiin sovelletaan erilaisia edellytyksiä ja sitä kautta asetetaan ne epäedulliseen kilpailuasemaan, tai kohtuuttomien osto tai myyntihintojen suorasta tai välillisestä määräämisestä.

⁽⁸⁶⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/58/EY, annettu 12 päivänä heinäkuuta 2002, henkilötietojen käsittelystä ja yksityisyyden suojasta sähköisen viestinnän alalla (sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi) (EUVL L 201, 31.7.2002, s. 37), sellaisena kuin se on muutettuna yleisesti saatavilla olevien sähköisten viestintäpalvelujen tai yleisten viestintäverkkojen yhteydessä tuotettavien tai käsiteltävien tietojen säilyttämisestä ja direktiivin 2002/58/EY muuttamisesta 15 päivänä maaliskuuta 2006 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2006/24/EY (EUVL L 105, 13.4.2006, s. 54) ja yleispalvelusta ja käyttäjien oikeuksista sähköisten viestintäverkkojen ja -palvelujen alalla annetun direktiivin 2002/58/EY ja kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä annetun asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta 25 päivänä marraskuuta 2009 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2009/136/EY (EUVL L 337, 18.12.2009, s. 11).

⁽⁸⁷⁾ Neuvoston asetus (EY) N:o 1/2003, annettu 16 päivänä joulukuuta 2002, perustamissopimuksen 81 ja 82 artiklassa vahvistettujen kilpailusääntöjen täytäntöönpanosta (EYVL L 1, 4.1.2003, s. 1). EY:n perustamissopimuksen 81 artiklasta tuli 1 päivänä joulukuuta 2009 SEUT-sopimuksen 101 artikla ja perustamissopimuksen 82 artiklasta SEUT-sopimuksen 102 artikla. Kyseisten artiklojen mää-
räykset ovat asiasisällöltään samat.

Se, että tietyssä menettelyssä rikotaan SEUT-sopimuksen 101 tai 102 artiklaa, ei automaattisesti tarkoita, että menettely olisi myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisesti sopimaton (tai päinvastoin). Kilpailusääntöjen rikkominen olisi kuitenkin otettava huomioon arvioitaessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaista kaupallisten menettelyjen sopimattomuutta siltä osin kuin niiden voidaan katsoa olevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan huolellista ammatinharjoittamista koskevan yleisen lausekkeen vastaisia.

1.2.12. Vuorovaikutus EU:n perusoikeuskirjan kanssa

EU:n perusoikeuskirjaa sovelletaan sen 51 artiklan 1 kohdan mukaan jäsenvaltioihin niiden soveltaessa unionin oikeutta eli myös silloin, kun ne soveltavat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä. Perusoikeuskirja sisältää määräyksiä muun muassa henkilötietojen suojasta (8 artikla), lapsen oikeuksista (24 artikla), kuluttajansuojasta (38 artikla) ja oikeudesta tehokkaisiin oikeussuojakeinoihin ja puolueettomaan tuomioistuimeen (47 artikla).

Unionin tuomioistuin on korostanut perusoikeuskirjan oikeussuojaa koskevan 47 artiklan merkitystä suhteessa kuluttajien saatavilla oleviin oikeussuojakeinoihin EU:n direktiiveillä myönnettyjen kuluttajan oikeuksien yhteydessä. Tehokkuusperiaate, johon tuomioistuin viittaa, tarkoittaa, että kansalliset menettelysäännöt eivät saa tehdä unionin oikeudessa annettujen oikeuksien käyttämistä käytännössä mahdottomaksi tai suhteettoman vaikeaksi kuluttajille.⁽⁸⁸⁾

1.2.13. Vuorovaikutus SEUT-sopimuksen 34–36 artiklan kanssa

Kansallista toimenpidettä sellaisella alalla, joka on ollut EU:n tasolla kattavan yhdenmukaistamisen kohteena, on arvioitava suhteessa kyseisen yhdenmukaistamistoimenpiteen säännöksiin eikä suhteessa Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen (SEUT) määräyksiin.⁽⁸⁹⁾ Jos kansallinen toimenpide kuuluu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan (jota on käsitelty edellä 1.1 ja 1.2 kohdassa), sitä olisi arvioitava suhteessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin eikä SEUT-sopimukseen.

Kansallisia toimenpiteitä, jotka eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin eivätkä minkään muun EU:n johdetun oikeuden yhdenmukaistamissäädöksen soveltamisalaan, on arvioitava SEUT-sopimuksen 34–36 artiklan nojalla. SEUT-sopimuksen 34 artiklassa määrätty sellaisten toimenpiteiden kielto, jotka vaikutukseltaan vastaavat tuonnin määrällisiä rajoituksia, kattaa kaikki jäsenvaltioiden säätämät kauppasäännöt, jotka voivat tosiasiallisesti tai mahdollisesti haitata suoraan tai välillisesti unionin sisäistä kauppaa.⁽⁹⁰⁾ Lisäohjeita näiden määräysten soveltamisesta on myös SEUT-sopimuksen 34–36 artiklan soveltamisoppaasta annetussa komission tiedonannossa⁽⁹¹⁾.

Unionin tuomioistuin on käsitellyt laajasti kysymystä siitä, milloin kansallinen sääntö voi haitata unionin sisäistä kauppaa. Etenkin asiassa Keck antamassaan tuomiossa⁽⁹²⁾ unionin tuomioistuin katsoi, että tiettyjä **myyntijärjestelyjä** rajoittavat tai ne kieltävät kansalliset oikeussäännöt eivät tosiasiallisesti tai mahdollisesti rajoita jäsenvaltioiden välistä kauppaa suoraan tai välillisesti, jos niitä sovelletaan kaikkiin jäsenvaltion alueella toimiviin toimijoihin ja jos niillä on oikeudellisesti ja tosiasiallisesti sama vaikutus sekä kotimaisten tuotteiden että muista jäsenvaltioista maahantuotujen tuotteiden markkinointiin.⁽⁹³⁾ Unionin tuomioistuin sisällyttää myyntijärjestelyjen luetteloon markkinoinnin edellytyksiin ja markkinointikeinoihin liittyvät toimenpiteet⁽⁹⁴⁾, tavaroiden myyntiajankohtaan liittyvät toimenpiteet⁽⁹⁵⁾, tavaroiden myyntipaikkaan ja myyjää koskeviin rajoituksiin liittyvät toimenpiteet⁽⁹⁶⁾ sekä hintavalvontaan liittyvät toimenpiteet⁽⁹⁷⁾.

Jotkin unionin tuomioistuinten oikeuskäytännössä mainitut esimerkit myyntijärjestelyistä, erityisesti kansalliset säännökset, joilla säännellään markkinoinnin edellytyksiä ja keinoja, **kuuluvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan, jos ne koskevat elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisiä kaupallisia menettelyjä ja niillä pyritään suojelemaan kuluttajien taloudellisia etuja.**

⁽⁸⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 10.9.2014, C-34/13, Kušinová, 63–65 kohta, ja unionin tuomioistuimen tuomio 17.7.2014, C-169/14, Sanchez Morcillo, 35 kohta.

⁽⁸⁹⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 11.12.2003, C-322/01, Deutscher Apothekerverband, 64 kohta; yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 16.12.2008, C-205/07, Gysbrechts, 33 kohta; yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 12.10.1993, C-37/92, Vanacker ja Lesage, 9 kohta; yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 13.12.2001, C-324/99, DaimlerChrysler, 32 kohta, ja yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 11.12.2003, C-322/01, Deutscher Apothekerverband, 64 kohta.

⁽⁹⁰⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 11.7.1974, C-8/74, Dassonville, 5 kohta.

⁽⁹¹⁾ Komission tiedonanto ”Euroopan unionin toiminnasta tehdyn sopimuksen (SEUT) 34–36 artiklan soveltamisopas” (EUVL C 100, 23.3.2021, s. 38).

⁽⁹²⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 24.11.1993, yhdistetyt asiat C-267/91 ja C-268/91, Keck.

⁽⁹³⁾ Asiassa Keck antamassaan tuomiossa yhteisöjen tuomioistuin selvensi aiempaa oikeuskäytäntöään, erityisesti asiassa C-8/74, Dassonville, antamaansa tuomiota.

⁽⁹⁴⁾ Ks. yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 9.2.1995, C-412/93, Leclerc-Siplec, 22 kohta, ja yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 28.10.1999, C-6/98, ARD, 46 kohta.

⁽⁹⁵⁾ Ks. yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 2.6.1994, yhdistetyt asiat C-401/92 ja C-402/92, Tankstation’t Heukske ja Boermans, 14 kohta; yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 2.6.1994, yhdistetyt asiat C-69/93 ja C-258/93, Punto Casa ja PPV, sekä yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 20.6.1996, yhdistetyt asiat C-418/93–C-421/93, C-460/93–C-462/93, C-464/93, C-9/94–C-11/94, C-14/94, C-15/94, C-23/94, C-24/94 ja C-332/94, Semeraro Casa Uno ym., 9–11, 14, 15, 23 ja 24 kohta.

⁽⁹⁶⁾ Ks. yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 29.6.1995, C-391/92, komissio v. Kreikka, 15 kohta; yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 16.6.1994, yhdistetyt asiat C-69/93 ja C-258/93, Punto Casa ja PPV.

⁽⁹⁷⁾ Ks. yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 11.8.1995, C-63/94, Belgacom.

Vaikuttaa siltä, että monet **kaupalliset menettelyt, jotka eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin** tai muun unionin johdetun oikeuden **soveltamisalaan**, katsotaan myyntijärjestelyiksi asiassa Keck annetun tuomion nojalla. Tällaiset myyntijärjestelyt **kuuluvat SEUT-sopimuksen 34 artiklan soveltamisalaan**, jos ne aiheuttavat syrjintää tuotteiden alkuperän perusteella. Oikeudellista syrjintää tapahtuu, kun toimenpiteet ovat ilmeisen syrjiviä, kun taas tosiasiallinen syrjintä on monitahoisempaa. Tällaisia toimenpiteitä olisi arvioitava tapauskohtaisesti.

Jos jokin toimenpide tai kansallinen menettely rikkoo SEUT-sopimuksen 34 artiklaa, se voidaan periaatteessa perustella SEUT-sopimuksen 36 artiklalla tai jollakin unionin tuomioistuimen tunnustamalla yleistä etua koskevalla pakottavalla vaatimuksella. Kansallisten viranomaisten tehtävänä on osoittaa, että tavaroiden vapaan liikkuvuuden rajoittaminen on oikeutettua jollain näistä perusteista.⁽⁹⁸⁾ Lisäksi jäsenvaltion on osoitettava, että sen lainsäädäntö on välttämätöntä, jotta yleistä etua, johon vedotaan, voidaan suojella tehokkaasti.⁽⁹⁹⁾

Rajoitusten hyväksyminen edellyttää, että kyseiset säännökset ovat oikeassa suhteessa tavoiteltuun päämäärään ja että tätä päämäärää ei ole mahdollista saavuttaa EU:n sisäistä kauppaa vähemmän rajoittavilla toimenpiteillä.⁽¹⁰⁰⁾ Unionin tuomioistuimen on hiljattain todennut, että ”*tutkittaessa kyseisen rajoituksen oikeasuhteisuutta on selvittävä vielä, ylitetäänkö tässä yhteydessä toteutetuilla keinoilla se, mikä on tarpeen tavoitellun oikeutetun päämäärän saavuttamiseksi. Toisin sanoen on arvioitava, olisiko olemassa vaihtoehtoisia toimenpiteitä, joilla myös voidaan saavuttaa tämä päämäärä mutta joilla rajoitetaan vähemmän yhteisön sisäistä kauppaa*”.⁽¹⁰¹⁾ Lisäksi unionin tuomioistuin on katsonut, että ”*tässä yhteydessä on huomautettava, että rajoittavan toimenpiteen voidaan katsoa olevan unionin oikeuden vaatimusten mukainen vain, jos se tosiasiallisesti vastaa tavoitteeseen saavuttaa tavoiteltu päämäärä johdonmukaisella ja järjestelmällisellä tavalla*”.⁽¹⁰²⁾

1.2.14. Vuorovaikutus verkkoalustojen ja yrityskäyttäjien välisistä suhteista annetun asetuksen kanssa

Verkkoalustojen ja yrityskäyttäjien välisistä suhteista annetussa asetuksessa⁽¹⁰³⁾ vahvistetaan säännöt sen varmistamiseksi, että verkossa toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjille sekä verkossa toimivien hakukoneiden osalta yritysverkkoalustojen käyttäjille turvataan asianmukainen avoimuus, oikeudenmukaisuus ja tehokkaat oikeussuojamahdollisuudet. Verkkoalustojen ja yrityskäyttäjien välisistä suhteista annetun asetuksen avoimuusvaatimukset kattavat hakutulosten järjestyksen (5 artikla).

Komissio on julkaissut järjestykseen asettamisen avoimuutta koskevat suuntaviivat⁽¹⁰⁴⁾, joilla pyritään helpottamaan verkossa toimivien välityspalvelujen tarjoajien ja verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajien vaatimusten noudattamista.

Samanlainen vaatimus järjestyksen avoimuudesta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välillä on otettu käyttöön direktiivillä (EU) 2019/2161, jolla on lisätty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklaan uusi 4 a kohta. Siinä edellytetään, että elinkeinonharjoittajat antavat kuluttajille tietoja keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien tuotteiden järjestystä, ja näiden muuttujien suhteellisesta merkityksestä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja verkkoalustojen ja yrityskäyttäjien välisistä suhteista annetun asetuksen välistä vuorovaikutusta käsitellään järjestyksen avoimuuden osalta 4.2.3 kohdassa.

1.3. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja itsesääntelyn välinen suhde

2 artiklan f alakohta

”käytännėsäännöillä” [tarkoitetaan] sopimusta tai jäsenvaltioiden laeista, asetuksista ja hallinnollisista määräyksistä riippumatonta sääntöä, joka määrittelee niiden elinkeinonharjoittajien käyttäytymisen, jotka sitoutuvat noudattamaan sääntöjä yhden tai useamman erityisen kaupallisen menettelyn tai liiketoiminnan alan osalta;

10 artikla

Käytännėsäännöt

Tällä direktiivillä ei estetä käytännėsääntöjen ylläpitäjiä harjoittamasta sopimattomien kaupallisten menettelyjen valvontaa, johon jäsenvaltiot saavat kannustaa, eikä 11 artiklassa tarkoitettuja henkilöitä tai yhteisöjä kääntymästä tällaisten toimielinten puoleen, jos asian käsittely näissä elimissä täydentää kyseisessä artiklassa tarkoitettua tuomioistuin- tai hallintomenettelyä. Valvojan elimen puoleen kääntymisen ei missään tapauksessa merkitse luopumista 11 artiklassa tarkoitettua oikeus- tai hallintoviranomaisen puoleen kääntymisestä.

⁽⁹⁸⁾ Ks. yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 23.9.2003, C-192/01, komissio v. Tanska.

⁽⁹⁹⁾ Ks. tämän suhteen unionin tuomioistuimen tuomio 28.1.2010, C-333/08, komissio v. Ranska, 87 kohta.

⁽¹⁰⁰⁾ Ks. muun muassa yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 26.11.1996, C-313/94, Graffione, 17 kohta, ja yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 12.10.2000, C-3/99, Ruwet, 50 kohta.

⁽¹⁰¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 3.3.2011, C-161/09, Kakavetsos-Fragkopoulou, 39 kohta.

⁽¹⁰²⁾ Ks. edellinen alaviite, 42 kohta.

⁽¹⁰³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2019/1150, annettu 20 päivänä kesäkuuta 2019, oikeudenmukaisuuden ja avoimuuden edistämiseksi verkossa toimivien välityspalvelujen yrityskäyttäjää varten (EUVL L 186, 11.7.2019, s. 57).

⁽¹⁰⁴⁾ Komission tiedonanto ”Suuntaviivat järjestykseen asettamisen avoimuudesta asetuksen (EU) 2019/1150 nojalla” (EUVL C 424, 8.12.2020, s. 1).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tunnustetaan itsesääntelymekanismien merkitys ja selvennetään käytäntösääntöjen ylläpitäjien ja itsesääntelyelinten mahdollista roolia noudattamisen valvonnassa. Jäsenvaltiot voivat kannustaa käytäntösääntöjen ylläpitäjiä valvomaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täytäntöönpanon lisäksi.

Jos itsesääntelysäännöt ovat tiukkoja ja käytäntösääntöjen ylläpitäjät soveltavat niitä tinkimättä ja/tai riippumattomat itsesääntelyelimet panevat niitä tiukasti täytäntöön, ne voivat vähentää hallinnollisten tai oikeudellisten täytäntöönpanotoimien tarvetta. Jos vaatimukset lisäksi ovat tiukkoja ja elinkeinoelämän toimijat pitkälti noudattavat niitä, tällaiset säännöt voivat muodostaa hyödyllisen vertailukohdan kansallisille viranomaisille ja tuomioistuimille arvioitaessa, onko jokin kaupallinen menettely sopimaton.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi sisältää useita säännöksiä, joilla **estetään elinkeinonharjoittajia käyttämästä epäasianmukaisesti hyväkseen kuluttajien mahdollista luottamusta itsesääntelysääntöihin**. Tätä käsitellään käytäntösääntöjen noudattamatta jättämistä koskevassa 2.8.4 kohdassa.

1.4. Täytäntöönpano ja oikeussuojakeinot

1.4.1. Julkisoikeudellinen ja yksityisoikeudellinen täytäntöönpano

Jäsenvaltioiden on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 11 artiklan mukaisesti huolehdittava, että **käytettävissä on riittävät ja tehokkaat keinot sopimattomien kaupallisten menettelyjen torjumiseksi**, jotta direktiivin säännöksiä noudatetaan kuluttajien edun edellyttämällä tavalla.

Näihin keinoihin kuuluvat säännökset, joiden mukaisesti sellaiset henkilöt tai yhteisöt, joiden etua sopimattomien kaupallisten menettelyjen torjuminen kansallisen lainsäädännön mukaisesti koskee, kilpailijat mukaan luettuina, voivat ryhtyä oikeudellisiin toimiin **kansallisissa tuomioistuimissa ja/tai saattaa tällaiset sopimattomat kaupalliset menettelyt sellaisen hallintoviranomaisen käsiteltäväksi**, jolla on toimivalta joko ratkaista valitukset tai panna vireille asianmukainen oikeudenkäynti asiassa.

Jäsenvaltioiden olisi varmistettava eri toimivaltaisten täytäntöönpanoviranomaisten välinen koordinointi vilpittömässä mielessä. Niissä jäsenvaltioissa, **joissa eri viranomaiset valvovat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja alakohtaisen lainsäädännön noudattamista**, viranomaisten olisi tehtävä läheistä yhteistyötä varmistaakseen, että niiden samaa elinkeinonharjoittajaa ja/tai samaa kaupallista menettelyä koskevien tutkimusten tulokset ovat johdonmukaisia.

Siltä osin kuin on kyse sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täytäntöönpanosta oikeudellisiin toimiin kansallisissa tuomioistuimissa, unionin tuomioistuin vahvisti asiassa *Movic* antamassaan tuomiossa, että uudelleenlaaditun Bryssel I -asetuksen 1 artiklan 1 kohdassa ”tarkoitettua siviili- ja kauppaoikeudellisen asian käsitteen alaan kuuluu jäsenvaltion viranomaisten toiseen jäsenvaltioon sijoittautuneita elinkeinonharjoittajia vastaan nostama kanne, jossa kyseiset viranomaiset vaativat ensisijaisesti toteamaan rikkomiset, jotka muodostuvat väitetysti lakia rikkovista sopimattomista kaupallisista menettelyistä, ja määräämään, että ne on lopetettava, ja liitännäisesti määräämään julkaisutoimenpiteistä ja uhkasakosta”.⁽¹⁰⁵⁾

Kuluttajien yhteisten etujen suojaamiseksi nostettavista edustajakanteista annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä (EU) 2020/1828⁽¹⁰⁶⁾ on otettu käyttöön yksityisoikeudellisen täytäntöönpanon osalta kaikissa jäsenvaltioissa mahdollisuus valvoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin noudattamista **edustajakanteiden** avulla. Tällaisia kanteita voisivat nostaa oikeutetut yksiköt, jotka hakevat kielto- ja hyvitystoimenpiteitä asianomaisten kuluttajien puolesta.

Henkilöt, jotka ilmoittavat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin (ja kuluttajanoikeusdirektiivin) rikkomisesta, kuuluvat Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2019/1937⁽¹⁰⁷⁾ (väärinkäytösten paljastajia koskeva direktiivi) 2 artiklan 1 kohdan a alakohdan ix alakohdan mukaisen suojajärjestelmän soveltamisalaan. Väärinkäytösten paljastajien ilmoitusten määrä todennäköisesti kasvaa, jos he uskovat, että ilmoittaminen on turvallista, mikä parantaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täytäntöönpanoa.

1.4.2. Seuraamukset

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artikla koskee seuraamuksia niiden kansallisten säännösten rikkomisesta, joilla direktiivi saatetaan osaksi kansallista lainsäädäntöä. Jäsenvaltioiden on 1 kohdan mukaisesti säädettävä seuraamuksista, joita sovelletaan direktiivin nojalla annettujen kansallisten säännösten rikkomiseen. Siinä jätetään jäsenvaltioiden tehtäväksi päättää käytettävissä olevien seuraamusten tyypistä ja määrittää seuraamusten määräämistä koskevat menettelyt, kunhan seuraamukset ovat **tehokkaita, oikeasuhteisia ja varoittavia**.

⁽¹⁰⁵⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 16.7.2020, asia C-73/19, *Movic* ym.

⁽¹⁰⁶⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2020/1828, annettu 25 päivänä marraskuuta 2020, kuluttajien yhteisten etujen suojaamiseksi nostettavista edustajakanteista ja direktiivin 2009/22/EY kumoamisesta (EUVL L 409, 4.12.2020, s. 1).

⁽¹⁰⁷⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/1937, annettu 23 päivänä lokakuuta 2019, unionin oikeuden rikkomisesta ilmoittavien henkilöiden suojelusta (EUVL L 305, 26.11.2019, s. 17).

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on muutettu 13 artiklaa ja lisätty lisävaatimuksia. Ensinnäkin siinä esitetään ei-tyhjentävä ohjeellinen luettelo seuraamusten soveltamisperusteista (2 kohta). Toiseksi siinä vahvistetaan täsmällisemmät säännöt (3 ja 4 kohta), jotka koskevat sakkoja sellaisista laajalle levinneistä rikkomuksista ja laajalle levinneistä rikkomuksista, joilla on unioninlaajuinen ulottuvuus, joihin sovelletaan kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2017/2394⁽¹⁰⁸⁾ mukaisia koordinoituja täytäntöönpanotoimia.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 15 kappaleessa kannustetaan jäsenvaltioita harkitsemaan ”kuluttajien yleisen edun ja muiden suojattujen yleisten etujen suojan parantamista” sakoista saatavien tulojen kohdentamisessa.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artiklan 5 kohdassa edellytetään, että jäsenvaltiot ilmoittavat komissiolle seuraamuksia koskevista kansallisista säännöistä ja niiden mahdollisista myöhemmistä muutoksista eli ilmoitus on annettava erityisenä ilmoituksena, jossa selitetään tarkoin kyseessä olevat kansalliset säännökset, eikä pelkästään osana yleistä ilmoitusta toimenpiteistä, joilla direktiivi saatetaan osaksi kansallista lainsäädäntöä.

Seuraamusten soveltamisperusteet

Direktiivin 13 artiklan 2 kohdassa esitetään luettelo kuudesta **ei-tyhjentävästä ja ohjeellisesta perusteesta**, jotka jäsenvaltioiden toimivaltaisten viranomaisten ja tuomioistuinten on otettava huomioon seuraamuksia määrätessään. Niitä sovelletaan ”tarvittaessa” rikkomuksiin sekä kotimaassa että rajatylittävissä tilanteissa:

13 artikla

2. Jäsenvaltioiden on varmistettava, että seuraamuksia määrättäessä otetaan tarvittaessa huomioon seuraavat ei-tyhjentävät ja ohjeelliset perusteet:

- a) rikkomuksen luonne, vakavuus, laajuus ja kesto;
- b) elinkeinonharjoittajan kuluttajille aiheutuneen vahingon lieventämiseksi tai korjaamiseksi toteuttamat toimet;
- c) elinkeinonharjoittajan mahdolliset aiemmat rikkomukset;
- d) elinkeinonharjoittajan rikkomuksen vuoksi saamat taloudelliset edut tai välttämät tappiot, jos asiaa koskevat tiedot ovat saatavilla;
- e) elinkeinonharjoittajalle muissa jäsenvaltioissa samasta rikkomuksesta määrätyt seuraamukset rajatylittävissä tapauksissa, joissa tiedot tällaisista seuraamuksista ovat saatavilla Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (EU) 2017/2394 perustetun mekanismin kautta;
- f) mahdolliset muut tapauksen olosuhteisiin sovellettavat raskauttavat tai lieventävät tekijät.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 7 kappaleessa selitetään joitakin perusteita. Johdanto-osan 8 kappaleessa selvennetään, että ne ”eivät välttämättä ole merkityksellisiä päätettäessä jokaisen rikkomuksen seuraamuksista, erityisesti kun kyse on muista kuin vakavista rikkomuksista”. Lisäksi ”[j]äsenvaltioiden olisi otettava huomioon myös muut seuraamusten määrittämiseen sovellettavat yleiset oikeusperiaatteet, kuten kaksoisrangaistavuuden kiellon periaate”.

Rikkomuksen tahallisuus on olennaista a ja f alakohdassa vahvistettujen perusteiden soveltamisen kannalta. Tahallisuus ei kuitenkaan ole välttämätön edellytys seuraamusten määrittämiselle rikkomistapauksissa.

Edellä mainitussa c alakohdassa vahvistettu peruste kattaa kyseisen elinkeinonharjoittajan samat tai erilaiset aiemmat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä koskevat rikkomukset.

Edellä mainitussa e alakohdassa vahvistettu peruste koskee tapauksia, joissa **sama rikkomus on tapahtunut useissa jäsenvaltioissa**. Sitä sovelletaan vain silloin, kun tiedot muiden jäsenvaltioiden samasta rikkomuksesta määrittämistä seuraamuksista ovat saatavilla kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetulla asetuksella perustetun yhteistyömekanismin kautta.

Asiaan liittyvistä olosuhteista riippuen seuraamukset, joita samalle elinkeinonharjoittajalle on määrätty samasta rikkomuksesta toisessa jäsenvaltiossa, voivat merkitä a alakohdassa tarkoitettua suurempaa laajuutta ja vakavuutta ja/tai c alakohdassa tarkoitettua aiempaa rikkomusta. Sen vuoksi samasta rikkomuksesta muissa jäsenvaltioissa määrätyt seuraamukset voisivat olla raskauttava tekijä. Seuraamusten määrittämistä muissa jäsenvaltioissa samasta rikkomuksesta voitaisiin myös tarkastella yhdessä muiden raskauttavien olosuhteiden kanssa; ne mainitaan f alakohdassa, jossa viitataan yleisesti mahdollisiin muihin raskauttaviin tai lieventäviin olosuhteisiin. Seuraamus, jonka toinen jäsenvaltio määrää samalle elinkeinonharjoittajalle samasta rikkomuksesta, voi kuitenkin olla merkityksellinen myös kaksoisrangaistavuuden periaatteen soveltamisen kannalta kansallisen lainsäädännön ja kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 10 artiklan 2 kohdan⁽¹⁰⁹⁾ mukaisesti.

⁽¹⁰⁸⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2017/2394, annettu 12 päivänä joulukuuta 2017, kuluttajansuojalainsäädännön täytäntöönpanosta vastaavien kansallisten viranomaisten yhteistyöstä ja asetuksen (EY) N:o 2006/2004 kumoamisesta (EUVL L 345, 27.12.2017, s. 1).

⁽¹⁰⁹⁾ Kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 10 artiklan 2 kohta: ”Tämän asetuksen soveltamiseksi tapahtuvan 9 artiklassa tarkoitettujen valtuuksien täytäntöönpanon ja käytön on oltava oikeasuhteista ja unionin oikeuden ja kansallisen lainsäädännön, myös asiaankuuluvien menettelytakeiden ja Euroopan unionin perusoikeuskirjan periaatteiden mukaista. Tämän asetuksen soveltamiseksi hyväksyttyjen tutkinta- ja täytäntöönpanotoimien on vastattava kuluttajien etuja suojaavaa unionin lainsäädäntöä koskevan rikkomuksen luonnetta ja sellaisesta rikkomuksesta aiheutuvaa todellista tai mahdollista vahinkoa.”

Seuraamukset kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaisten koordinoitujen täytäntöönpanotoimien yhteydessä

Direktiivin 13 artiklan 3 ja 4 kohdassa säädetään (verrattuna 1 kohdan yleiseen sääntöön) tiukemmista lisäsäännöistä, jotka koskevat seuraamuksia, joiden on oltava kansallisen lainsäädännön nojalla käytettävissä **sellaisten rikkomusten osalta, joihin sovelletaan kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaisia koordinoituja toimia.**

Kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 21 artiklassa edellytetään, että niiden jäsenvaltioiden toimivaltaisten viranomaisten, joita koordinoitu toimi koskee, **on toteutettava täytäntöönpanotoimet, mukaan lukien seuraamusten määrääminen, tuloksellisesti, tehokkaasti ja koordinoitusti laajalle levinneestä rikkomuksesta tai laajalle levinneestä rikkomuksesta, jolla on unioninlaajuinen ulottuvuus, vastuussa olevaa elinkeinonharjoittajaa vastaan.** Laajalle levinneet rikkomukset ja laajalle levinneet rikkomukset, joilla on unioninlaajuinen ulottuvuus, ovat rajatylittäviä rikkomuksia, jotka on määritelty kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 3 artiklan 3 ja 4 kohdassa⁽¹¹⁰⁾.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artiklan 3 kohdassa edellytetään, että jäsenvaltiot säätävät **mahdollisuudesta määrätä sakkoja tämäntyyppisten rikkomusten osalta siten, että sakon enimmäismäärä on vähintään neljä prosenttia elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta.** Näin ollen jäsenvaltiot voivat asettaa enimmäissakon kynnysarvoksi myös yli neljä prosenttia elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta. Ne voivat myös päättää soveltaa sakkoa suuremman viitelikevaihdon, kuten elinkeinonharjoittajan maailmanlaajuisen liikevaihdon, perusteella. Ne voivat myös ulottaa kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaisten koordinoitujen toimien yhteydessä käytettävissä olevat seuraamukset koskemaan muuntotyyppejä rikkomuksia, kuten kansallisia rikkomuksia.

Jäsenvaltiot velvoitetaan 13 artiklan 4 kohdassa säätämään mahdollisuudesta määrätä **vähintään kahden miljoonan euron enimmäissakko**, jos tietoja elinkeinonharjoittajan vuotuisesta liikevaihdosta ei ole saatavilla esimerkiksi äskettäin perustettujen yritysten tapauksessa. Jäsenvaltiot voivat asettaa enimmäissakon kynnysarvoksi yli kaksi miljoonaa euroa.

Tällä sakkoja koskevien kansallisten sääntöjen yhdenmukaistamisella pyritään varmistamaan, että täytäntöönpanotoimet ovat mahdollisia ja johdonmukaisia kaikissa jäsenvaltioissa, jotka osallistuvat kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaiseen koordinoituun täytäntöönpanotoimeen.

Sakkojen määräämiseen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 13 artiklan 3 ja 4 kohdan mukaisesti sovelletaan 13 artiklan 2 kohdassa säädettyjä yhteisiä perusteita, joihin kuuluvat erityisesti "rikkomuksen luonne, vakavuus, laajuus ja kesto". Toimivaltaisen viranomaisen tai tuomioistuimen yksittäisessä tapauksessa tosiasialisesti määräämä sakko **voi olla pienempi** kuin edellä kuvatut enimmäismäärät rikkomuksen luonteen, vakavuuden ja muiden merkityksellisten ominaisuuksien mukaan.

Jollei kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaisista koordinoituvista toimenpiteistä muuta johdu, toimivaltainen viranomainen tai tuomioistuin voi päättää määrätä uhkasakkoja (kuten päiväsakkoja), kunnes elinkeinonharjoittaja lopettaa sääntöjen rikkomisen. Se voisi myös päättää määrätä sakon ehdollisena, jos elinkeinonharjoittaja ei lopeta rikkomista säädettyssä määräajassa asiaa koskevasta määräyksestä huolimatta.

Sakon laskennassa huomioon otettava **merkityksellinen liikevaihto** on sakon määräävässä jäsenvaltiossa saatu liikevaihto. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan 13 artiklan 3 kohdalla sallitaan kuitenkin myös se, että sakko voidaan määrittää elinkeinonharjoittajan **kaikissa koordinoituun toimeen osallistuvissa jäsenvaltioissa** saaman liikevaihdon perusteella, jos kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukainen koordinoitu johtaa siihen, että yksi ainoa jäsenvaltio määrää sakon osallistuvien jäsenvaltioiden puolesta.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 10 kappaleessa selvennetään, että "[e]linkeinonharjoittaja voi tietyissä tapauksissa olla myös yritysryhmä". Jos **rikkomuksesta vastuussa oleva elinkeinonharjoittaja on yritysryhmä**, sakkoa laskettaessa otetaan huomioon ryhmän yhteenlaskettu liikevaihto asianomaisissa jäsenvaltioissa.

Direktiivissä ei määritetä viitevuotta vuotuisen liikevaihdon määrittämiseksi. Sen vuoksi kansalliset viranomaiset voivat sakkoa määrätessään käyttää esimerkiksi **viimeisimpiä saatavilla olevia tietoja vuotuisesta liikevaihdosta** seuraamusta koskevan päätöksen tekohetkellä (eli edellisen tilikauden tietojia).

Direktiivin 13 artiklan 3 kohdan mukaisesti jäsenvaltiot voivat valtiosääntönsä liittyvistä syistä **rajoittaa sakkojen määräämisen seuraaviin tapauksiin:** a) tämän direktiivin 6, 7, 8 ja 9 artiklassa ja liitteessä I tarkoitettujen rikkomukset; ja b) elinkeinonharjoittajan jatkuva sellaisen kaupallisen menettelyn käyttäminen, jota toimivaltainen kansallinen viranomainen tai tuomioistuin on todennut sopimattomaksi, kun kyseinen kaupallinen menettely ei ole a alakohdassa

⁽¹¹⁰⁾ Kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 3 artiklan 3 kohta: "laajalle levinneellä rikkomuksella" [tarkoitetaan] a) kuluttajien etuja suojaavan unionin lainsäädännön vastaisia tekoja tai laiminlyöntejä, jotka ovat vahingoittaneet, vahingoittavat tai ovat omiaan vahingoittamaan sellaisten kuluttajien yhteisiä etuja, joiden asuinpaikka on vähintään kahdessa muussa jäsenvaltiossa kuin siinä, i) jossa teko tai laiminlyönti sai alkunsa tai tapahtui; ii) johon teosta tai laiminlyönnistä vastuussa oleva elinkeinonharjoittaja on sijoittautunut; tai iii) jossa tekoon tai laiminlyöntiin liittyvä näyttö tai elinkeinonharjoittajan varat sijaitsevat; tai b) kuluttajien etuja suojaavan unionin lainsäädännön vastaista tekoa tai laiminlyöntiä, joka on vahingoittanut, vahingoittaa tai on omiaan vahingoittamaan kuluttajien yhteisiä etuja ja jolla on yhteisiä piirteitä, kuten sama lainvastainen menettely tai samat edut rikkomuksen kohteena ja joka ilmenee samanaikaisesti ja jonka tekijä on sama elinkeinonharjoittaja vähintään kolmessa jäsenvaltiossa;".

Kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen 3 artiklan 4 kohta: "laajalle levinneellä rikkomuksella, jolla on unioninlaajuinen ulottuvuus" [tarkoitetaan] laajalle levinnyttä rikkomusta, joka on vahingoittanut, vahingoittaa tai on omiaan vahingoittamaan kuluttajien yhteisiä etuja kahdessa kolmasosassa jäsenvaltioista, joissa yhteensä on vähintään kaksi kolmasosaa unionin väestöstä;".

tarkoitettu rikkomus. Tällä rajoituksella on näin ollen tarkoitus puuttua poikkeuksellisiin olosuhteisiin ja antaa jäsenvaltiolle mahdollisuus olla soveltamatta sakkoja koskevia säännöksiä niihin kertaluonteisiin rikkomuksiin, joihin sovelletaan kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen mukaista koordinoitua täytäntöönpanoa ja joiden ainoa oikeusperusta on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin huolellista ammatinharjoittamista koskeva 5 artikla.

1.4.3. Kuluttajien oikeussuojakeinot

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin uusi 11 a artikla, jossa jäsenvaltioita vaaditaan varmistamaan, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin rikkomisen vuoksi vahinkoa kärsineillä kuluttajilla on kansallisella tasolla vahvistetuina edellytyksin käytettävissään **oikeasuhteisia ja tehokkaita oikeussuojakeinoja** ja erityisesti **korvaus kuluttajalle aiheutuneista vahingoista ja tarvittaessa hinnanalennus tai sopimuksen purkaminen**. Näin ollen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin sisältyvät kuluttajien oikeussuojakeinot sisältävät sekä sopimusperusteisia että muita oikeussuojakeinoja.

Jäsenvaltiot määrittävät **oikeussuojakeinojen soveltamisedellytykset**, ja niihin voi tarvittaessa sisältyä sellaisia tekijöitä kuin sopimattoman kaupallisen menettelyn vakavuus ja luonne, kuluttajalle aiheutunut vahinko ja muut asiaan liittyvät olosuhteet. Jäsenvaltioiden on myös määritettävä **oikeussuojakeinojen yksityiskohtaiset vaikutukset**, kuten se, johtaako sopimuksen purkamista koskeva oikeussuojakeino sopimuksen pätemättömyyteen sen tekemisestä lähtien (siten, että molempien osapuolten on palattava ennen sopimusta vallinneeseen tilaan) vai poistetaanko sillä ainoastaan sopimuksen tulevat vaikutukset edellyttäen, että riittävyyden ja tehokkuuden periaatteita noudatetaan ja että direktiivin tehokkuus turvataan.

Nämä oikeussuojakeinot eivät rajoita muissa EU:n säädöksissä, kuten digitaalista sisältöä koskevassa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä (EU) 2019/770⁽¹¹¹⁾ ja tavarakauppaa koskevassa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä (EU) 2019/771⁽¹¹²⁾, käytettävissä olevia oikeussuojakeinoja. Näitä oikeussuojakeinoja voitaisiin käyttää myös yhteisesti direktiivin (EU) 2020/1828 mukaisten edustajakanteiden avulla.

1.4.4. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen kolmansiin maihin sijoittautuneisiin elinkeinonharjoittajiin

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamista EU:n ulkopuolisiin elinkeinonharjoittajiin säännellään sopimukseen perustumattomiin velvoitteisiin sovellettavasta laista (Rooma II) annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (EY) N:o 864/2007⁽¹¹³⁾. Tätä asetusta sovelletaan ”määrättäessä sopimukseen perustumattomiin velvoitteisiin sovellettavaa lakia siviili- ja kauppaoikeuden alalla”. Rooma II -asetusta sovelletaan siviili- tai kauppaoikeudellisiin riita-asioihin.

Rooma II -asetuksen 6 artiklan 1 kohta:

Sopimukseen perustumattomaan velvoitteeseen, joka johtuu vilpillisestä kilpailusta, sovelletaan sen maan lakia, jonka kilpailutilanteeseen tai kuluttajien yhteisiin etuihin asia vaikuttaa tai saattaa vaikuttaa.

Rooma II -asetuksen 6 artiklan 4 kohta:

Tämän artiklan nojalla sovellettavasta laista ei voida poiketa 14 artiklan nojalla tehdyllä sopimuksella.

Kun Rooma II -asetuksen 6 artiklan 1 kohdan edellytykset täyttyvät, esimerkiksi jos harhaanjohtava mainonta on kohdistettu EU:n kuluttajille ja tämä haittaa EU:n kuluttajien yhteisiä etuja, sovelletaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä. Rooma II -asetuksen 6 artiklan 4 kohdan mukaisesti sovellettavasta laista ei voida poiketa lainvalintasopimuksella.

2. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN KESKEISET KÄSITTEET

2.1. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin toiminta – Direktiivin vuokaavio

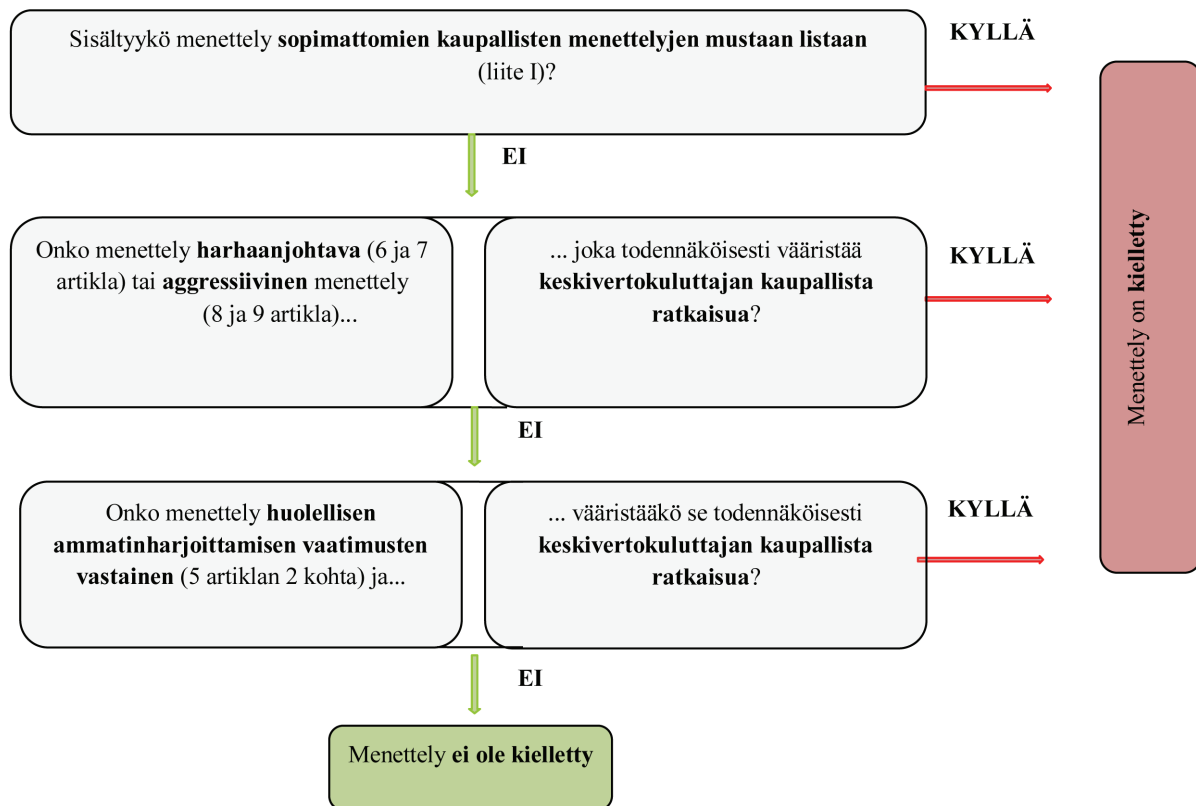
Tämä vuokaavio kuvaa liitteessä olevan kaupallisten menettelyjen ”mustan listan” sekä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleisten lausekkeiden, eli 6–9 artiklan ja 5 artiklan, välistä suhdetta. Jotta kaupallinen menettely katsotaan sopimattomaksi ja siten kielletyksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla, on riittävä, että se täyttää vain yhden näistä ehdoista.

⁽¹¹¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/770, annettu 20 päivänä toukokuuta 2019, tietyistä digitaalisen sisällön ja digitaalisten palvelujen toimittamista koskeviin sopimuksiin liittyvistä seikoista (EUVL L 136, 22.5.2019, s. 1).

⁽¹¹²⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/771, annettu 20 päivänä toukokuuta 2019, tietyistä tavarakauppaa koskeviin sopimuksiin liittyvistä seikoista, asetuksen (EU) 2017/2394 ja direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta sekä direktiivin 1999/44/EY kumoamisesta (EUVL L 136, 22.5.2019, s. 28).

⁽¹¹³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetusta (EY) N:o 864/2007, annettu 11 päivänä heinäkuuta 2007, sopimukseen perustumattomiin velvoitteisiin sovellettavasta laista (Rooma II) (EUVL L 199, 31.7.2007, s. 40).

Täyttääkö kaupallinen menettely seuraavat ehdot:



2.2. Elinkeinonharjoittajan käsite

2 artiklan b alakohhta

"elinkeinonharjoittajalla" [tarkoitetaan] luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä, joka tämän direktiivin alaan kuuluvissa kaupallisissa menettelyissä toimii tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino-, liike-, käsiteollisuus- tai ammattitoimintaansa, ja elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta toimivaa henkilöä;

Tämä määritelmä kattaa omaan lukuunsa toimivien elinkeinonharjoittajien lisäksi myös henkilöt, mukaan lukien kuluttajat, **joita toimivat toisen elinkeinonharjoittajan "nimissä" tai "puolesta"**.

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että yritystä, joka mainosti tiedotusvälineissä toisen yrityksen – joka oli palvelun tarjoaja – puolesta ja hyväksi, oli pidettävä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin kansallisissa täytäntöönpanosäännöksissä tarkoitettuna elinkeinonharjoittajana.⁽¹¹⁴⁾
- EU:n kuluttajansuojaa koskevassa yhteistyöverkostossa toimivat kansalliset kuluttajansuojaviranomaiset toteuttivat yhteisen täytäntöönpanotoimen, joka koski verkkopelejä, joissa on mahdollista tehdä sovelluksen sisäisiä ostoja. Ne selvensivät, että vaikka vastuu sovelluksen sisällöstä on ensisijaisesti sovelluksen kehittäjällä, myös sovelluskaupan tarjoajaa voidaan pitää vastuullisena sen varmistamisesta, etteivät sen alustalla tarjottavat pelit sisällä lapsiin kohdistuvia suoria kehotuksia.⁽¹¹⁵⁾

Näin ollen elinkeinonharjoittaja voidaan direktiivin 2 artiklan b alakohdan sekä vastuuta ja seuraamuksia koskevien kansallisten lakien nojalla asettaa **toisen elinkeinonharjoittajan kanssa yhteisesti vastuuseen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin rikkomisista, joita jälkimmäinen on tehnyt tämän puolesta**.

⁽¹¹⁴⁾ Latvian hallinnollisen tuomioistuimen tuomio, asia nro A420632710, 8.3.2012.

⁽¹¹⁵⁾ Lehdistötiedote 18. heinäkuuta 2014, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_14_847

Unionin tuomioistuin on lisäksi täsmentänyt, että tilanteessa, jossa toimijan kaupallisia menettelyjä käyttää toinen yritys, joka toimii tämän toimijan nimissä ja/tai sen puolesta, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin voitaisiin tietyissä tapauksissa vedota sekä kyseistä toimijaa että tätä yritystä vastaan, mikäli ne vastaavat elinkeinonharjoittajan määritelmää. ⁽¹¹⁶⁾ Tämä tarkoittaa sitä, että direktiiviä voidaan käyttää myös elinkeinonharjoittajien kaupallisten menettelyjen arviointiin silloin, kun ne **liittyvät suoraan kuluttajan liiketoimeen toisen elinkeinonharjoittajan kanssa**, jonka nimissä tai puolesta tällainen elinkeinonharjoittaja toimii.

Joissain tilanteissa **henkilöt, jotka vaikuttavat olevan tuotteita muille kuluttajille myyviä kuluttajia, saattavat itse asiassa olla itse elinkeinonharjoittajia tai toimia elinkeinonharjoittajien puolesta** ("piilevä elinkeinonharjoittajan ja kuluttavan välinen myynti").

Se, katsotaanko myyjä elinkeinonharjoittajaksi vai kuluttajaksi, on arvioitava tapauskohtaisesti. Asiassa Kamenova eräs henkilö oli julkaissut verkkosivustolla kaikkiaan kahdeksan myynti-ilmoitusta, jotka koskivat erinäisiä uusia ja käytettyjä tavaroita. ⁽¹¹⁷⁾ Unionin tuomioistuin totesi, että pelkästään se seikka, että myynnillä tavoitellaan voittoa tai että henkilö julkaisee verkkosivustolla samanaikaisesti useita uusia ja käytettyjä tavaroita koskevia myynti-ilmoituksia, ei siis itsessään ole riittävää, jotta tätä henkilöä voidaan pitää elinkeinonharjoittajana. Kansallisen tuomioistuimen suorittamassa aseman määrittämisessä on otettava huomioon erilaiset perusteet, jotka eivät ole tyhjentäviä ja yksinomaisia.

Perusteita ovat muun muassa seuraavat:

- onko myyjällä voitontavoittelumotiivi, mukaan luettuna se, että hän on saattanut saada korvauksen tai muun vastikkeen toimimisesta tietyn elinkeinonharjoittajan puolesta;
- liiketoimien lukumäärä, niihin liittyvät rahamäärät ja niiden tiheys;
- myyjän myynnin liikevaihto; ostaako myyjä tuotteita jälleenmyyntiä varten;
- onko myyjä arvonlisäverovelvollinen;
- onko myynti ollut organisoitua;
- onko myyjällä oikeudellinen asema, joka mahdollistaa liiketoimet;
- ovatko myynnissä olevat tuotteet kaikki samantyyppisiä tai samanarvoisia ja etenkin onko myytäväksi tarjottu vähäinen määrä tuotteita;
- onko myyjällä myymiinsä tuotteisiin liittyvää sellaista tietoa tai teknistä asiantuntemusta, jota kuluttajalla ei välttämättä ole ja jonka perusteella myyjä on kyseistä kuluttajaa edullisemmassa asemassa;
- ostaako myyjä näitä tavaroita myydäkseen ne edelleen siten, että toiminta on säännöllistä, toistuvaa ja/tai samanaikaista suhteessa myyjän elinkeinotoimintaan tai ammatilliseen toimintaan. ⁽¹¹⁸⁾

Esimerkiksi henkilöt, joiden pääasiallinen toiminta muodostuu tuotteiden säännöllisestä myynnistä verkossa ja tuotteiden ostamisesta niiden jälleenmyymiseksi korkeampaan hintaan, voisivat kuulua elinkeinonharjoittajan määritelmän piiriin.

Henkilöitä, jotka harjoittavat verkossa kaupallista suositellutoimintaa, kuten **vaikuttajamarkkinointia** (ks. lisätietoja 4.2.6 kohdassa), voitaisiin pitää elinkeinonharjoittajina, jos he harjoittavat tällaista toimintaa säännöllisesti riippumatta siitä, kuinka suuri heidän yleisönsä on. Vaihtoehtoisesti, jos henkilöitä ei voida pitää elinkeinonharjoittajina, heidän voitaisiin kuitenkin katsoa toimivan sen elinkeinonharjoittajan "puolesta", jonka tuotteita kyseisellä käytännöllä mainostetaan, ja heidän voitaisiin näin ollen katsoa kuuluvan direktiivin soveltamisalaan. Kaupalliseen viestintään liittyviä selkeyttä koskevia velvoitteita ja erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohdan nojalla sovellettavia velvoitteita sovelletaan elinkeinonharjoittajiin riippumatta siitä, ovatko ne tuotteiden toimittajia vai eivät.

Hyväntekeväisyysjärjestöt tai eettisiin päämääriin pyrkivät järjestöt voidaan katsoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla elinkeinonharjoittajiksi, jos ne harjoittavat kuluttajiin suuntautuvaa kaupallista toimintaa (esimerkiksi tietyt eettiset vaatimukset täyttävien tuotteiden myyntiä). Toimiessaan elinkeinonharjoittajina niiden olisi noudatettava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä kaupallisen toimintansa osalta. Esimerkiksi tiedot tuotteen alkuperästä tai sen eettisistä näkökohdista eivät saa olla harhaanjohtavia.

Sillä, että järjestö on **voittoa tavoittelematon** järjestö, ei ole ratkaisevaa merkitystä arvioitaessa, katsotaanko se elinkeinonharjoittajaksi.

⁽¹¹⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 17.10.2013, asia C-391/12, RLvS, 38 kohta.

⁽¹¹⁷⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 4.10.2018, asia C-105/17, Kamenova.

⁽¹¹⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 4.10.2018, asia C-105/17, Kamenova, 38 kohta.

Sama koskee **viranomaisia**, jotka voidaan olosuhteista riippuen myös katsoa elinkeinonharjoittajiksi niiden harjoittaessa kaupallista toimintaa.

Esimerkki:

Kunta, joka markkinoi pääsylippuja järjestämäänsä taidenäyttelyyn alennettuun hintaan, saattaa kuulua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisen elinkeinonharjoittajan määritelmän piiriin.

Asiassa BKK Mobil Oil antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin vahvisti, että julkisoikeudellinen laitos, joka hoitaa lakisääteisen sairausvakuutusjärjestelmän hallinnon kaltaista yleishyödyllistä tehtävää, voidaan katsoa elinkeinonharjoittajaksi, sillä

"unionin lainsäätäjä on antanut erittäin laajan merkityksen elinkeinonharjoittajan käsitteelle, jolla tarkoitetaan 'luonnollista henkilöä tai oikeushenkilöä', joka harjoittaa vastikkeellista toimintaa, ja jonka soveltamisalan ulkopuolelle ei ole jätetty yleishyödyllistä tehtävää hoitavia laitoksia eikä julkisoikeudellisia laitoksia".⁽¹¹⁹⁾

Unionin tuomioistuin päätteli myös, että

"[...] BKK:n antamat harhaanjohtavat tiedot voivat johtaa kyseisen laitoksen jäseniä, joita on selvästikin pidettävä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettuina kuluttajina, harhaan siten, että ne estävät heitä tekemästä perusteltua valintaa [...] ja saavat heidät siten tekemään ratkaisun, jota he eivät olisi tehneet ilman tällaisia tietoja, kuten saman direktiivin 6 artiklan 1 kohdassa säädetään. Tässä yhteydessä kyseisen laitoksen julkisella tai yksityisellä luonteella ja kyseisen laitoksen hoitamalla erityistehtävällä ei ole merkitystä".⁽¹²⁰⁾

Erityisesti **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I ("musta lista") olevassa 22 kohdassa** kielletään perättömän väitteen esittäminen tai perättömän vaikutelman luominen siitä, että elinkeinonharjoittaja ei toimi tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino- tai ammattitoimintaansa, tai esiintyminen vilpillisesti kuluttajana.

Tähän sisältyy tilanne, jossa elinkeinonharjoittaja toimii ensin elinkeinonharjoittajana mutta teeskentelee sitten olevansa kuluttaja, esimerkiksi silloin, kun myyjä toimii ammattimaisena autokauppiaina liiketoimea varten, mutta allekirjoittaa sopimuksen myöhemmin luonnollisena henkilönä.

2.3. Kaupallisen menettelyn käsite

2 artiklan d alakohhta

"elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisillä kaupallisilla menettelyillä" (jäljempänä myös "kaupallisilla menettelyillä") [tarkoitetaan] elinkeinonharjoittajan tointa, mainitsematta jättämistä, käyttäytymistä tai edustamista, kaupallista viestintää, mukaan lukien mainontaa ja markkinointia, joka liittyy välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille;

Unionin tuomioistuin on katsonut, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan d alakohdan ainoa kriteeri on, että elinkeinonharjoittajan menettelyn on liitettävä välittömästi tuotteen tai palvelun myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajalle.⁽¹²¹⁾

Kaupallinen menettely voi liittyä välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen esimerkiksi siten, että siinä annetaan "tietoja, jotka liittyvät edulliseen hintaan tarjotun tuotteen saatavuuteen tietyn ajanjakson aikana".⁽¹²²⁾ Tällä hetkellä käytävissä olevan oikeuskäytännön perusteella on vaikeaa määrittää rajaa, jonka jälkeen kaupallinen menettely ei enää liity välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen. Jos kuitenkin elinkeinonharjoittaja esimerkiksi myy kartan, joka ei sisällä mitään kaupallisia viestejä, ja kuluttaja käyttää tätä karttaa löytääkseen tietyn myymälän, vaikuttaisi kohtuuttomalta katsoa kartan myyminen kaupalliseksi menettelyksi, joka "liittyy välittömästi" kyseisessä myymälässä olevan tuotteen myynnin edistämiseen.

Unionin tuomioistuin on todennut, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi kattaa elinkeinonharjoittajan toiminnan tuotetta tai palvelua koskevan liiketoimen jälkeen sekä sopimuksen tekemisen jälkeen tai sen täytäntöönpanon aikana.⁽¹²³⁾

Tällä perusteella unionin tuomioistuin päätteli, että

"[...] se, että asianomaisen elinkeinonharjoittajan toiminta oli ainutkertaista ja että se vaikutti vain yhteen kuluttajaan, on tässä yhteydessä merkityksetöntä.

⁽¹¹⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 3.10.2013, C-59/12, BKK Mobil Oil, 32 kohta.

⁽¹²⁰⁾ Ks. edellinen alaviite, 37 kohta.

⁽¹²¹⁾ Ks. muun muassa unionin tuomioistuimen tuomio 16.4.2015, C-388/13, UPC, 35 kohta oikeuskäytäntöviitteineen.

⁽¹²²⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 19.12.2013, C-281/12, Trento Sviluppo, 35 kohta.

⁽¹²³⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 16.4.2015, asia C-388/13, UPC, 36 kohta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan c ja d alakohdassa, 3 artiklan 1 kohdassa tai 6 artiklan 1 kohdassa vahvistetuissa määritelmissä sen enempää kuin kyseisessä direktiivissä kokonaisuutena tarkasteltunakaan ei nimittäin ole mitään, minkä perusteella elinkeinonharjoittajan toiminnan tai toimimatta jättämisen olisi oltava toistuvaa tai koskettava useampaa kuin yhtä kuluttajaa.”

”[...] se, että elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajalle pääasiassa kyseessä olevan kaltaisen virheellisen tiedon, on luokiteltava direktiivissä tarkoitetuksi harhaanjohtavaksi kaupalliseksi menettelyksi, vaikka tieto on annettu yhdelle ainoalle kuluttajalle.” (124)

Unionin tuomioistuin on antanut ohjeistusta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalan rajoista suhteessa kaupallisten menettelyjen käsitteeseen asiassa Kirschstein antamassaan tuomiossa. Se katsoi, että on olemassa ero elinkeinonharjoittajan kaupallisten menettelyjen, jotka liittyvät läheisesti tuotteiden myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille ja jotka kuuluvat näin ollen direktiivin soveltamisalaan, ja sellaisten sääntöjen välillä, joihin näissä menettelyissä viitataan ja jotka koskevat itse ”tuotetta” (esimerkiksi luvan myöntäminen palveluntarjoajille, jotka voivat myöntää yliopistollisia oppiarvoja) ja jotka näin ollen jäävät sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalan ulkopuolelle.

”Edellä todetusta seuraa, että kansallisen säännön, jolla pyritään määrittämään toimija, jolla on toimivalta tarjota kaupallisen toimen kohteena oleva palvelu, mutta jolla ei suoraan säännellä menettelyjä, joita tämä toimija voi sen jälkeen toteuttaa voidakseen edistää tämän palvelun myyntiä tai menekkiä, ei voida katsoa koskevan direktiivissä 2005/29 tarkoitettua kaupallista menettelyä, joka liittyy välittömästi palvelun toimittamiseen.” (125)

Vaikka unionin tuomioistuin on tunnustanut painettujen tiedotusvälineiden mainonnan osalta, että kaupallisten menettelyjen määritelmä on erityisen laaja ja että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä voidaan soveltaa tilanteissa, jossa toinen yritys käyttää toimijan kaupallisia menettelyjä, se totesi asiassa RLvS antamassaan tuomiossa, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin ja erityisesti sen liitteessä I olevaan pufteja koskevaan 11 kohtaan ei voida vedota lehtikustantajia vastaan. (126) Unionin tuomioistuin viittasi lehdistöä koskevan unionin johdetun oikeuden puuttumiseen ja selitti, että tämä säännös ei itsessään velvoita lehtikustantajia estämään mainostajien mahdollisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä. (127)

Elinkeinonharjoittajien on myös oltava varovaisia esittäessään **eettisyyttä ja yritysten yhteiskuntavastuuta** koskevia väittämiä, jotka voivat koskea elinkeinonharjoittajien toimintamenetelmien eri näkökohtia, kuten työoloja, eläinten hyvinvointia ja hyväntekeväisyysavustuksia. Yritysten yhteiskuntavastuulla tarkoitetaan sitä, että yritykset ottavat vastuun yhteiskunnallisesta vaikutuksestaan ottamalla käyttöön prosessin, jolla sosiaaliset, ympäristöön liittyvät, eettiset ja kuluttajia koskevat näkökohdat sisällytetään niiden liiketoimintaan ja ydinstrategiaan.

Tällaisia näkökohtia koskevista väittämistä on tullut markkinointiväline, jolla vastataan kuluttajien kasvavaan huoleen siitä, noudattavatko elinkeinonharjoittajat eettisiä ja sosiaalisia normeja. Tällaiset väittämät saattavat vaikuttaa sellaisen kuluttajan kaupalliseen ratkaisuun, jonka on valittava kahden laadultaan ja hinnaltaan samanveroisien kilpailevan tuotteen välillä. Tästä syystä niiden voidaan katsoa liittyvän ”välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille”, minkä vuoksi niitä voidaan pitää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettuina kaupallisina menettelyinä. Koska eettisiin kysymyksiin tai yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyvien väittämien ja ympäristöväittämien välillä on merkittävää samankaltaisuutta, **ympäristöväittämiin sovellettavia keskeisiä periaatteita voidaan soveltaa myös eettisiin kysymyksiin ja yritysten yhteiskuntavastuuseen liittyviin väittämiin** (ks. 4.1 kohta).

2.3.1. Myynnin jälkeiset menettelyt, velanperintätoimet mukaan luettuna

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 3 artiklan 1 kohdan mukaisesti kaupallisia menettelyjä ei esiinny ainoastaan markkinointi- ja toimitusvaiheissa, vaan myös sen jälkeen, kun liiketoimi on tehty (myynnin jälkeinen vaihe), mikä voi kuulua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin johdanto-osan 13 kappaleessa viitataan myös ”sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin, joita esiintyy ilman minkäänlaista elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välistä sopimussuhdetta”.

Velanperintätoimet olisi katsottava myynnin jälkeisiksi kaupallisiksi menettelyiksi, sillä velanperintä liittyy suorasti tuotteiden myyntiin tai toimittamiseen. Ei ole mitään objektiivisia syitä eriyttää tätä arviointia sen mukaan, ulkoistaako elinkeinonharjoittaja velanperinnän siihen erikoistuneille perintätoimistoille vai ei.

Tätä tarkoitetaan myös **liitteessä I olevassa 25 kohdassa**, jonka mukaisesti ”[h]enkilökohtaiset käynnit kuluttajan kotona ja kuluttajan esittämien poistumis- tai palaamattajättämiskehotusten huomiotta jättäminen **lukuun ottamatta perusteltavissa olevia tilanteita, jotka liittyvät sopimusvelvoitteen täyttämiseen** kansallisen lainsäädännön mukaisesti” ovat kaikissa tilanteissa sopimattomia menettelyjä.

(124) Unionin tuomioistuimen tuomio 16.4.2015, C-388/13, UPC, 41, 42 ja 60 kohta.

(125) Unionin tuomioistuimen tuomio 4.7.2019, C-393/17, Kirschstein, 44 ja 45 kohta.

(126) Unionin tuomioistuimen tuomio 17.10.2013, asia C-391/12, RLvS, 44–50 kohta.

(127) Ks. edellinen alaviite, 44 ja 49 kohta.

Unionin tuomioistuim vahvisti asiassa *Gelvora* antamassaan tuomiossa ⁽¹²⁸⁾, että perintätoimiston ja kuluttajaluottosopimuksen velallisen, joka on laiminlyönyt takaisinmaksun ja jonka velka on luovutettu tälle yhtiölle, välinen oikeussuhde kuuluu direktiivin aineelliseen soveltamisalaan.

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että taloudellisia velvollisuuksiaan noudattamatta jättävälle kuluttajalle annettava ilmoitus siitä, että kuluttajan nimi julkaistaan paikallisissa tiedotusvälineissä maksujaan laiminlyövästä velallisena, on aggressiivinen kaupallinen menettely. ⁽¹²⁹⁾
- Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin erästä perintätoimistoa vastaan, jonka logo, nimi ja asiakirjat olivat samanlaisia kuin virallisten virastojen käyttämät logot, nimet ja asiakirjat. Elinkeinonharjoittaja antoi kuluttajille harhaanjohtavan vaikutelman siitä, että se pani täytäntöön virallisia tuomioistuimen määräyksiä pakottaakseen kuluttajat maksamaan velkansa, vaikka todellisuudessa tällainen valta on vain viranomaisilla. ⁽¹³⁰⁾
- Kuluttajaviranomainen piti velanperintää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan kuuluvana myynnin jälkeisenä kaupallisena menettelynä ja sakotti erästä perintätoimistoa, koska se oli johtanut velallisia kuluttajia harhaan näille aiheutuvien haitallisten seurausten laajuudesta ja vakavuudesta, mikäli he eivät maksaisi velkaansa välittömästi. Perintätoimisto ei myöskään tiedottanut kuluttajille asianmukaisesti siitä, mihin sopimukseen velka tarkalleen perustui, ja harjoitti heitä kohtaan kohtuutonta psykologista painostusta. ⁽¹³¹⁾

2.3.2. Kuluttajilta tuotteita ostavat elinkeinonharjoittajat

Tietty elinkeinonharjoittajat saattavat ammatillisen toimintansa yhteydessä ostaa tuotteita kuluttajilta. Tällaisia elinkeinonharjoittajia ovat esimerkiksi autokauppiat, antiikkikauppiat ja käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppiat.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä annetun määritelmän mukaisesti kaupallisia menettelyjä ovat ainoastaan **”välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille”** liittyvät menettelyt. Käänteinen tilanne, jossa elinkeinonharjoittajat ostavat tuotteita kuluttajilta, ei kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan. On kuitenkin tapauksia, joissa kuluttajan elinkeinonharjoittajalle suorittaman tuotteen myynnin sekä (eri) tuotteen myynnin edistämisen, myymisen tai toimittamisen kuluttajalle välillä **voidaan todeta olevan yhteys**.

Esimerkiksi vaihtosopimukset ovat yleisiä moottoriajoneuvojen kaupassa. Elinkeinonharjoittaja ostaa käytetyn ajoneuvon kuluttajalta, joka puolestaan ostaa ajoneuvon elinkeinonharjoittajalta. Tällaisissa tapauksissa elinkeinonharjoittajan suorittaman oston voidaan katsoa olevan osa kuluttajan antamaa korvausta elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisestä liiketoimen osasta. Vaihtosopimukset kuuluvat selvästi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan.

Kullan ostaminen ja jälleenmyynti saattaa joissain tilanteissa kuulua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan. Esimerkiksi elinkeinonharjoittajan, joka tarjoaa kuluttajille ammattimaisen arvioinnin näiden kullasta ennen sen ostamista, voidaan katsoa tarjoavan kuluttajille palvelua. Jos näin on, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan, ja tämän seurauksena elinkeinonharjoittaja ei saa antaa harhaanjohtavaa tietoa kullan todellisesta arvosta tai tarjotun palvelun hinnasta (esimerkiksi ”hallinnollisten maksujen” mainitsematta jättäminen).

Esimerkki:

Elinkeinonharjoittaja, joka on kiinalaisen keramiikan asiantuntija, kertoo kuluttajalle, että Ming-vaasi on väärennös. Jos elinkeinonharjoittaja ei kerro tästä, lausunto on todennäköisesti harhaanjohtavaa toimintaa.

2.4. Kaupallista ratkaisua koskeva testi

2 artiklan k alakohta

”kaupallisella ratkaisulla” [tarkoitetaan] ratkaisua, jonka kuluttaja tekee siitä, aikooko hän ostaa sekä miten ja millä ehdoilla hän ostaa, maksaa kokonaisuudessaan tai osittain, pitää tuotteen tai luopua siitä tai käyttää sopimuksesta johtuvaa tuotteeseen kohdistuvaa oikeutta, tai siitä, päättääkö kuluttaja toimia tai pidettyä toimimasta;

⁽¹²⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 20.7.2017, asia C-357/16, *Gelvora*.

⁽¹²⁹⁾ *Krajsky sud v Presove*, 27. lokakuuta 2011, 2Co/116/2011.

⁽¹³⁰⁾ PS9042 – Esattoria-Agenzia Riscossioni. Provvedimento n. 24763, 22. tammikuuta 2014.

⁽¹³¹⁾ DKK – 61 – 10/07/DG/IS.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleiset säännökset (5–9 artikla) kattavat sopimattomat, harhaanjohtavat ja aggressiiviset kaupalliset menettelyt, jotka voivat vääristää kuluttajien taloudellista käyttäytymistä **ja saavat tai todennäköisesti saavat kuluttajan tekemään sellaisen kaupallisen ratkaisun, johon hän ei muuten olisi päätnyt.**

Direktiivin 2 artiklan k alakohdassa käytetty sanamuoto viittaa siihen, että määritelmä olisi tulkittava laajasti ja että kaupallisen ratkaisun käsitteen olisi katettava monia erilaisia kuluttajan tekemiä päätöksiä tuotteen suhteen.

Unionin tuomioistuimien katsoi, että kaupallinen ratkaisu kattaa paitsi päätöksen tuotteen ostamisesta tai ostamatta jättämisestä myös **tähän päätökseen suoraan liittyvät päätökset, erityisesti päätöksen astua sisään kauppaan:**

"Koska pääasiassa kaupallinen menettely koskee tietoja, jotka liittyvät edulliseen hintaan tarjotun tuotteen saatavuuteen tietyn ajanjakson aikana, on määritettävä, voidaanko toimia, joilla valmistellaan tuotteen mahdollista ostamista – ja joihin kuuluvat esimerkiksi kuluttajan matka kauppaan tai astuminen sisään kauppaan –, pitää kyseisessä direktiivissä tarkoitettuina kaupallisina ratkaisuuina.

[...] [K]aupallinen ratkaisu on nimittäin mikä tahansa "ratkaisu, jonka kuluttaja tekee siitä, aikooko hän ostaa sekä miten ja millä ehdoilla hän ostaa". Tämän käsitteen soveltamisalaan ei siis kuulu yksinomaan ratkaisu tuotteen hankkimisesta tai hankkimatta jättämisestä vaan myös siihen suoraan liittyvä ratkaisu eli astuminen sisään kauppaan.

[...] Kyseisen direktiivin 2 artiklan k alakohdassa on tulkittava siten, että käsitteen "kaupallinen ratkaisu" soveltamisalaan kuuluvat kaikki ratkaisut, jotka liittyvät suoraan tuotteen hankkimiseen tai hankkimatta jättämiseen." (132)

Tässä mielessä **kaupallisen ratkaisun käsite kattaa myös ostoksen tekemistä edeltävät ja sen jälkeen tehtävät päätökset.**

Ostopäätöksen lisäksi kuluttaja voi tehdä tuotteen tai palvelun suhteen hyvin monia erilaisia kaupallisia ratkaisuja.

Nämä kaupalliset ratkaisut voivat johtaa toimiin, joilla ei ole kansallisen sopimusoikeuden mukaan oikeudellisia seurauksia ja jotka voidaan tehdä milloin tahansa siitä hetkestä, kun markkinointi saavuttaa kuluttajan, tuotteen käyttöön tai palvelun lopullisen käytön päättymiseen.

Monia **ennen ostoksen tekemistä tehtäviä päätöksiä** voidaan pitää kaupallisina ratkaisuuina.

Esimerkkejä:

- Kaupallisen tarjouksen tuloksena tehty päätös matkustaa myymälään tai kauppaan.
- Päätös suostua elinkeinonharjoittajan tekemään myyntiesittelyyn.
- Kaupallisen tarjouksen tuloksena tehty päätös vieraila tietyllä verkkosivustolla.

Monia **ostoksen tekemisen jälkeen tehtyjä päätöksiä**, jotka tehdään tuotteen ostamisen tai palvelun tilaamisen jälkeen, voidaan pitää kaupallisina ratkaisuuina.

Esimerkkejä:

- Päätös peruuttaa tai irtisanoa palvelusopimus.
- Päätös siirtyä käyttämään toista palveluntarjoajaa.

Lisäksi yhdelle kuluttajalle suunnattu sopimaton kaupallinen menettely saattaa saada **toisen kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun**, jota tämä ei muutoin olisi tehnyt.

Esimerkki:

Verkossa olevia käyttäjäarvioita tarjoavan elinkeinonharjoittajan kaupallinen menettely, jossa elinkeinonharjoittaja poistaa kielteiset arviot, voi olla harhaanjohtava toimi tai mainitsematta jättäminen, vaikka kyseinen kaupallinen ratkaisu liittyy päätökseen, jonka tekee eri kuluttaja kuin se, joka on painostettu poistamaan kielteisen arvion tai jättämään sen lähettämättä. Tässä tilanteessa se, että elinkeinonharjoittaja luo väärän tai harhaanjohtavan kokonaisvaikutelman arviointisivuston luonteesta tai sen toimintatavasta, saattaa saada verkkoarvioita lukevan keskivertokuluttajan tekemään päätöksen ottaa yhteyttä sivustolla mainittuun elinkeinonharjoittajaan (ja myöhemmin tehdä sopimus tämän kanssa), jota hän ei olisi tehnyt, jos hän olisi tiennyt, että kielteiset arviot oli poistettu.

(132) Unionin tuomioistuimen tuomio 19.12.2013, C-281/12, Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. Coop. Arl v. Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 19. joulukuuta 2013, 35, 36 ja 38 kohta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleiset säännökset (5–9 artikla) kattavat sopimattomat, harhaanjohtavat ja aggressiiviset kaupalliset menettelyt, jotka voivat **vääristää kuluttajien taloudellista käyttäytymistä**. Näissä säännöksissä käytetään hieman erilaista sanamuotoa näiden vaatimusten ilmaisemiseksi.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan mukaisesti kaupallinen menettely on sopimaton, jos se on huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen ja **”vääristää olennaisesti tai on omiaan vääristämään olennaisesti”** keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä. Direktiivin 6, 7 ja 8 artiklassa kuitenkin kielletään harhaanjohtavat tai aggressiiviset kaupalliset menettelyt, jos ne saavat tai todennäköisesti saavat keskivertokuluttajan **”tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt”**.

Vaatus, jonka mukaan kaupallisen menettelyn on kyettävä vääristämään kuluttajan taloudellista käyttäytymistä ollakseen sopimaton, ilmaistaan 5 artiklan 2 kohdassa eri tavalla kuin 6, 7 ja 8 artiklassa. Ensi näkemältä vaikuttaa siltä, että tämä ilmeinen ristiriita saattaa aiheuttaa tulkintaongelmia. Direktiivin 5 artiklan 2 kohta olisi kuitenkin luettava yhdessä 2 artiklan e alakohdan kanssa, joka kuuluu seuraavasti:

2 artiklan e alakohhta

”kuluttajien taloudellisen käyttäytymisen olennaisella vääristämisellä” [tarkoitetaan] kaupallisen menettelyn käyttämistä heikentämään tuntuvasti kuluttajan kykyä tehdä perusteltu päätös, mikä saa kuluttajan tekemään sellaisen kaupallisen ratkaisun, johon hän ei muuten olisi päätenyt;

Näin ollen se, **vääristääkö kaupallinen menettely olennaisesti tai onko se omiaan vääristämään olennaisesti** kuluttajan taloudellista käyttäytymistä, määräytyy 5 artiklan 2 kohdan mukaisesti sen perusteella, saako kaupallinen menettely tosiasiallisesti tai todennäköisesti kuluttajan **”tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt”**.

Tämä sama arvio on tehtävä 6, 7 ja 8 artiklan perusteella. Tästä seuraa, että vaikka 5 artiklan 2 kohdan sanamuoto on erilainen kuin myöhemmissä artikloissa, kuluttajien käyttäytymisen olennaiseen vääristämiseen liittyvä vaatimus on sama.

Unionin tuomioistuimen kehittämän **kaupallisen ratkaisun** ⁽¹³³⁾ laajan käsitteen ansiosta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä on mahdollista soveltaa moniin erilaisiin tapauksiin, joissa elinkeinonharjoittajan sopimaton menettely ei rajoitu siihen, että se **saa kuluttajan tekemään myynti- tai palvelusopimuksen**.

Kaupallinen menettely voidaan katsoa sopimattomaksi paitsi silloin, kun se todennäköisesti saa keskivertokuluttajan ostamaan tuotteen tai olemaan ostamatta sitä, myös silloin, kun se todennäköisesti saa kuluttajan esimerkiksi

- astumaan sisään kauppaan
- **käyttämään enemmän aikaa** internetissä tilausmenettelyä suorittamassa
- päättämään **olla siirtymättä käyttämään** toista palveluntarjoajaa tai tuotetta
- napsauttamaan **linkkiä tai mainosta** verkossa
- jatkamaan palvelun käyttöä selaamalla tai vierittämällä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei edellytetä sen osoittamista, onko kuluttajan taloudellinen käyttäytyminen (eli hänen kaupallinen ratkaisunsa) todella vääristynyt. Sen avulla voidaan arvioida, **onko kaupallisella menettelyllä ”todennäköisesti”** (eli voiko sillä olla) tällainen vaikutus keskivertokuluttajaan. Tästä syystä kansallisten täytäntönnpanovirastojen olisi tutkittava konkreettisesti kunkin yksittäisen tapauksen tosiseikat ja olosuhteet, mutta arvioitava myös kyseisen menettelyn keskivertokuluttajan kaupalliseen ratkaisuun kohdistuvan vaikutuksen **”todennäköisyyttä”** teoriassa.

Esimerkki:

Kaupallisessa ilmoituksessa väitettiin, että uusi automalli oli ”maailman turvallisin auto”. Ratkaistessaan, oliko väite vaikuttanut kuluttajien perusteltujen kaupallisten ratkaisujen tekemiseen, kansallinen tuomioistuin katsoi, että kaupallisen ratkaisun määrittelyn täyttämiseksi oli riittävää, että **markkinointi todennäköisesti herätti kiinnostusta** keskivertokuluttajien keskuudessa ja **sai kuluttajat tekemään päätöksen ryhtyä jatkotoimiin** (esimerkiksi käymään kaupassa tai verkkosivustolla hankkiakseen lisätietoja tuotteesta) ⁽¹³⁴⁾.

⁽¹³³⁾ Ks. muun muassa edellä mainittu asiassa C-281/12, Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica, annettu tuomio.

⁽¹³⁴⁾ MD 2010:8, Marknadsdomstolen, Toyota Sweden AB v. Volvo Personbilar Sverige Aktiebolag, 12. maaliskuuta 2010.

2.5. Keskivertokuluttaja

Johdanto-osan 18 kappale

On tarpeen suojella kaikkia kuluttajia sopimattomilta kaupallisilta menettelyiltä; yhteisöjen tuomioistuin on kuitenkin ratkaistessaan mainontaa koskevia asioita direktiivin 84/450/ETY hyväksymisen jälkeen katsonut olevan tarpeen tarkastella vaikutusta kuvitteelliseen, tyypilliseen kuluttajaan. **Suhteellisuusperiaatteen mukaisesti ja direktiiviin sisältyvän suojelun tehokkaan soveltamisen mahdollistamiseksi tässä direktiivissä otetaan mittapuuksi yhteisöjen tuomioistuimen tulkinnan mukainen valistunut, kohtuullisen tarkkaavainen ja huolellinen keskivertokuluttaja, ottaen huomioon sosiaaliset, kulttuuriset ja kielelliset tekijät**, mutta siinä on myös säännöksiä, joilla estetään sellaisten kuluttajien hyväksikäyttöä, jotka erityispiirteidensä vuoksi ovat erityisen alttiita sopimattomille kaupallisille menettelyille. Jos kaupallinen menettely on kuitenkin erityisesti suunnattu jollekin tietylle kuluttajaryhmälle, kuten lapsille, on toivottavaa, että kaupallisen menettelyn vaikutusta arvioidaan kyseiseen ryhmään kuuluvan keskivertohenkilön kannalta. [...] **Keskivertokuluttaja ei ole tilastollinen mittapuu. Kansallisten tuomioistuinten ja viranomaisten on yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytäntö huomioon ottaen käytettävä omaa harkintakykyään keskivertokuluttajan tyypillisen reaktion arvioimiseksi kussakin tapauksessa.**

Kuten johdanto-osan 18 kappaleessa todetaan ja 5–9 artiklassa edelleen täsmennetään, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **mittapuu kaupallisen menettelyn vaikutuksen arvioimiseksi** on unionin tuomioistuimen aiemmin kehittämä keskivertokuluttajan käsite:

"[...] sen ratkaisemiseksi, ovatko kyseessä olleet nimet, tavaramerkit tai mainokset omiaan johtamaan ostajaa harhaan vai eivät, on otettava huomioon **valistuneen, kohtuullisen tarkkaavaisen ja huolellisen keskivertokuluttajan oletetut odotukset**".⁽¹³⁵⁾

Unionin tuomioistuin on kehittänyt tämän käsitteen ennen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säätämistä. Se kodifioitiin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä, jotta kansallisille viranomaisille ja tuomioistuimille annettaisiin yhteiset perusteet oikeusvarmuuden lisäämiseksi ja poikkeavien arviointien mahdollisuuden vähentämiseksi.

Unionin tuomioistuimen oikeuskäytännössä keskivertokuluttaja on kohtuullisen **kriittinen henkilö, joka on tietoinen markkinakäyttäytymisestään ja huolellinen sen suhteen**.

Esimerkki:

"Kohtuullisen huolellinen kuluttaja" ei usko, että pakkauksessa olevan myynninedistämiseen tähtäävän merkinnän koko vastaa kyseisen tuotteen koon kasvua.⁽¹³⁶⁾ Keskivertokuluttaja ei tavallisesti liitä tuotteisiin, joissa on maininta "dermatologisesti testattu", parantavia ominaisuuksia, joita näillä tuotteilla ei ole.⁽¹³⁷⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettu keskivertokuluttaja ei missään tapauksessa ole henkilö, joka tarvitsee vain vähän suojelua, koska hän pystyy aina hankkimaan saatavilla olevat tiedot ja toimimaan viisaasti niiden perusteella. Päinvastoin, **testi perustuu suhteellisuusperiaatteeseen**, kuten johdanto-osan 18 kappaleessa korostetaan. Tämä käsite otettiin käyttöön sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä, jotta saatiin tasapainotettua tarve suojella kuluttajia ja vapaakaupan edistäminen avoimilla kilpailuun perustuvilla markkinoilla.

Tästä syystä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaista keskivertokuluttajan käsitettä olisi aina tulkittava pitäen mielessä **perussopimuksen 114 artikla, jossa määrätään kuluttajansuojan korkeasta tasosta**.

Samalla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi perustuu ajatukseen siitä, että esimerkiksi kansallinen toimenpide, jolla kielletään väitteet, jotka saattaisivat **johtaa harhaan vain erittäin hyväuskoista, naiivia ja huolimattontaa kuluttajaa** (esimerkiksi harmiton kehuminen⁽¹³⁸⁾) olisi suhteeton ja aiheuttaisi perusteettoman kaupan esteen.

Kuten johdanto-osan 18 kappaleessa nimenomaisesti mainitaan, keskivertokuluttaja ei ole tilastollinen mittapuu. Tämä merkitsee sitä, että **kansallisten viranomaisten ja tuomioistuinten olisi voitava määrittää, onko menettely omiaan**

⁽¹³⁵⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 16.7.1998, asia C-210/96, Gut Springenheide ja Tusky, 31 kohta.

⁽¹³⁶⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 6.7.1995, asia C-470/93, Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V. v. Mars GmbH, 24 kohta.

⁽¹³⁷⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 24.10.2002, asia C-99/01, rikosoikeudenkäynti vastaan Gottfried Linhart ja Hans Biffl, 35 kohta.

⁽¹³⁸⁾ Harmiton kehuminen on tietyn tuotteen ominaisuuksia koskeva subjektiivinen tai liioiteltu lausuma, jota ei ole tarkoitus ottaa kirjaimellisesti. Tämä on sen kaltainen menettely, johon viitataan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 3 kohdan viimeisessä virkkeessä.

johtamaan harhaan keskivertokuluttajaa, omaa harkintaansa käyttäen ottamalla huomioon yleiset oletetut kuluttajien odotukset asiantuntijalausuntoja hankkimatta tai kuluttajien mielipidemittausta teettämättä. ⁽¹³⁹⁾

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että näkörajoitteisia henkilöitä voidaan myös pitää keskivertokuluttajina ja että tietojen painaminen hyvin pienellä tekstikoolla voidaan katsoa harhaanjohtavaksi kaupalliseksi menettelyksi. ⁽¹⁴⁰⁾ Toinen täytäntöönpanoviranomainen teki samanlaisen päätöksen. ⁽¹⁴¹⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että kohtuullisesti toimiva kuluttaja ei ole epäluuloinen ja luottaa yleensä siihen, että saadut tiedot ovat luotettavia ja paikkansapitäviä. Kohtuullisesti toimiva kuluttaja ei ole velvollinen etsimään hänelle toimitetun viestin tarkkaa sisältöä kokonaisuudessaan, ellei viestin lähettäjä painokkaasti kiinnitä hänen huomiotaan tällaiseen velvoitteen tai viestin tekstissä on vahva viittaus siihen. ⁽¹⁴²⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan b alakohdassa tarkennetaan keskivertokuluttajan mittapuuta, kun kyse on **tietyn kuluttajaryhmän** eduista. Jos menettely on **suunnattu tietyille kuluttajaryhmälle**, sen vaikutuksia olisi arvioitava **kyseiseen ryhmään kuuluvan keskivertohenkilön** näkökulmasta. Näin voisi olla esimerkiksi silloin, kun kaupallinen menettely koskee ainutlaatuista tuotetta, jota markkinoidaan markkinointikanavien kautta siten, että markkinointi suunnataan tietyille ja rajatulle vastaanottajaryhmälle, kuten tietyille ammattiryhmälle. Tässä tapauksessa kyseisen ryhmän keskivertohenkilöllä voisi olla tarkempia tietoja tai ominaisuuksia, joita keskivertokuluttajalla ei välttämättä ole, mikä vaikuttaa suoraan kaupallisen menettelyn vaikutusten arviointiin. Kun otetaan huomioon, että keskivertokuluttajan yleisen luokan ja tietyn kuluttajaryhmän välillä on ero, tietyn kuluttajaryhmän olisi oltava riittävän yksilöitävissä, soveltamisalaltaan rajoitettu ja homogeeninen. Jos tiettyä ryhmää ei voida yksilöidä, arvioinnissa olisi keskityttävä keskivertokuluttajan yleiseen mittapuuhun.

Esimerkki:

Asiassa, joka koski lasten vaippojen harhaanjohtavaa mainontaa, jossa vihjattiin allergioiden ja elinkeinonharjoittajan vaippojen välisestä korrelaatiosta, kansallinen tuomioistuin määritteli keskivertokuluttajiksi pienten lasten vanhemmat, joilla ei ole erityistietoja allergioista. ⁽¹⁴³⁾

Sama kaupallinen menettely voi koskea myös eri kuluttajaryhmiä. Keskivertokuluttaja voi esimerkiksi olla menettelyn saavutettavissa tai sen kohteena (5 artiklan 1 kohdan b alakohta), ja samalla menettely voidaan kohdistaa myös haavoittuvassa asemassa olevaan kuluttajaryhmään. Arvioinnissa olisi yleensä otettava huomioon kuluttajat, jotka on käytännössä saavutettu menettelyllä, riippumatta siitä, ovatko he ne kuluttajat, joita elinkeinonharjoittaja on yrittänyt saavuttaa.

Laatiessaan kaupallisia viestejään elinkeinonharjoittajien täytyy ehkä aika ajoin ja kyseessä olevien tuotteiden erityisen luonteen vuoksi ottaa huomioon tiettyjä **sosiaalisia, kielellisiä ja kulttuurisia piirteitä**, jotka ovat tyypillisiä niille keskivertokuluttajille, joille tuotteet suunnataan. Tietyissä tapauksissa tällaiset **sosiaaliset, kielelliset ja kulttuuriset piirteet, jotka voivat myös olla ominaisia tietyille jäsenvaltiolle**, voivat näin ollen myös oikeuttaa sen, että toimivaltainen täytäntöönpanoviranomainen tai tuomioistuin tulkitsee kaupallisella menettelyllä lähetetyn viestin eri tavalla. Harhaanjohtavaa kosmetiikkamainontaa koskevassa asiassa unionin tuomioistuin katsoi seuraavaa:

*”Tämän perusteen soveltamiseksi nyt esillä olevassa asiassa on otettava huomioon useita seikkoja. Erityisesti on tarkistettava, voidaananko **sosiaalisilla, kulttuurisilla taikka kielellisillä tekijöillä** perustella sitä, että **saksalaiset kuluttajat ymmärtävät** elvyttävän voiteen yhteydessä käytetyn ilmaisun ’lifting’ **eri tavoin kuin muiden jäsenvaltioiden kuluttajat**, vai riittävätkö tuotteen käyttöohjeet yksinään korostamaan sen vaikutusten ohimenevää luonnetta neutralisoiden kaikki vastakkaiset päätelmät, jotka voidaan tehdä ilmaisusta ’lifting’.”* ⁽¹⁴⁴⁾

Lisäksi unionin tuomioistuin on todennut, että

*”[...] merkin harhaanjohtavuuteen perustuva myyntikielto ei periaatteessa ole suljettu pois sen vuoksi, että toisissa jäsenvaltioissa samaa merkkiä ei pidetä harhaanjohtavana. [...] [O]n nimittäin mahdollista, että **jäsenvaltioiden välisten kielellisten, sosiaalisten ja kulttuurillisten erojen vuoksi merkki, joka ei ole omiaan johtamaan kuluttajaa harhaan yhdessä jäsenvaltiossa, voi olla sitä toisessa jäsenvaltiossa.**”* ⁽¹⁴⁵⁾

⁽¹³⁹⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 16.7.1998, asia C-210/96, Gut Springenheide ja Tusky v. Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt, 31, 32, 36 ja 37 kohta. Ks. myös julkisasiamies Fennellyn ratkaisuehdotus asiassa C-220/98, Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. ORG v. Lancaster Group GmbH, 28 kohta.

⁽¹⁴⁰⁾ 4 U 141/11.

⁽¹⁴¹⁾ P/0359/07/2010.

⁽¹⁴²⁾ Fővárosi Ítéletábla, Magyar Telekom Nyrt ym, asian viitenumero: 2.Kf.27.171/2012/4.

⁽¹⁴³⁾ Ruotsin markkinatuomioistuimen (Marknadsdomstolen) 4. heinäkuuta 2012 tekemä päätös.

⁽¹⁴⁴⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 13.1.2000, asia C-220/98, Estée Lauder Cosmetics GmbH & Co. OHG v. Lancaster Group, 29 kohta.

⁽¹⁴⁵⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 26.11.1994, asia C-313/94, F.lli Graffione SNC v. Ditta Fransa, 22 kohta.

Näin ollen keskivertokuluttajan mittapuun perusteella ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täyteen yhdenmukaistamiseen pyrkivästä luonteesta huolimatta voisi teoriassa olla perusteltua vaatia ulkomaista elinkeinonharjoittajaa toimittamaan lisätietoja sosiaalisista, kulttuurisista tai kielellisistä perusteista. Toisin sanoen tällaisten tietojen mainitsematta jättäminen saattaa johtaa määräraikkamaan kuluttajia harhaan, vaikka alkuperämaassa näin ei olisi.

2.6. Haavoittuvat kuluttajat

5 artiklan 3 kohta – Sopimattomien kaupallisten menettelyjen kieltäminen

3. Kaupallisia menettelyjä, jotka todennäköisesti vääristävät olennaisesti vain selkeästi tunnistettavissa olevan kuluttajaryhmän taloudellista käyttäytymistä, joka on **erityisen altis** käytännön tai sen perustana olevan tuotteen suhteen **henkisen tai fyysisen vajavaisuutensa, ikänsä tai herkkäuskoisuutensa** vuoksi tavalla, jonka elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa ennakoivan, **arvioidaan kyseiseen ryhmään kuuluvan keskivertohenkilön näkökulmasta**. Tällä ei rajoiteta yleisiä ja lainmukaisia mainontakäytäntöjä, joiden mukaisesti voidaan esittää liioittelevia väitteitä tai väitteitä, joita ei ole tarkoitus ymmärtää kirjaimellisesti.

Johdanto-osan 19 kappale

Jos **kuluttajat ovat tiettyjen ominaisuuksiensa kuten ikänsä, henkisen tai fyysisen vajavaisuutensa tai herkkäuskoisuutensa** vuoksi **erityisen alttiita kaupallisen menettelyn** tai sen perustana olevan tuotteen suhteen ja jos menettely todennäköisesti vääristää vain tällaisten kuluttajien taloudellista käyttäytymistä tavalla, jonka elinkeinonharjoittaja voi kohtuudella ennakoita, on tarpeen varmistaa heidän asianmukainen suojelunsa **arvioimalla menettelyä kyseiseen ryhmään kuuluvan keskivertohenkilön näkökulmasta**.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi perustuu ajatukseen siitä, että vaikka on asianmukaista suojella kaikenlaisia kuluttajia sopimattomilta kaupallisilta menettelyiltä, kuluttajille, jotka kuuluvat johonkin 5 artiklan 3 kohdassa luoteltuun ryhmään, olisi varmistettava **korkeatasoisempi suoja** kuin 5 artiklan 2 kohdassa tarkoitettulle keskivertokuluttajalle.

Johdanto-osan 19 kappaleessa selvennetään edelleen 5 artiklan 3 kohdan tulkintaa: vaikka 5 artiklan 3 kohdassa ilmeisesti määritellään kuluttajat haavoittuviksi yksinomaan heidän ”*ikänsä, henkisen tai fyysisen vajavaisuutensa tai herkkäuskoisuutensa*” vuoksi, johdanto-osan 19 kappaleessa on ohjeellinen luettelo ominaisuuksista, jotka tekevät kuluttajista ”*erityisen alttiita*”.

Haavoittuvuuden käsite ei rajoitu 5 artiklan 3 kohdassa luoteltuihin ominaisuuksiin, sillä se kattaa myös asiayhteydestä riippuvalle haavoittuvuudelle. Moniulotteiset haavoittuvuuden muodot ⁽¹⁴⁶⁾ ovat erityisen akuutteja digitaalisessa ympäristössä, jolle on yhä ominaisempaa tietojen kerääminen sosiodemografisista ominaisuuksista mutta myös henkilökohtaisista tai psykologisista ominaisuuksista, kuten kiinnostuksen kohteista, mieltymyksistä, psykologisesta profiilista ja mielialasta. **Haavoittuvuutta digitaalisessa ympäristössä** käsitellään tarkemmin 4.2.7 kohdassa.

Esimerkki:

Asiassa, joka koski erään luottolaitoksen mainitsematta jättämiä olennaisia tietoja, täytäntöönpanoviranomainen katsoi, että kuluttajat, joilta luottolaitokset olivat evänneet lainat heikon maksukykyyn vuoksi, olivat erityisen alttiita tietyille tarjouksille. ⁽¹⁴⁷⁾

Vajavaisuus (henkinen tai fyysinen) sisältää aistipuutokset, liikuntarajoitteisuuden ja muut vammat.

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen piti mainontaa, jossa tuotteiden väitettiin harhaanjohtavasti parantavan vakavan sairauden, erityisen vakavana, koska se voisi saada haavoittuvat kuluttajat, kuten vakavasta sairaudesta kärsivät henkilöt, tekemään kaupallisen ratkaisun, jota he eivät muutoin olisi tehneet. ⁽¹⁴⁸⁾

⁽¹⁴⁶⁾ Euroopan komissio, tutkimus kuluttajien haavoittuvuudesta keskeisillä markkinoilla Euroopan unionissa (EACH/2013/CP/08), http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/vulnerability/index_en.htm. Tutkimuksessa ”haavoittuva kuluttaja” määriteltiin kuluttajaksi, jolla on sosiodemografisten ominaisuuksien, käyttäytymisominaisuuksien, henkilökohtaisen tilanteen tai markkinaympäristön vuoksi suurempi riski saada kielteisiä tuloksia markkinoilla, jolla on rajalliset mahdollisuudet maksimoida hyvinvointinsa, jolla on vaikeuksia saada tai maksua tietoa, joka on kyvyttömämpi ostamaan, valitsemaan tai hankkimaan sopivia tuotteita tai joka on alttiimpi tietyille markkinointikäytännöille.

⁽¹⁴⁷⁾ Unkarin kilpailuviranomaisen päätös Vj-5/2011/73, 10. marraskuuta 2011.

⁽¹⁴⁸⁾ PS6980 – Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

län suhteen saattaa olla asianmukaista tarkastella kaupallista menettelyä eri-ikäisten kuluttajien näkökulmasta.

Ikääntyneet henkilöt saattavat olla alttiimpia tietyille menettelyille ikänsä vuoksi. Aggressiiviset kotimyyntimenetelmät eivät ehkä vaikuta keskivertokuluttajaan, mutta ovat omiaan pelottamaan tiettyä kuluttajaryhmää, varsinkin ikääntyneitä, jotka saattavat olla haavoittuvampia painostusta käyttävälle myynnille.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 3 kohdan lisäksi **lapsiin** sovelletaan erityistä suojaa, joka perustuu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **liitteessä I olevassa 28 kohdassa säädettyyn suorien kehotusten kieltoon**. Tätä kieltoa, joka kattaa lasten painostamisen ostamaan tai suostuttelemaan vanhempiaan ostamaan tuotteita heille ("kärttämisvaikutus"), käsitellään 3.7 kohdassa.

Lasten valmiudet ymmärtää verkkomainontaa ja muuta mainontaa vaihtelevat suuresti ja riippuvat iästä ja henkisestä kypsyydestä.⁽¹⁴⁹⁾ Tämä on tietyssä määrin mahdollista ottaa huomioon sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla, sillä 5 artiklan 3 kohdassa sallitaan kaupallisen menettelyn arviointi tiettyyn ikäryhmään kuuluvan keskivertohenkilön näkökulmasta.

Teini-ikäiset ovat toinen vilpillisten elinkeinonharjoittajien kohteena usein oleva kuluttajaryhmä. Teini-ikäisten kannalta erityisen houkuttelevien tuotteiden myynninedistämisessä saatetaan käyttää hyväksi heidän huomion ja harkinnan puutettaan sekä heidän kypsymättömyydestään ja herkkäuskoisuudestaan johtuvaa riskinottoikäyttäytymistä.

Herkkäuskoisuuden käsite kattaa kuluttajaryhmät, jotka on ehkä muita ryhmiä helpompi saada uskomaan tiettyjä väittämiä. Termi on neutraali ja olosuhteista riippuva, joten sen vaikutuksena suojellaan sellaiseen ryhmään kuuluvia, joka on jostain syystä erityisen altis tietyn kaupallisen menettelyn vaikutukselle. Kuka tahansa kuluttaja voi kuulua tähän ryhmään.

Komission vuoden 2016 kuluttajien haavoittuvuutta koskevassa tutkimuksessa havaittiin, että henkilöillä, jotka eivät läpäisseet herkkäuskoisuustestiä, on muita todennäköisemmin ongelmia valita eri tarjouksista. Lisäksi itseään herkkäuskoisina pitävät henkilöt valittavat muita epätodennäköisemmin kohdatessaan ongelmia ja tuntevat todennäköisemmin olevansa haavoittuvia kuluttajina.

Haavoittuvaa kuluttajaa koskevia perusteita sovelletaan, jos kaupallinen menettely vääristää erityisen alttiin kuluttajaryhmän taloudellista käyttäytymistä **"tavalla, jonka elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa ennakoivan"**.

Tällä perusteella lisätään **suhteellisuuden** elementti kaupallisen menettelyn arviointiin suhteessa haavoittuviin kuluttajiin.

Sen tarkoituksena on saattaa elinkeinonharjoittajat vastuuseen vain, jos elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella katsoa voineen ennakoita kaupallisen menettelyn kielteinen vaikutus johonkin haavoittuvien kuluttajien ryhmään.

Tämä tarkoittaa, että elinkeinonharjoittajien ei tarvitse tehdä enempää kuin on kohtuullista sekä harkitessaan, olisiko menettelyllä kohtuuton vaikutus johonkin selvästi tunnistettavissa olevaan kuluttajaryhmään, että toteuttaessaan toimenpiteitä tällaisten vaikutusten rajoittamiseksi.

Näin ollen kaupallista menettelyä ei todennäköisesti katsottaisi harhaanjohtavaksi, jos rehellisinkin kaupallinen menettely johtaa jotkin kuluttajat harhaan tai he vastaavat siihen irrationaalisesti näiden kuluttajien äärimmäisen naiiviuden tai tietämättömyyden vuoksi.

Esimerkki:

Voi olla joitakin kuluttajia, jotka uskovat, että "Spaghetti Bolognese" on todella valmistettu Bolognassa. Elinkeinonharjoittajien ei kuitenkaan katsota olevan vastuussa kaikista ajateltavissa olevista tulkinnoista tai tiettyjen kuluttajien vastauksena heidän kaupalliseen menettelyynsä toteuttamista toimista.

2.7. 5 artikla – Huolellinen ammatinharjoittaminen

5 artikla – Sopimattomien kaupallisten menettelyjen kieltäminen⁽¹⁵⁰⁾

1. Sopimattomat kaupalliset menettelyt ovat kiellettyjä.

2. Kaupallinen menettely on sopimaton, mikäli:

- a) se on huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen;
- b) se vääristää olennaisesti tai on omiaan vääristämään olennaisesti menettelyn saavutettavissa tai kohteena olevan keskivertokuluttajan tai, kun kaupallinen menettely on suunnattu tietyille kuluttajaryhmälle, ryhmään kuuluvan keskivertohenkilön taloudellista käyttäytymistä tuotteeseen nähden.

⁽¹⁴⁹⁾ Euroopan komissio, tutkimus sosiaalisen median, verkkopelien ja mobiilisovellusten kautta tapahtuvan markkinoinnin vaikutuksesta lasten käyttäytymiseen (EACH/FWC/2013 85 08), saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/publications/study-impact-marketing-through-social-media-online-games-and-mobile-applications-childrens-behaviour_en

⁽¹⁵⁰⁾ Myös direktiivin 2005/29/EY 6, 7 ja 8 artiklassa viitataan keskivertokuluttajan käsitteeseen.

2 artiklan h alakohhta

”huolellisella ammatinharjoittamisella” [tarkoitetaan] sellaista erikoistaidon ja huolellisuuden tasoa, jota elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa osoittavan kuluttajia kohtaan ja joka vastaa rehellistä markkinatapaa ja/tai vilpittömässä mielessä toimimisen yleistä periaatetta elinkeinonharjoittajan toimialalla;

Direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa säädetään yleisestä lausekkeesta, jolla asetetaan **kaksi kumulatiivista perustetta** sen arvioimiseksi, onko kaupallinen menettely katsottava sopimattomaksi. Se toimii ”turvaverkkona”, jolla varmistetaan, että sopimattomasta menettelystä, joka ei kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muiden säännösten soveltamisalaan (eli joka ei ole harhaanjohtava tai aggressiivinen eikä sisälly liitteeseen I), voidaan silti määrätä seuraamuksia. Säännös on myös tulevaisuuden vaatimukset huomioon ottava, sillä se mahdollistaa puuttumisen syntyviin uusiin sopimattomiin menettelyihin.

Direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa kielletään kaupalliset menettelyt, jotka ovat **huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaisia**, jos ne ovat omiaan **vääristämään olennaisesti** keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä.

Tämä on **itsenäinen arviointiperuste** – se ei ole uusi kumulatiivinen ehto, jonka on täyttyttävä, jotta menettelyn voidaan katsoa kuuluvan johonkin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6–9 artiklassa tai liitteessä I mainittuun sopimattomien menettelyjen erityiseen ryhmään. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä kuvaava vuokaavio havainnollistaa tätä.

Unionin tuomioistuin on vahvistanut tämän:

”45 [...] kun otetaan huomioon mainitun direktiivin 5 artiklan ja 6 artiklan 1 kohdan sanamuoto ja rakenne sekä kyseisen direktiivin systematiikka, kaupallista menettelyä on pidettävä noista säännöksistä jälkimmäisessä tarkoitettulla tavalla 'harhaanjohtavana', jos siinä luetellut arviointiperusteet täyttyvät, eikä ole tarpeen tarkastaa, onko myös edellytys, joka koskee kyseisen menettelyn huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaisuutta ja josta säädetään tuon direktiivin 5 artiklan 2 kohdan a alakohdassa, täyttynyt.

46 Edellä esitetty tulkinta on ainoa, jolla voidaan säilyttää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6–9 artiklassa säädettyjen erityissääntöjen tehokas vaikutus. Jos näet kyseisten artiklojen soveltamisedellytykset olisivat samat kuin mainitun direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa vahvistetut edellytykset, noilla artikloilla ei olisi enää mitään käytännön vaikutusta, vaikka niiden tarkoituksena on suojella kuluttajaa kaikkein yleisimmiltä sopimattomilta kaupallisilta menettelyiltä [...]”.⁽¹⁵¹⁾

Huolellisen ammatinharjoittamisen käsite kattaa periaatteet, jotka olivat vakiintuneet jäsenvaltioiden lainsäädännöissä jo ennen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin hyväksymistä, kuten ”rehellinen markkinatapa”, ”vilpittömässä mielessä toimiminen” ja ”hyvä markkinatapa”. Näissä periaatteissa painotetaan normatiivisia **arvoja, joita sovelletaan liiketoiminnan erityisellä alalla**. Niihin voi sisältyä periaatteita, jotka perustuvat kansallisiin ja kansainvälisiin standardeihin ja käytännesääntöihin (ks. myös käytännesääntöjen noudattamatta jättämistä koskeva 2.8.4 kohta).

Esimerkkejä:

- Täytäntöönpanoviranomainen ryhtyi toimiin satelliittitelevisiopalveluja tarjoavaa elinkeinonharjoittajaa vastaan sillä perusteella, että tämä ei ollut noudattanut huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksia. Vaikka sopimukset olivat ajallisesti rajoitettuja, elinkeinonharjoittaja katsoi, että sopimus uusittiin automaattisesti, ellei kuluttaja toteuttanut toimenpiteitä uusimisen estämiseksi sopimuksen voimassaolon päättyessä.⁽¹⁵²⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että täytäntöönpanoviranomaisen nostamassa kanteessa perintätoimisto, joka painosti kuluttajia maksamaan laillisesti pätemättömiä sopimuksia koskevia laskuja ja kieltäytyi vastaamasta heidän kysymyksiinsä, rikkoi huolellista ammatinharjoittamista koskevia vaatimuksia. Kuluttajilla on oikeus tietää, mitä laskuja perintätoimisto perii ja onko saatava perusteltu vai ei. Viranomainen perusti huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten tulkinnan perintätoimistojen yhdistyksen käytännesääntöihin, ja kansallinen tuomioistuin vahvisti tämän tulkinnan. Se totesi myös, että vaikka yritys ei olisi yhdistyksen jäsen, näitä käytännesääntöjä voidaan käyttää viitteenä määritettäessä, mikä on ammattimaista toimintaa.⁽¹⁵³⁾

Direktiivin 5 artiklan 2 kohdan b alakohdasta seuraa, että kaupallisen menettelyn voidaan katsoa olevan huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen, jos sen voidaan myös katsoa olevan omiaan **”vääristämään olennaisesti” kuluttajien ”taloudellista käyttäytymistä”**. Tätä käsitettä käsitellään edellä olevassa 2.4 kohdassa.

⁽¹⁵¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 19.9.2013, C-435/11, CHS Tour Services GmbH v. Team4 Travel GmbH; vahvistettu unionin tuomioistuimen tuomiossa 16.4.2015, C-388/13, UPC, 61–63 kohta.

⁽¹⁵²⁾ Päätös nro DKK 6/2014.

⁽¹⁵³⁾ ECLI:NL:RBROT:2019:226, 17. tammikuuta 2019.

Esimerkki:

Täytäntöönpanoviranomainen ryhtyi toimiin perintätoimistoa vastaan. Viranomainen totesi, että elinkeinonharjoittaja harjoitti kuluttajiin kohdistuvaa perusteetonta painostusta ja toistuvia aggressiivisia menettelyjä ja päätteli, että tällainen toiminta oli huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaista ja heikensi keskivertokuluttajan valinnanvapautta saaden hänet tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. ⁽¹⁵⁴⁾

2.8. 6 artikla – Harhaanjohtavat toimet**6 artikla – Harhaanjohtavat toimet**

1. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana, jos se sisältää virheellistä tietoa ja on siten totuuden vastainen tai jos se millään tavoin, yleinen esitystapa mukaan luettuna, harhauttaa tai on omiaan harhauttamaan keskivertokuluttajaa, vaikka tieto olisikin tosiasiallisesti virheetön jonkin seuraavassa esitetyn seikan osalta, ja jos se joka tapauksessa saa tai todennäköisesti saa hänet tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt:

- a) tuotteen olemassaolo tai sen luonne;
- b) tuotteen pääominaisuudet, kuten sen saatavuus, edut, riskit, suorittaminen, koostumus, lisävarusteet, myynninjälkeinen asiakastuki ja valitusten käsittely, valmistus- tai suoritustapa ja -ajankohta, toimitus, käyttökelpoisuus, käyttötarkoitus, määrä, tuote-erittely, maantieteellinen tai kaupallinen alkuperä tai tulokset, joita sitä käyttämällä odotetaan saavutettavan, taikka tuotteelle tehtyjen testien tai tarkastusten tulokset ja olennaiset piirteet;
- c) elinkeinonharjoittajan sitoumusten laajuus, kaupallisen menettelyn perusteet ja myyntiprosessin luonne, maininta tai tunnus, joka liittyy tuotteen tai elinkeinonharjoittajan suoraan tai välilliseen sponsorointiin tai hyväksyntään;
- d) hinta tai sen laskentatapa tai erityinen hintaetu;
- e) huollon, osan, vaihtamisen tai korjauksen tarve;
- f) elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajansa luonne, ominaisuudet ja oikeudet, kuten henkilöllisyys ja varallisuus, pätevyys, asema, hyväksyntä, kytkentä tai yhteys ja hänen omistamansa teolliset, kaupalliset ja immateriaalioikeudet tai saamansa palkinnot ja tunnustukset;
- g) kuluttajan oikeudet, mukaan lukien oikeus korvaukseen tai hyvitykseen sellaisena kuin niistä on säädetty kulutustavaroiden kauppaa ja niihin liittyviä takuita koskevista tietyistä seikoista 25 päivänä toukokuuta 1999 annetussa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä 1999/44/EY [1], tai kuluttajan mahdollisesti kohtaamat riskit.

2. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana myös, mikäli se asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet, näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt, ja mikäli siihen liittyy:

- a) tuotteen markkinointi, mukaan lukien vertaileva mainonta, joka aiheuttaa sekaannusta kilpailijan tuotteiden, tavaramerkkien, kaupanimitysten ja muiden erottavien tunnusten kanssa;
- b) sellaisten sitoumusten noudattamatta jättäminen, jotka sisältyvät käytännesääntöihin, joita elinkeinonharjoittajat ovat sitoutuneet noudattamaan, mikäli:
 - i) sitoumus ei ole pyrkimysluonteinen vaan vakaa ja todennettavissa oleva;
ja
 - ii) elinkeinonharjoittaja ilmoittaa kaupallisen menettelyn yhteydessä, että hän noudattaa käytännesääntöjä;
- c) tavaran markkinointi jossakin jäsenvaltiossa samanlaisena kuin muissa jäsenvaltioissa markkinoitava tavara, vaikka kyseinen tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, paitsi jos tämä on oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi perusteltua.

Täytäntöönpanossa 6 artikla on yhdessä 7 artiklan (harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset) kanssa direktiivin ylivoimaisesti käytetyin säännös.

⁽¹⁵⁴⁾ PS9540 – Euroservice-Recupero Crediti. Provvedimento n. 25425, 15. huhtikuuta 2015.

Käyttätymistaloustieteestä saadut tiedot osoittavat, että annettujen tietojen sisällön lisäksi myös **tietojen esitystavalla voi olla huomattava vaikutus siihen, miten kuluttajat reagoivat** tietoihin. Tästä syystä 6 artikla kattaa nimenomaisesti tilanteet, joissa kaupalliset menettelyt ovat omiaan harhauttamaan kuluttajaa "millään tavoin, yleinen esitystapa mukaan luettuna", "vaikka tieto olisikin tosiasiallisesti virheetön".

Kansallisten tuomioistuinten ja hallintoviranomaisten tehtävänä on arvioida kaupallisten menettelyjen harhaanjohtava luonne ottaen huomioon käyttätymistaloutta koskevat viimeisimmät tiedot. Esimerkiksi oletusasetusten käyttö (valinnat, jotka kuluttajien oletetaan tekevän, elleivät he nimenomaisesti ilmoita toisin) tai tarpeettoman monimutkaisten tietojen antaminen voidaan katsoa harhaanjohtavaksi.

2.8.1. Yleiset harhaanjohtavat tiedot

Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan a–g alakohdassa kielletään harhaanjohtavat toimet, jotka voivat harhauttaa keskilukututkijaa monien eri seikkojen osalta. Näitä seikkoja ovat muun muassa seuraavat:

- tuotteen olemassaolo
- sen pääominaisuudet (esimerkiksi sen koostumus, valmistustapa, maantieteellinen tai kaupallinen alkuperä, riskit sekä tulokset, joita sitä käyttämällä odotetaan saavutettavan)
- hinta tai sen laskentatapa tai erityinen hintaetu
- elinkeinonharjoittajan luonne, ominaisuudet ja oikeudet.

Direktiivin 6 artikla kattaa selvästi kaikki kaupalliset menettelyt, jotka **sisältävät virheellistä tietoa** ja ovat siten totuuden vastaisia.

Tiedot tuotteen pääominaisuuksista on annettava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan mukaisesti ostokehoituksessa ja kuluttajanoikeusdirektiivin mukaisesti ennen sopimuksen tekemistä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdassa kielletään virheellisten tietojen antaminen tuotteen pääominaisuuksista, jos se todennäköisesti saa keskilukututkijan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

Esimerkkejä:

- Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin erästä elinkeinonharjoittajaa vastaan, joka väitti virheellisesti, että sen kuluttajille myöntämien lainojen korot olivat markkinoiden alhaisimmat. Lisäksi elinkeinonharjoittaja sisällytti mainoksiinsa virheellistä tietoa ilmoittamalla, että kuluttajille myönnettäisiin lainoja heidän luottotiedoistaan riippumatta. ⁽¹⁵⁵⁾
- Tietotekniikkatuotteiden, kuten ulkoisten kovalevyjen, USB-muistitikkujen, matkapuhelimien ja taulutietokoneiden, tallennuskapasiteetti tai muisti on niiden pääominaisuuksien keskeinen osatekijä. Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin erästä elinkeinonharjoittajaa vastaan, joka mainosti todellisesta kapasiteetista huomattavasti poikkeavaa tietotekniikkatuotteiden tallennuskapasiteettia. ⁽¹⁵⁶⁾ Eräs kuluttajajärjestö nosti vastaavasti ryhmäkanteen eri tietotekniikkatuotteiden merkkien välillä tehdyn tutkimuksen perusteella. Tutkimus paljasti, että mainostetun ja todellisen muistikapasiteetin välillä on keskimäärin yhden kolmasosan suuruinen ero.
- Lentoyhtiö on ennen liiketointa kommunikoinut kuluttajien kanssa kansallisella kielellä. Myynnin jälkeistä asiakastukea annettiin kuitenkin vain englannin kielellä, mistä ei ilmoitettu kuluttajille ennen liiketoimen tekemistä. Tämän kaupallisen menettelyn katsottiin rikkovan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohtaa ja liitteessä I olevaa 8 kohtaa. ⁽¹⁵⁷⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että se, että lippu on jälleenmyyty, on lipun pääominaisuus, sillä alkuperäinen myyjä saattaa evätä jälleenmyydyin lipun ostajalta pääsyn. ⁽¹⁵⁸⁾

Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan c ja f alakohta kattavat erilaisia elinkeinonharjoittajaa ja myyntiprosessin luonnetta koskevia tietoja. Tähän voivat kuulua myös kaupalliset menettelyt, joissa elinkeinonharjoittaja väittää tai antaa ymmärtää perättömästi, että sillä on lupa myydä tuotetta, kun tuote kuuluu valikoivan jakeluverkoston piiriin.

⁽¹⁵⁵⁾ Päätös nro RPZ 4/2015.

⁽¹⁵⁶⁾ PS9678 – Samsung – Caratteristiche Tecniche Smartphone. Päätös nro 25138, 19. joulukuuta 2014.

⁽¹⁵⁷⁾ ECLI:NL:CBB:2016:103, College van Beroep voor het bedrijfsleven, 15/338.

⁽¹⁵⁸⁾ ECLI:NL:CBB:2014:412, College van Beroep voor het bedrijfsleven, AWB 13/225.

Eräässä kaupallisessa menettelyssä, jota kutsutaan usein ”**jopa-väittämiksi**”, elinkeinonharjoittajat korostavat markkinointiargumenttina sitä enimmäishyötyä, jonka kuluttajat voivat odottaa saavansa tuotteen käytöstä. Tällaista jopa-väittämää voidaan pitää 6 artiklan mukaisesti harhaanjohtavana, jos se ei **vastaa elinkeinonharjoittajan tekemän tarjouksen todellisuutta** ja jos se on omiaan saamaan kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei olisi muutoin tehnyt. Jopa-väittämät saattavat olla harhaanjohtavia, jos elinkeinonharjoittajat eivät pysty **todistamaan, että kuluttajat todennäköisesti saavuttavat luvutut enimmäistulokset** tavanomaisissa olosuhteissa. Ks. myös hintaetuja koskeva 2.8.2 kohta.

Se, onko jopa-väittäjä harhaanjohtava, on arvioitava tapauskohtaisesti. Tässä yhteydessä voidaan ottaa huomioon eri kriteerejä, kuten seuraavat:

- Esitetäänkö niissä selkeästi tuloksia ja hyötyjä, joita keskivertokuluttaja voi kohtuudella odottaa saavansa, mahdollisesti sovellettavat ehdot tai rajoituksen mukaan luettuna? Jos näin ei ole, ne voidaan katsoa harhaanjohtaviksi suhteessa tuotteen pääominaisuuksiin
 - o koska niissä jätetään mainitsematta 7 artiklan 4 kohdan a alakohdassa tarkoitettuja olennaisia tietoja (jos kyse on ostokehotuksesta)
 - o koska ne ovat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuja harhaanjohtavia toimia.
- Voiko elinkeinonharjoittaja helposti esittää riittävää näyttöä väittämän tueksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan mukaisesti?

Kuluttajille annettavat tiedot eivät myöskään saa **harhauttaa tai olla omiaan harhauttamaan kuluttajaa** millään tavoin, yleinen esitystapa mukaan luettuna, vaikka tieto olisikin tosiasiallisesti virheetön.

Esimerkkejä:

- Rahoituslaitos mainosti sijoitustuotetta matalariskisenä viisivuotisenä talletuksena, jolla on edullinen korko ja taattu pääoman tuotto talletusajan päätyttyä. Todellisuudessa sijoittajat menettivät pääomakoron ja huomattavan osan alun perin sijoitetusta pääomasta. Kuluttajaviranomainen piti tätä kaupallista menettelyä harhaanjohtavana, koska sijoittajat olivat saaneet riittämättömiä ja harhaanjohtavia tietoja tarjotusta rahoitustuotteesta. ⁽¹⁵⁹⁾
- Kansallinen tuomioistuin piti erään matkapuhelinoperaattorin mainontaa harhaanjohtavana, koska elinkeinonharjoittaja väitti hintojensa olevan 30 prosenttia halvemmat kuin kilpailijoilla, mutta ei ilmoittanut yksiselitteisesti, että puhelun ensimmäisestä minuutista ei laskutettu sekuntien perusteella. Tuomioistuin katsoi, että tarjouksen epäselvän esitystavan vuoksi kuluttaja ei voinut tehdä tietoon perustuvaa päätöstä. ⁽¹⁶⁰⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei säädetä mistään muodollisesta vaatimuksesta ilmoittaa **tuotteen maantieteellinen (tai kaupallinen) alkuperä tai sen koostumus**. ⁽¹⁶¹⁾ Tällaisia vaatimuksia voi kuitenkin olla alakohtaisessa lainsäädännössä. ⁽¹⁶²⁾ Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla kuluttajan harhaanjohtaminen tällaisten seikkojen osalta saattaa kuulua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdassa säädetyn kiellon soveltamisalaan, jos tällaiset virheelliset tai harhaanjohtavat tiedot voivat saada kuluttajan tekemään ostopäätöksen, jota hän muutoin ei olisi tehnyt.

Jotkin kansallisten tuomioistuinten päätökset liittyvät erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamiseen **harhaanjohtaviin alkuperätietoihin**.

Esimerkki:

Dominikaaniseen tasavaltaan sijoittautunut yritys markkinoi unionissa rommituotantoon viittaamalla pulloissa ja kaupallisessa aineistossa useaan otteeseen Kuubaan. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että tunnetun maantieteellisen paikan mainitseminen tuotteessa, vaikka tuote ei ole peräisin kyseisestä paikasta, on harhaanjohtava kaupallinen menettely. ⁽¹⁶³⁾

Kysymyksiä on esitetty myös **tuotteiden koostumusta** koskevista tiedoista, kuten tuotteista, jotka sisältävät muita kuin eläinperäisiä ainesosia ja joihin on merkitty maininta ”nahka”.

⁽¹⁵⁹⁾ Kuluttaja-asiamies, 25. helmikuuta 2013, (kirjausnumero 4995), Bank of Cyprus.

⁽¹⁶⁰⁾ Maltan kuluttajariitoja käsittelevä tuomioistuin, Melita mobile, 17. maaliskuuta 2013.

⁽¹⁶¹⁾ Vaikka niitä voitaisiin pitää olennaisina tietoina sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan nojalla.

⁽¹⁶²⁾ Ks. esimerkiksi asiassa C-363/18, Organisation juive européenne ja Vignoble Psagot, 12. marraskuuta 2019 annettu unionin tuomioistuimen tuomio, joka koskee elintarvikkeiden alkuperämaan tai lähtöpaikan pakollista ilmoittamista.

⁽¹⁶³⁾ Cour d'appel de Paris, 10. toukokuuta 2012, Société Havana Club International ja SA Pernod v. SAS Etablissements Dugas ja Société 1872 Holdings VOF (viite 10/04016).

Esimerkki:

Kansalliset tuomioistuimet katsoivat, että on harhaanjohtavaa markkinoida huonekaluja, jotka eivät sisällä lainkaan nahkaa, väittämällä, joiden mukaan ne on tehty osittain ”tekstiilimahasta”. Tuomioistuimet korostivat, että keskivertokuluttaja olettaisi tällaisissa huonekaluissa olevan nahkaa. ⁽¹⁶⁴⁾

Elinkeinonharjoittajat eivät 6 artiklan 1 kohdan g alakohdan mukaisesti saa johtaa kuluttajia harhaan **kuluttajien oikeuksien** suhteen.

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin hylkäsi muutoshakemuksen eräältä elinkeinonharjoittajalta, jolle täytäntöönpanoviranomainen oli määrännyt sakon kuluttajien harhaanjohtamisesta näiden peruutusoikeuden suhteen. Sen sijaan, että sopimuksissa olisi viitattu suorasanaisesti siihen, että kuluttajilla oli 14 päivää aikaa peruuttaa sopimus, niissä viitattiin vain kansallisen lainsäädännön asiaa koskeviin säännöksiin epäselvää ja harhaanjohtavaa kieltä käyttäen. ⁽¹⁶⁵⁾
- Eräs elinkeinonharjoittaja mainosti näkyvästi ilmaista yhden vuoden kaupallista takuuta edistääkseen tämän kaupallisen takuun voimassaolon maksullista jatkamista kolmeen tai viiteen vuoteen. Yritys ei tiedottanut kuluttajille asianmukaisesti oikeudellisesta sopimuksenmukaisuutta koskevasta takuusta, johon kuluttajilla on kulutustavaroiden kaupasta ja niihin liittyvistä takuista annetun direktiivin mukaisesti oikeus kahden vuoden ajan tuotteen toimittamisesta. Kuluttajaviranomainen piti tätä kaupallista menettelyä harhaanjohtavana erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan g alakohdan perusteella. ⁽¹⁶⁶⁾ Tämän jälkeen kansallinen tuomioistuin vahvisti päätöksen. ⁽¹⁶⁷⁾

2.8.2. Hintaedut

Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohdassa kielletään harhaanjohtavat tiedot **hinnasta**. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamista hinnanalennuksiin, joihin sovelletaan hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin 98/6/EY erityisiä sääntöjä, käsitellään 1.2.5 kohdassa. **Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan edelleen kaikilta osin, ja sillä säännellään hintaetuja edistäviä muunlaisia käytäntöjä, kuten vertailuja muihin hintoihin, yhdistettyjä tai ehtoihin sidottuja tarjouksia sekä kanta-asiakasohjelmia.** Useat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännökset ovat merkityksellisiä tällaisten myynninedistämiskäytäntöjen kannalta (esimerkiksi erityisen hintaedun olemassaoloa koskeva 6 artiklan 1 kohdan d alakohta ja ilmaiseksi tarjoamista koskeva liitteessä I oleva 20 kohta). Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan myös **yksilöityihin hintoihin** (ks. 4.2.8 kohta).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan edelleen erityisesti myynninedistämiskäytäntöihin, joissa hintaa verrataan muiden elinkeinonharjoittajien veloittamiin hintoihin tai muihin viitehintoihin, kuten valmistajan suositteliimiin vähittäismyyntihintoihin. **Asianomaisten elinkeinonharjoittajien on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen, että kuluttajalle ilmoitetaan selkeästi, että ilmoitettu viitehinta on vertailuhinta** eikä kyseisen elinkeinonharjoittajan aiemmin veloittaman hinnan alennus. Tällainen selitys on esitettävä välittömästi ja helposti yhdessä viitehinnan kanssa. Tämä on erityisen tärkeää silloin, kun käytetään **yliviivatun viitehinnan** kaltaisia tekniikoita, jota kuluttajat todennäköisesti pitävät saman elinkeinonharjoittajan aiemmin veloittaman hinnan alenemisena. Jäsenvaltioiden viranomaisten tehtävänä on arvioida tapauskohtaisesti, ovatko tällaiset käytännöt harhaanjohtavia ja ovatko ne sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisia.

Suosittelujen vähittäismyyntihintojen käyttö hintavertailuissa on selitettävä. Sen käyttö voisi olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohdan vastaista, jos se on kohtuuttoman korkea ja epärealistinen ja antaa kuluttajille vaikutelman, että heille annetaan todellista etua suurempi etu.

Asiassa Canal Digital Danmark antamassaan tuomiossa ⁽¹⁶⁸⁾ unionin tuomioistuin selvensi, että kaupallista menettelyä, jossa **tuotteen hinta jaetaan useisiin osatekijöihin ja jossa korostetaan niistä vain yhtä**, on pidettävä 6 artiklan 1 kohdan mukaisesti harhaanjohtavana, kun tällaisella menettelyllä saatetaan yhtäältä antaa keskivertokuluttajalle virheellinen vaikutelma, jonka mukaan hänelle tarjottu hinta on edullinen, ja toisaalta saada hänet tekemään kaupallinen ratkaisu, jota hän ei muuten olisi tehnyt, mikä ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen on tarkistettava ottamalla huomioon kaikki pääasian kannalta merkitykselliset seikat. ⁽¹⁶⁹⁾

⁽¹⁶⁴⁾ Urteil Az. I-4 U 174/11* OLG Hamm 8. maaliskuuta 2012 ja Urteil Az. 3 U 219/11* OLG Bamberg 21. maaliskuuta 2012.

⁽¹⁶⁵⁾ Prahan kaupunginoikeus, 11. toukokuuta 2015, Bradley ja Smith v. Tšekin elinkeinonvalvontaviranomainen.

⁽¹⁶⁶⁾ PS7256, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, 21. joulukuuta 2011, COMET-APPLE-Prodotti in garanzia.

⁽¹⁶⁷⁾ Consiglio di Stato, N. 05253/2015REG.PROV.COLL. N. 05096/2012 REG.RIC.

⁽¹⁶⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 26.10.2016, C-611/14, Canal Digital Danmark.

⁽¹⁶⁹⁾ Ks. edellinen alaviite, 47–49 kohta.

Esimerkkejä:

- Vuonna 2020 komissio ja EU:n kuluttajansuojaa koskevan yhteistyöverkoston kansalliset viranomaiset saivat sitoumukset matkavaraussivustoilta Booking ja Expedia. Alustat sopivat varmistavansa, että hinnanalennukset ja alennukset esitetään selkeästi EU:n kuluttajalainsäädännön mukaisesti siten, että muun muassa
 - eri oleskelupäivien perusteella laskettuja hintoja ei esitetä alennuksena (esimerkiksi käyttämällä yliviivausta tai ilmaisua ”%:n alennus”)
 - tehdään selväksi, ovatko edullisemmat hinnat vain palkkio-ohjelmien jäsenten saatavilla
 - tarjousta ei esitetä määräaikaisena, jos tarjous on edelleen saatavilla samaan hintaan myös myöhemmin. ⁽¹⁷⁰⁾
- Elinkeinonharjoittaja mainosti urheiluvälineitä vertaamalla hintaansa maahantuojan hieman korkeampaan suositeltuun vähittäismyyntihintaan, vaikka maahantuoja ei myynyt tällaista tuotetta suoraan kuluttajille. Kansallinen tuomioistuin katsoi menettelyn olevan harhaanjohtava ja kielsi elinkeinonharjoittajaa vertaamasta hintaansa suositeltuun vähittäismyyntihintaan, ellei tämä hinta tosiasiallisesti vastaa muiden vähittäiskauppioiden samasta tuotteesta yleisesti perimää hintaa. ⁽¹⁷¹⁾
- Kansallinen tuomioistuin totesi, että elinkeinonharjoittaja rikkoi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohtaa, kun se käytti huonekalujen osalta yliviivattuja viitehintoja, kun näitä tuotteita ei koskaan oltu tarjottu tähän hintaan. Näin elinkeinonharjoittaja loi olemattoman hintaedun, joka johti kuluttajia harhaan tai olisi voinut johtaa kuluttajia harhaan. ⁽¹⁷²⁾

2.8.3. Sekaannusta aiheuttava markkinointi

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan a alakohdassa käsitellään **sekaannusta aiheuttavaa markkinointia**.

6 artiklan 2 kohdan a alakohta:

Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana myös, mikäli se asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet, näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt, ja mikäli siihen liittyy:

- a) tuotteen markkinointi, mukaan lukien vertaileva mainonta, joka aiheuttaa sekaannusta kilpailijan tuotteiden, tavaramerkkien, kaupanimitysten ja muiden erottavien tunnusten kanssa;

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että toisen elinkeinonharjoittajan tuotemerkkejä (sen nimeä, merkkejä ja laskujen ulkonäköä) jäljittelevien laskujen lähettäminen ja sellaisen vaikutelman luominen, että palvelut oli toiminut tämä toinen elinkeinonharjoittaja, on sopimaton kaupallinen menettely. Tämä oli myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevan 21 kohdan vastaista (laskun tai vastaavan maksua koskevan asiakirjan sisällyttäminen markkinointiaineistoon siten, että kuluttajalle annetaan perätön vaikutelma, että hän on jo tilannut markkinoidun tuotteen). ⁽¹⁷³⁾
- Sama tuomioistuin katsoi myös, että keltaisten ”Taxi”- ja ”Taxi Göteborg”-merkintöjen käyttäminen takseissa oli vertailevaa mainontaa ja että se aiheuttaa sekaannusta kilpailijan tunnusmerkkien kanssa. Tämä johtui siitä, että toinen elinkeinonharjoittaja oli tarjonnut taksipalveluja Göteborgin alueella vuodesta 1922 ja käyttänyt tavaramerkkinään sanoja ”Taxi Göteborg” ja keltaista väriä. ⁽¹⁷⁴⁾

Menettely, joka herättää kysymyksiä tämän säännöksen noudattamisesta, on **tuotejäljittelyyn perustuva pakkaaminen** (”copycat packaging”), jota voi esiintyä verkon ulkopuolisilla ja verkossa olevilla myyntikanavilla. Tällä tarkoitetaan menettelyä, jossa tuotteen pakkaus (tai sen ulkoasu) suunnitellaan siten, että se ”tuntuu ja näyttää” yleisesti tunnetulta kilpailivalta merkiltä.

⁽¹⁷⁰⁾ Lehdistötiedote 18. joulukuuta 2020, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

⁽¹⁷¹⁾ MAO:829/15.

⁽¹⁷²⁾ ECLI:NL:RBROT:2019:4155, Rechtbank Rotterdam, ROT 18/4040.

⁽¹⁷³⁾ MD 2009:36, Marknadsdomstolen, 19. marraskuuta 2009.

⁽¹⁷⁴⁾ MD 2015:9, Marknadsdomstolen, 11. kesäkuuta 2015.

Tällainen jäljittely poikkeaa tuotevääreännöksistä, koska yleensä siihen ei liity itse tuotemerkin jäljentämistä. Tuotejäljittelyyn perustuvan pakkaamisen vaarana on, että se aiheuttaa sekaannusta kuluttajien keskuudessa ja vääristää siten heidän kaupallista käyttäytymistään.

Kuluttajien harhauttaminen tuotejäljittelyyn perustuvalla pakkaamisella voi tapahtua monin tavoin:

- suoranainen sekaannus – kuluttaja ostaa jäljittelevän tuotteen, koska luulee sitä jäljitellyn merkin tuotteeksi
- harhauttaminen alkuperän suhteen – kuluttaja tunnistaa jäljittelevän tuotteen erilaiseksi, mutta uskoo samanlaisen pakkauksen vuoksi, että se on saman valmistajan valmistama
- harhauttaminen laadun tai luonteen suhteen – tässäkin kuluttaja tunnistaa jäljittelevän tuotteen erilaiseksi, mutta uskoo samanlaisen pakkauksen vuoksi, että se on laadultaan sama tai lähes sama kuin jäljitelty tuote.

Samanlainen pakkaus antaa kuluttajille vaikutelman siitä, että jäljittelevän tuotteen laatu tai luonne on verrattavissa jäljitellyn merkin laatuun tai luonteeseen tai että se ainakin on lähempänä sitä kuin kuluttajat muutoin ehkä olettaisivat. Näin ollen samanlaiset pakkaukset antavat kuluttajille vaikutelman, että hinta on ainoa tuotteiden välillä vertailtava tekijä (eikä hinnan ja laadun yhdistelmä).

Esimerkki:

Elinkeinonharjoittaja nimeää uudet aurinkolasinsa tai suunnittelee sen brändin siten, että ne muistuttavat hyvin läheisesti kilpailijan aurinkolasien nimeä tai brändiä. Tällainen menettely on todennäköisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan vastainen, jos samankaltaisuus on niin suuri, että se harhauttaa keskivertokuluttajaa ja saa hänet todennäköisemmin valitsemaan uudet aurinkolasit, mikäli ilman tällaista sekaannusta hän ei olisi tehnyt niin.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I kielletään kaikissa olosuhteissa eräät tietyt kaupalliset menettelyt, joihin liittyy **tavaramerkkien, tuotemerkkien ja niihin liittyvien piirteiden suhteen sekaannusta aiheuttavaa markkinointia**.

Liitteessä I oleva 3 kohta

Luotettavuus- tai laatumerkinnän tai vastaavan esittäminen ilman tarvittavaa lupaa.

Liitteessä I oleva 4 kohta

Elinkeinonharjoittajan peräton väite, että julkinen tai yksityinen elin on hyväksynyt tai sallinut elinkeinonharjoittajan toiminnan (tämän kaupalliset menettelyt mukaan lukien) tai tuotteen tai antanut tälle/sille luvan taikka tällaisen väitteen esittäminen ilman, että noudatetaan hyväksymiseen, sallimiseen tai luvan antamiseen liittyviä ehtoja.

Liitteessä I oleva 13 kohta

Tietyn valmistajan tuotetta muistuttavan tuotteen myynnin edistäminen harhaanjohtamalla kuluttajaa tarkoituksellisesti uskomään, että se on kyseisen valmistajan tekemä, vaikka tämä ei pidä paikkaansa.

Kuluttajia saattaa johtaa harhaan menettely, jossa **elinkeinonharjoittajat tai verkossa toimivat markkinapaikat myyvät avainsanoina tuotenimiä**, jos tämä aiheuttaa sekaannusta tuotetta tosiasiallisesti tarjoavan elinkeinonharjoittajan henkiliöllisyydestä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ja erityisesti 6 artiklan 1 kohdan a alakohtaa ja 2 kohdan a alakohtaa sovelletaan, jos näytettävät tulokset ovat omiaan harhauttamaan kuluttajia tuotteen luonteen suhteen tai aiheuttamaan sekaannusta kilpailijoiden tuotteiden, tavaramerkkien, kauppanimitysten ja muiden erottavien tunnusten kanssa. Sellaisten yritysten, jotka käyttävät tavaramerkkejä vastaavia avainsanoja myydäkseen **väärennetyjä tuotteita**, voidaan mahdollisesti katsoa rikkovan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevaa 9 kohtaa.

2.8.4. Käytännönsäntöjen noudattamatta jättäminen

6 artiklan 2 kohdan b alakohta:

2. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana myös, mikäli se asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet, näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt, ja mikäli siihen liittyy:

[...]

- b) sellaisten sitoumusten noudattamatta jättäminen, jotka sisältyvät käytännesääntöihin, joita elinkeinonharjoittajat ovat sitoutuneet noudattamaan, mikäli:
- i) sitoumus ei ole pyrkimysluonteinen vaan vakaa ja todennettavissa oleva;
 - ja
 - ii) elinkeinonharjoittaja ilmoittaa kaupallisen menettelyn yhteydessä, että hän noudattaa käytännesääntöjä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi sisältää useita säännöksiä, joilla **estetään elinkeinonharjoittajia käyttämästä epäasianmukaisesti hyväkseen kuluttajien mahdollista luottamusta itsesääntelysääntöihin**. Direktiivissä ei säädetä erityisistä käytännesääntöjen pätevyyttä koskevista säännöistä, vaan se perustuu olettamukseen, että harhaanjohtavat väitteet elinkeinonharjoittajan kuulumisesta itsesääntelyelimeen tai tällaisen elimen antamasta hyväksynnästä saattavat vääristää kuluttajien taloudellista käyttäytymistä ja heikentää kuluttajien luottamusta itsesääntelysääntöihin. Ensinnäkin 6 artiklan 2 kohdan b alakohdassa elinkeinonharjoittajat veloitetaan noudattamaan käytännesääntöjä, joihin he ovat kaupallisissa viesteissä sitoutuneet.

Unionin tuomioistuin selvensi asiassa Bankia antamassaan tuomiossa, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei ole esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jonka mukaan käytännesäännöt eivät ole oikeudellisesti sitovia.⁽¹⁷⁵⁾ Vaikka unionin tuomioistuin totesi, että 6 artiklan 2 kohdan b alakohdassa säädetään, että se, että elinkeinonharjoittaja ei noudata käytännesääntöjä, voi merkitä sopimatonta kaupallista menettelyä, direktiivillä ei kuitenkaan veloiteta jäsenvaltioita säättämään välittömistä seurauksista, jotka aiheutuvat elinkeinonharjoittajille vain siitä syystä, että elinkeinonharjoittajat eivät ole noudattaneet käytännesääntöjä.⁽¹⁷⁶⁾

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen ryhtyi tämän säännöksen perusteella toimiin erästä energiantoimituspalvelujen tarjoajaa vastaan. Palveluntarjoaja, joka oli energiayhtiötä edustavan järjestön jäsen, väitti, että järjestön antamat käytännesäännöt sitoivat sitä. Käytännesäännöissä määrättiin, että kun kuluttajat pyytävät vain tietoja, heille ei saa esittää tuotteita tai palveluja koskevia tarjouksia. Kyseisessä tapauksessa kuluttajat eivät kuitenkaan joko saaneet pyytämäänsä tietoja tai joutuivat sellaisen sopimuksen sitomiksi, johon he eivät olleet antaneet suostumustaan. Käytännesääntöjen mukaan jäsenet eivät myöskään saa käyttää hyväkseen kuluttajan kokemattomuutta tai haavoittuvuutta (ikää). Kyseinen energiantoimittaja oli kuitenkin käyttänyt hyväkseen useita ikääntyneitä henkilöitä, joihin se oli ottanut yhteyttä.⁽¹⁷⁷⁾

Toiseksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I kielletään tietyt **menettelyt** kaikissa olosuhteissa **sen varmistamiseksi, että elinkeinonharjoittajat käyttävät käytännesääntöjä markkinoinnissa vastuullisesti** (liitteessä I olevat käytännesääntöjä koskeva 1 ja 3 kohta, luotettavuusmerkintöjä koskeva 2 kohta sekä julkisen tai yksityisen elimen hyväksyntää koskeva 4 kohta).

2.8.5. Laatueroihin liittyvä markkinointi

6 artiklan 2 kohdan c alakohta

2. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana myös, mikäli se asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet, näin saa tai todennäköisesti saa keskiwertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt, ja mikäli siihen liittyy:

[...]

- c) tavarain markkinointi jossakin jäsenvaltiossa samanlaisena kuin muissa jäsenvaltioissa markkinointava tavara, vaikka kyseinen tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen, paitsi jos tämä on oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi perusteltua.

Tavaroiden vapaa liikkuvuus ei välttämättä tarkoita sitä, että kaikkien tavaroiden on oltava täsmälleen samanlaisia sisämarkkinoiden joka kolkassa. Kuluttajilla on vapaus ostaa tuotteita valintansa mukaan, mutta myös elinkeinonharjoittajilla on vapaus markkinoida ja myydä tavaroita, joiden koostumus tai ominaispiirteet vaihtelevat, kunhan noudatetaan täysimääräisesti EU:n lainsäädäntöä, eli muun muassa tuoteturvallisuutta ja pakkausmerkintöjä koskevia vaatimuksia ja muuta horisontaalista tai alakohtaista lainsäädäntöä.

Kuten direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 52 kappaleessa todetaan, tavaroiden markkinointi eri jäsenvaltioissa samanlaisina, vaikka ne todellisuudessa ovat koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilaisia, voi johtaa kuluttajia harhaan ja aiheuttaa sen, että he tekevät kaupallisen ratkaisun, jota he eivät olisi muuten tehneet. Tällaisista markkinointikäytännöistä käytetään usein nimitystä 'laatuero'.

⁽¹⁷⁵⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 19.9.2018, asia C-109/17, Bankia.

⁽¹⁷⁶⁾ Ks. edellinen alaviite, 58 kohta.

⁽¹⁷⁷⁾ CA/NB/527/29, 6. marraskuuta 2010.

Sen vuoksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin on lisätty direktiivillä (EU) 2019/2161 erityinen säännös (6 artiklan 2 kohdan c alakohta), jolla puututaan tilanteisiin, joissa elinkeinonharjoittajat markkinoivat tavaroita eri jäsenvaltioissa samanlaisina, vaikka todellisuudessa niiden koostumuksessa tai ominaisuuksissa on merkittäviä eroja, paitsi jos tämä on oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi perusteltua. Direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohdan soveltaminen perustuu kyseessä olevien tavaroiden ulkoasun ja koostumuksen tai ominaisuuksien **objektiiviseen ja ilmeiseen tilanteeseen**.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohdassa selvennetään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamista harhaanjohtaviin laatueroihin liittyviin markkinointikäytäntöihin ja annetaan kansallisille kuluttajansuojaviranomaisille selkeämpi ja tarkempi oikeusperusta tällaisiin harhaanjohtaviin menettelyihin puuttumiseksi. Näillä ohjeilla korvataan vuonna 2017 annettu komission tiedonanto⁽¹⁷⁸⁾ (alkuperäisen) sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisesta elintarvikkeiden laatueroihin.

Kohde ja ne elinkeinonharjoittajat, joita asia koskee

Direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohtaa sovelletaan ainoastaan "tavaroihin", joita ei ole määritelty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan "tuotteisiin", jotka määritellään laajasti tavaroiksi, palveluiksi ja digitaalseksi sisällöksi. Sen vuoksi tavarakauppaa koskevassa direktiivissä (EU) 2019/771 olevaa tavaroiden määritelmää olisi sovellettava analogisesti. Siten tavaroilla tarkoitetaan irtaimia esineitä sekä tiettyä tilavuutta tai määrättyä määrää vettä, kaasua ja sähköä. Näin ollen 6 artiklan 2 kohdan c alakohtaa ei sovelleta palveluihin ja digitaaliseen sisältöön, joihin sovelletaan edelleen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleisiä sääntöjä, jotka koskevat harhaanjohtavia toimia tai harhaanjohtavia mainitsematta jättämisä.

Laatueroihin liittyvät markkinointikäytännöt aiheuttavat eniten ongelmia **elintarvikkeiden**, mukaan lukien juomat, alalla. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohtaa sovelletaan kuitenkin myös muunlaisiin tavaroihin.

Direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohtaa sovelletaan "**markkinointiin**", joka on laaja käsite, joka kattaa tavaroiden ulkoasun niiden pakkauksissa, niihin liittyvän mainonnan ja myynninedistämisen sekä tavaroiden myynnin kuluttajille.

Direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohdan ensisijaisena kohderyhmänä ovat elinkeinonharjoittajat, jotka määrittävät kyseisten tavaroiden ulkoasun ja koostumuksen. Nämä ovat yleensä tuottajat, mukaan lukien "yksityisten" merkien ja vähittäiskauppiaiden tuotemerkkien omistajat. **Sen vuoksi 6 artiklan 2 kohdan c alakohtaa koskevissa täytäntöönpanotoimissa olisi keskityttävä ensisijaisesti tavaroiden tuottajiin.**

Pelkät vähittäiskauppiat eivät yleensä vaikuta myymiensä tuotteiden koostumukseen tai pakkaukseen. Tästä huolimatta **täytäntöönpanoviranomaiset voivat vaatia korjaavia toimia myös kyseistä tavaraa myyiltä vähittäiskauppiailta**, kun on todettu, että on olemassa harhaanjohtavia laatueroihin liittyviä markkinointikäytäntöjä, jotka koskevat tiettyä tavaraa. Ne voivat erityisesti vaatia vähittäiskauppiaita antamaan kuluttajille lisätietoja kauppapaikassa, millä varmistetaan, että kuluttajat saavat tiedon siitä, että kyseinen tavara ei ole tosiasiallisesti samanlainen kuin muissa maissa myytävä tavara. Koska sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ei sovelleta yritysten välisiin suhteisiin, siinä ei säännellä tällaisten täytäntöönpanotoimien seurauksia vähittäiskauppiaiden ja tuottajien välisissä yritysten välisissä sopimussuhteissa.

Koska laatueroa koskevat tapaukset ovat luonteeltaan rajatylittäviä, toimivaltaisten viranomaisten on tarvittaessa tehtävä yhteistyötä **kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetun asetuksen** (EU) 2017/2394 mukaisesti. Erityisesti kuluttajansuojaa koskevasta yhteistyöstä annetussa asetuksessa vahvistetaan selkeät toimivaltaisten viranomaisten keskinäistä avunantoa koskevat velvoitteet, joiden tarkoituksena on varmistaa, että sen jäsenvaltion viranomaiset, johon elinkeinonharjoittaja on sijoittautunut, toteuttavat tarvittavat toimenpiteet lopettaakseen lainsäädännön rikkomiset, jotka vaikuttavat kuluttajiin unionin muilla lainkäyttöalueilla.

Erojen selvittäminen ja se, onko tavaroita markkinoitu "samanlaisena"

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohdan mukaisesti tavarana osalta esiintyy mahdollisesti sopimattomia laatueroihin liittyviä markkinointikäytäntöjä, jos seuraavat kaksi edellytystä täyttyvät:

1. tavaraa markkinoidaan samanlaisena kuin muissa jäsenvaltioissa markkinoitava tavara, ja
2. tavara on koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilainen kuin muissa jäsenvaltioissa markkinoitava tavara.

⁽¹⁷⁸⁾ Komission tiedonanto EU:n elintarvike- ja kuluttajansuojalainsäädännön soveltamisesta tuotteiden laatueroihin – Elintarvikkeet (EUVL C 327, 29.9.2017, s. 1). Näillä ohjeilla korvataan tämä aiempi komission tiedonanto.

Ilmaisu "muissa jäsenvaltioissa" olisi ymmärrettävä siten, että se kattaa täytäntöönpanosta vastaavan jäsenvaltion lisäksi **yhden tai useamman jäsenvaltion.** ⁽¹⁷⁹⁾

Ilmaisuulla "markkinointi samanlaisena" tarkoitetaan sitä, miten tavarat esitetään ja miten **keskivertokuluttaja** ne hahmottaa. Näin ollen tavarain ulkoasu ei tarvitse olla kaikilta osin täysin samanlainen, jotta keskivertohenkilö voisi pitää sitä samanlaisena. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 53 kappaleen mukaisesti toimivaltaisen kansallisen viranomaisen olisi tietojen saatavuutta ja riittävyyttä tarkastelemalla arvioitava, onko tavarain erilaistaminen helposti kuluttajien havaittavissa.

Kun elinkeinonharjoittajat esittävät kuluttajille tavarasta eri jäsenvaltioissa versioita, jotka ovat koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilaisia, niiden olisi asetettava keskivertokuluttajan asemaan ja varmistettava, **mieltääkö keskivertokuluttaja todennäköisesti nämä eri versiot samanlaisiksi.** Tältä osin elinkeinonharjoittajat voivat ottaa mallia nykyisistä hyvistä markkinointikäytännöistä, joissa yritykset esittävät eri versioita elintarvikkeistaan (jotka ovat saatavilla samanaikaisesti kaikilla kansallisilla markkinoilla) siten, että niiden erot ovat kuluttajalle hyvin selvät, mutta samalla säilytetään tuotemerkin yksilöivät yhteiset tekijät.

Koska 6 artiklan 2 kohdan c alakohdan soveltaminen perustuu "erilaisuuteen", se ei edellytä "viitetavaran" määrittämistä. Toisin sanoen **siinä ei edellytetä, että selvitetäisiin, mikä samanlaisena markkinoiduista tavaroista on "alkuperäinen" ja mikä "erilaistettu" versio.** Ratkaisevaa on ainoastaan se, ovatko eri jäsenvaltioissa markkinoidut tavarat koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilaisia. Tämä tarkoittaa myös sitä, että elinkeinonharjoittajien on päätettävä, miten varmistetaan, että kuluttajat pystyvät selvästi erottamaan tavarain eri versiot toisistaan.

Jotta voidaan määrittää erilaisuus muissa jäsenvaltioissa markkinoitaviin tavaroihin nähden, kansallisten täytäntöönpano- viranomaisten on **verrattava pakkauksessa (eli pakkauksen etupuolella ja etiketissä) saatavilla olevia tietoja.** Jos lakisääteiset merkintätiedot todetaan (laboratoriotestien avulla) virheellisiksi, kyseessä on ensisijaisesti EU:n elintarvikelainsäädännön rikkominen (ks. jäljempänä sekä 1.2.2 ja 3.3 kohta).

Erilaisuuden tapauskohtainen arviointi ja "merkittävyys"

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan yleisten säännösten mukaisesti koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan erilaisten tavaroiden markkinointi samanlaisina eri jäsenvaltioissa on harhaanjohtavaa ja siten sopimattontaa ja kiellettyä, **jos tällainen markkinointi on omiaan vaikuttamaan keskivertokuluttajan kaupalliseen ratkaisuun.** Tämä edellyttää kyseisten kaupallisten menettelyjen tapauskohtaista arviointia. Kaupallista ratkaisua koskeva testi on kaikkien sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevien keskeisten säännösten (eli 5–9 artiklan) soveltamisen kulmakivi ja ennakkoodellytys.

Tältä osin on huomattava, että sisämarkkinoilla kuluttajilla on yleinen käsitys siitä, että tavaroiden vapaa liikkuvuus ja yhdenvertainen saanti taataan. Erityisesti tuotemerkit toimivat kuluttajien mielissä todistuksena valvotusta ja jatkuvasta laadusta. Merkkituotteiden mainonta ja imagon rakentaminen vaikuttavat kuluttajien käsitykseen. Lisäksi esimerkiksi elintarvikkepakkauksissa usein esiintyvät väittämät, kuten "alkuperäinen", "ainutlaatuinen" ja "perustajan resepti", vahvistavat entisestään tuotemerkin omistajan viestiä tuotteen yhdenmukaisista ominaisuuksista kaikilla markkinoilla.

Sen vuoksi kuluttajat eivät lähtökohtaisesti odota, että eri maissa myytävien merkkituotteiden koostumus tai ominaisuudet olisivat erilaisia. **Näin ollen he saattaisivat pidättäytyä ostamasta tavaraa, jos tietäisivät, että heidän kotimaansa markkinoilla oleva tavara on ominaisuuksiltaan tai koostumukseltaan erilainen** kuin muissa maissa kuluttajille tarjottu tavara. JRC:n vuonna 2020 tekemä tutkimus kuitenkin osoitti elintarvikkeiden osalta, että **versioiden erilaistamisella oli epäyhtenäinen vaikutus kuluttajien ostopäätöksiin** tutkittujen elintarvikkeiden ja jäsenvaltioiden välillä. Kuluttajille ilmoittaminen elintarvikkeiden erilaistamisesta johti joissakin tapauksissa siihen, että kuluttajat suosivat elintarvikkeiden "kotimaisia" versioita ja toisissa tapauksissa elintarvikkeiden "ulkomaisia" versioita. ⁽¹⁸⁰⁾

⁽¹⁷⁹⁾ Vertailua varten tehtävää tuotteiden valintaa ja näytteenottoa käsitellään komission Yhteisen tutkimuskeskuksen (JRC) vuonna 2018 vahvistamassa yhteisessä testausmenetelmässä. Se on saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/jrc/sites/default/files/eu_harmonised_testing_methodology_-_framework_for_selecting_and_testing_of_food_products_to_assess_quality_related_characteristics.pdf

⁽¹⁸⁰⁾ JRC:n raportti "Empirical testing of the impact on consumer choice resulting from differences in the composition of seemingly identical branded products" (2020), saatavilla osoitteessa <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/empirical-testing-impact-consumer-choice-resulting-differences-composition-seemingly-identical>. Siinä analysoitiin laboratorio- ja verkkokokeiden avulla, vaikuttaako se, että kuluttajille ilmoitetaan tuote-eroista (ilmaisu "valmistettu maata X varten") heidän tuoteversion valintaansa. Verkkokokeessa ei ilmennyt selkeää mieltymystä "kotimaisiin" tai muuta kuin kotimaisiin versioihin, kun taas laboratoriokokeessa suositettiin enemmän kotimaisia versioita. Verkkokokeessa kuluttajat suosivat kotimaista tuoteversiota kuudessa maakohtaisessa tuoteparissa 30:stä ja muuta kuin kotimaista tuoteversiota kahdessa maakohtaisessa tuoteparissa 30:stä. Lisäksi kuluttajat suhtautuvat kielteisesti kotimaiseen versioon yhdeksässä tapauksessa ja muuhun kuin kotimaiseen versioon kahdeksassa tapauksessa. Laboratoriokokeessa kuluttajien valinnat riippuivat tuotteesta ja maasta, mutta he suosivat usein omalle maalleen tarkoitettua versiota (kahdeksan tapausta 12 tapauksesta).

JRC:n raportissa todettiin myös, että kuluttajan käyttäytyminen tavaroiden erilaistamisen yhteydessä **riippuu myös eron suuruudesta**. Keskiwertokuluttajan kaupalliseen ratkaisuun vaikuttaa todennäköisemmin se, että hän tietää yhden tai useamman keskeisen ainesosan tai niiden määrän poikkeavan merkittävästi esimerkiksi elintarvikkeissa.⁽¹⁸¹⁾ Suuremmat koostumuserot johtavat todennäköisemmin erilaisiin aistinvaraisiin ominaisuuksiin, jotka ovat kuluttajien kannalta tärkeitä elintarvikkeiden laatua määrittäviä tekijöitä. On kuitenkin myös tärkeää korostaa, että **aistinvarainen käsitys elintarvikkeista on vain yksi niistä tekijöistä, jotka voivat vaikuttaa kuluttajien valintoihin**. Kuluttajat saattavat esimerkiksi haluta välttää tietynlaisia ainesosia myös muista kuin terveyteen liittyvistä syistä (esimerkiksi allergeenit). Kuluttajat kiinnittävät yhä enemmän huomiota muun muassa tiettyjen tavaroiden tai niiden ainesosien ympäristövaikutuksiin, maantieteelliseen alkuperään, valmistustapaan ja kemialliseen koostumukseen⁽¹⁸²⁾.

”Merkittävien” ja ”muiden kuin merkittävien” erojen luokittelua ei voida määrittää etukäteen esimerkiksi elintarvikkeiden tiettyjen ainesosien osalta. Eron ”merkittävyys” on sen sijaan **olennainen tekijä arvioitaessa tapauskohtaisesti laatueroihin liittyvien markkinointikäytäntöjen vaikutusta** keskiwertokuluttajaan. Tätä ilmaisua käytetään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan c alakohdassa juuri tässä tarkoituksessa – eli arvioitaessa vaikutusta keskiwertokuluttajaan.

Perustellut poikkeukset

Elinkeinonharjoittajat voivat asetuksen 6 artiklan 2 kohdan c alakohdan mukaisesti markkinoida sellaisia tavaroita (jatkaa tavaroiden markkinointia), jotka ovat koostumukseltaan tai ominaisuuksiltaan merkittävästi erilaisia, samanlaisina, jos tämä on **perusteltua ”oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi”**. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 53 kappaleessa mainitaan ei-tyhjentävä ohjeellinen luettelo tällaisista tekijöistä: kansalliset lakisääteiset vaatimukset, raaka-aineiden saatavuus ja kausiluonteisuus sekä terveellisen ja ravitsevan ruoan saannin parantamista koskevat vapaaehtoiset strategiat ja elinkeinonharjoittajan oikeus tarjota eri maantieteellisillä markkinoilla samalla tuotemerkillä tavaroita painoltaan tai tilavuudeltaan erilaisissa pakkauksissa.

Kansallisissa säännöissä voidaankin asettaa tietyissä maissa myytävien tietyn tyyppisten elintarvikkeiden koostumusta koskevia **erityisiä vaatimuksia**, joita ei ole muissa jäsenvaltioissa. Hankintaan voi myös liittyä objektiivisia eroja, jotka johtuvat **raaka-aineiden maantieteellisestä ja/tai kausittaisesta saatavuudesta** ja jotka vaikuttavat tuotteiden koostumukseen ja/tai makuun. Elinkeinonharjoittajat voivat myös ottaa käyttöön uusia reseptejä sellaisen **vapaaehtoisen ravitsemuksellisen uudelleenmuokkauksen käytännön** puitteissa, jota ei voida teknisesti tai taloudellisesti toteuttaa samanaikaisesti kaikilla markkinoilla.

Koska direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 53 kappaleessa mainitut esimerkit eivät ole tyhjentäviä, eri jäsenvaltioissa markkinoitujen tavaroiden erilaistamista voitaisiin perustella myös muilla objektiivisilla tekijöillä.

Elinkeinonharjoittajien tavaroiden erilaistamiselle esittämien perusteiden perusteltavuutta olisi arvioitava tapauskohtaisesti. Elinkeinonharjoittajien on osoitettava poikkeuksen pätevyys. Erityisesti silloin, kun elinkeinonharjoittaja mukauttaa tuotteiden kansalliset versiot paikallisten kuluttajien mieltymysten mukaan, sen on voitava osoittaa (esimerkiksi taloudellisilla tutkimuksilla tai markkinatutkimuksilla) kuluttajien mieltymykset ja se, että tuotteiden erilaistamisessa todella otetaan huomioon nämä mieltymykset.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 53 kappaleessa korostetaan, että sellaisten **elinkeinonharjoittajien, jotka erilaistavat tavaroidensa versiot oikeutettujen ja objektiivisten tekijöiden vuoksi, on edelleen tiedotettava asiasta kuluttajille**. Vaikka tällaisten tietojen toimittamisessa käytettävä menetelmä on jätetty elinkeinonharjoittajien päätettäväksi, johdanto-osan kappaleessa todetaan, että elinkeinonharjoittajien olisi yleisesti suosittava tiedon antamista muilla, tuotemerkinnöille vaihtoehtoisilla tavoilla. Tällaisia muita keinoja voivat olla vähittäismyyjän tiloissa tai verkkomyyntirajapinnoilla olevat tiedot, tuotesivustot (joiden olisi oltava helposti ja suoraan saavutettavissa esimerkiksi skannaamalla pakkauksessa oleva QR-koodi) tai tuotemainonta. Tietojen olisi joka tapauksessa oltava helposti ja suoraan keskiwertokuluttajan, myös haavoittuvien kuluttajien, saatavilla. Viestimällä aktiivisesti ja avoimesti tavaroiden erilaistamisesta näiden muiden keinojen avulla elinkeinonharjoittajat paitsi tiedottavat kuluttajille myös tekevät heille ja kansallisille täytäntöönpanoviranomaisille selväksi, että niiden mielestä kyseisten tavaroiden markkinoinnin jatkaminen samanlaisina on perusteltua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisesti. Lisäksi tällaisen aktiivisen ja avoimen viestinnän voidaan odottaa tuovan kaupallista etua erityisesti silloin, kun tavaroiden versioiden erilaistaminen todella toteutetaan kansallisten lakisääteisten vaatimusten täyttämiseksi tai kuluttajakokemuksen parantamiseksi.

⁽¹⁸¹⁾ JRC:n raportti ”Differences in composition of seemingly identical branded products: Impact on consumer purchase decisions and welfare” (2020), saatavilla osoitteessa <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/differences-composition-seemingly-identical-branded-products-impact-consumer-purchase-decisions-and-welfare>. Siinä vahvistettiin, että eri maiden tuoteversioiden erilaisuus vaikuttaa kuluttajiin todennäköisesti vain, jos koostumuserot pidetään merkittävänä.

⁽¹⁸²⁾ Ks. JRC:n raportti ”Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of branded food products. Part 2 – Sensory testing” (2021), saatavilla osoitteessa <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/results-eu-wide-comparison-quality-related-characteristics-branded-food-products-part-2-sensory-testing>. Tutkimuksessa todettiin, että aistinvaraiset arvioijat tunnistivat todennäköisemmin suuremmat koostumuserot, kun taas pienempiä vaihteluita ei useimmiten havaittu.

Elinkeinonharjoittajan väittämät siitä, että tavaroiden markkinointi samanlaisina on perusteltua niiden merkittävistä eroista huolimatta, kuuluvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan soveltamisalaan. Direktiivin 12 artiklassa säädetään, että jäsenvaltioiden on annettava kansallisille tuomioistuimille ja viranomaisille toimivalta vaatia elinkeinonharjoittajaa näyttämään toteen tosiasiaväittämiensä paikkansapitävyys. Tätä toimivaltaa olisi sovellettava myös elinkeinonharjoittajien erilaistamisen perustelemista koskeviin väittämiin.

Elintarvikkeet

EU:n elintarvikelainsäädäntöä sovelletaan rinnakkain sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin kanssa, ja se voi olla merkityksellinen myös silloin, kun on kyse laatueroihin liittyvistä asioista, sillä niitä vaikuttaa esiintyvän pääasiassa elintarvikealalla.

Yleisestä elintarvikelainsäädännöstä annetulla asetuksella (EY) N:o 178/2002 pyritään erityisesti varmistamaan ihmisten terveyden ja kuluttajien etujen korkeatasoinen suojeleminen elintarvikkeiden osalta ja varmistamaan samalla sisämarkkinoiden tehokas toiminta. Se on unionin elintarvikelainsäädännön perusta. Siinä vahvistetaan muun muassa (unionin ja kansallisen) elintarvikelainsäädännön yhteiset periaatteet sekä elintarvike- ja rehualan toimijoiden vastuu elintarvikkeiden ja rehujen tuotannon, jalostuksen ja jakelun kaikissa vaiheissa.

Tältä osin siinä vahvistetaan elintarvikelainsäädännön yleiseksi periaatteeksi kuluttajien etujen suojaaminen.⁽¹⁸³⁾ Näin ollen elintarvikelainsäädännöllä on pyrittävä suojaamaan kuluttajien etuja ja tarjoamaan kuluttajille lähtökohdat tietoon perustuvien elintarvikevalintojen tekemiseksi. Sen tavoitteena on erityisesti ehkäistä a) vilpilliset menettelyt; b) elintarvikkeiden väärentäminen ja c) kaikki muut menettelytavat, jotka voivat johtaa kuluttajia harhaan.

Lisäksi siinä säädetään yleisestä velvollisuudesta, jonka mukaan elintarvike- ja rehualan toimijoiden elintarvikkeiden merkinnät, mainonta ja esillepano, myös niiden muoto, ulkonäkö ja pakkaukset, käytetyt pakkausmateriaalit, tapa, jolla ne on aseteltu, ja olosuhteet, joissa ne esitellään, sekä tiedot, joita niistä annetaan millä tahansa tavalla, eivät saa johtaa kuluttajia harhaan.⁽¹⁸⁴⁾ Unionin markkinoille saa asettaa ainoastaan turvallisia elintarvikkeita ja rehuja.⁽¹⁸⁵⁾ Kaikissa tuotannon, jalostuksen ja jakelun vaiheissa toimivien elintarvike- ja rehualan toimijoiden on vastuullaan olevissa toiminnoissa huolehdittava siitä, että elintarvikkeet tai rehut täyttävät niiden toiminnan kannalta asiaankuuluvat elintarvikelainsäädännön vaatimukset ja varmistettava, että kyseiset vaatimukset täyttyvät.⁽¹⁸⁶⁾

Lisäksi elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annetussa asetuksessa (EU) N:o 1169/2011 vahvistetaan yleiset merkintäsäännöt ja -vaatimukset, joihin kuuluu muun muassa täydellisen ainesosaluettelon, tiettyjen ainesosien tai ainesosien ryhmien määrien, allergeenitietojen sekä ravintoarvoilmoituksen pakollinen antaminen. Tämä antaa kuluttajille mahdollisuuden saada täydelliset tiedot elintarvikkeiden koostumuksesta ja estää harhaanjohtavien elintarviketietojen antamisen. Elintarviketietojen on oltava oikeellisia, selviä ja kuluttajalle helposti ymmärrettäviä. Tätä varten elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annetussa asetuksessa vahvistetaan pakollisten tietojen esittämistä varten erityiset vaatimukset, joissa täsmennetään muun muassa tekstissä käytettävän kirjaimen vähimmäiskoko.

EU:n elintarvikelainsäädännöllä otetaan käyttöön kattava oikeudellinen kehys, jonka tarkoituksena on varmistaa kuluttajien terveyden ja heidän sosiaalisten ja taloudellisten etujensa suojelun korkea taso sekä turvallisten elintarvikkeiden vapaa liikkuvuus EU:n sisämarkkinoilla.

Elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annetussa asetuksessa säädetty tietovaatimukset ovat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdassa tarkoitettuja olennaisia tietoja. Näiden tietojen ilmoittamatta jättämistä voidaan tapauskohtaisen arvioinnin perusteella pitää harhaanjohtavana siltä osin kuin se todennäköisesti vaikuttaa keskivertokuluttajan kaupallisiin ratkaisuihin.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevasta direktiivistä vastaavien kansallisten viranomaisten suorittama mahdollisten laatueroihin liittyvien harhaanjohtavien käytäntöjen tutkiminen perustuu tavallisesti tuotteen koostumusta koskeviin tietoihin, jotka annetaan pakkauksessa EU:n elintarvikelainsäädännön vaatimusten mukaisesti.⁽¹⁸⁷⁾

Laatueroihin liittyviä harhaanjohtavia menettelyjä voi kuitenkin esiintyä myös tapauksissa, joissa tuotteiden erot eivät käy ilmi tuotteen merkinnöistä. Näissä tilanteissa elintarvikelainsäädännön noudattamisesta vastaavat viranomaiset tarkistavat, että elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annettua asetusta ja sovellettavia tuotekohtaisia säännöksiä, joissa vahvistetaan koostumusstandardit, noudatetaan. Niissä jäsenvaltioissa, joissa eri viranomaiset ovat vastuussa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja asiaankuuluvan elintarvikelainsäädännön valvonnasta, näiden viranomaisten olisi tehtävä läheistä yhteistyötä sen varmistamiseksi, että niiden samaa elinkeinonharjoittajaa ja/tai kaupallista menettelyä koskevien tutkimusten tulokset ovat johdonmukaisia.

⁽¹⁸³⁾ Asetuksen (EY) N:o 178/2002 8 artikla.

⁽¹⁸⁴⁾ Asetuksen (EY) N:o 178/2002 16 artikla.

⁽¹⁸⁵⁾ Asetuksen (EY) N:o 178/2002 14 artikla.

⁽¹⁸⁶⁾ Asetuksen (EY) N:o 178/2002 17 artiklan 1 kohta.

⁽¹⁸⁷⁾ Näin on tehty JRC:n vuonna 2019 suorittamassa ensimmäisessä EU:n laajuudessa vertailevassa testissä (merkintävertailu) ja toisessa testauksessa, joka aloitettiin vuonna 2021.

Muut tavarat

Koska harhaanjohtavien laatueroihin liittyvien käytäntöjen kieltäminen ei rajoitu elintarvikkeisiin ja koska samankaltaisia käytäntöjä esiintyy muiden kulutustavaroiden yhteydessä⁽¹⁸⁸⁾, komissio toteuttaa vuodesta 2021 alkaen puhdistustuotteita, puhdistusaineita ja kosmetiikkaa koskevan pilottitutkimuksen. Tämän tutkimuksen tavoitteena on tutkia, voidaanko edellä mainittua Yhteisen tutkimuskeskuksen elintarvikkeiden alalle kehittämää yhteistä menetelmää laajentaa tällaisten tavaroiden koostumuksen vertailuun ja voivatko jäsenvaltioiden toimivaltaiset viranomaiset, kansalaisjärjestöt tai toimiala luoda seurantavälineen laatueroihin liittyviä tapauksia varten.

2.9. 7 artikla – Harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset

7 artikla – Harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset

1. Kaupallista menettelyä pidetään harhaanjohtavana, jos sen asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet sekä viestintävälineen rajoitukset, jätetään mainitsematta olennaisia tietoja, joita keskivertokuluttaja tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen, ja jos se näin saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

2. Harhaanjohtavana mainitsematta jättäminenä, ottaen huomioon 1 kohdassa kuvatut seikat, pidetään myös sitä, jos elinkeinonharjoittaja salaa tai antaa epäselvällä, käsittämättömällä tai moniselitteisellä tavalla tai väärään aikaan kyseisessä kohdassa tarkoitettua olennaista tietoa taikka jättää mainitsematta kaupallisen menettelyn kaupallisen tarkoituksen, ellei se ilmene asiayhteydestä, mikäli jommassakummassa tapauksessa se saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

3. Jos kaupallisen menettelyn ilmoittamisessa käytettävä väline asettaa paikkaan tai aikaan liittyviä rajoituksia, nämä rajoitukset sekä elinkeinonharjoittajan mahdollisesti toteuttamat toimenpiteet tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin otetaan huomioon päätettäessä siitä, onko tietoja jätetty mainitsematta.

4. Ostokehotuksissa pidetään olennaisina seuraavia tietoja, jolleivät ne ilmene asiayhteydestä:

- a) tuotteen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin viestintävälineen ja tuotteen kannalta on asianmukaista;
- b) elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, kuten esimerkiksi hänen toiminimensä ja tarvittaessa sen elinkeinonharjoittajan maantieteellinen osoite ja henkilöllisyys, jonka puolesta hän toimii;
- c) hinta veroineen tai, ellei tuotteen luonteesta johtuen hintaa voida kohtuudella laskea etukäteen, hinnan laskutapa sekä tapauksen mukaan kaikki muut rahti-, toimitus- tai postimaksut tai, ellei näitä kustannuksia voida kohtuudella laskea etukäteen, se seikka, että kuluttaja voi joutua maksamaan tällaisia lisämaksuja;
- d) maksuihin, toimitukseen ja sopimuksen täyttämiseen liittyvät järjestelyt, mikäli ne poikkeavat huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksista;
- e) kun tuotteisiin ja liiketoimiin liittyy irtisanomis- tai peruuttamisoikeus, maininta tästä oikeudesta;
- f) kun tuotteita tarjotaan verkossa toimivilla markkinapaikoilla, tieto siitä, onko tuotteet tarjoava kolmas osapuoli elinkeinonharjoittaja vai muu taho, kyseisen kolmannen osapuolen verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalle tekemän ilmoituksen perusteella.

4 a. Riippumatta siitä, missä liiketoimet viime kädessä toteutetaan, kun kuluttajille annetaan mahdollisuus hakea eri elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien tarjoamia tuotteita hakusanan, lausekkeen tai muun syöttötiedon muodossa tehdyn haun perusteella, olennaisina pidetään yleisiä tietoja, jotka on asetettu saataville hakutulosten esittämisivulta suoraan ja helposti saatavilla olevaan tiettyyn verkkorajapinnan osioon ja jotka koskevat keskeisiä kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien tuotteiden järjestystä määrittäviä muuttujia ja näiden muuttujien suhteellista merkitystä verrattuna muihin muuttujiin. Tätä kohtaa ei sovelleta Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2019/1150 2 artiklan 6 alakohdassa määriteltyihin verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajiin.

⁽¹⁸⁸⁾ Esimerkiksi tuotteiden laatueroista sisämarkkinoilla 13. syyskuuta 2018 annetussa Euroopan parlamentin päätöslauselmassa (EUVL C 433, 23.12.2019, s. 191) viitataan erilaistamiskäytäntöihin, jotka koskevat myös muita kuin elintarvikkeita, kuten puhdistusaineita, kosmetiikkaa, hygieniatuotteita ja vauvoille tarkoitettuja tuotteita, saatavilla osoitteessa https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0357_FI.html

5. Yhteisön lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia pidetään olennaisina. Liitteessä II, joka ei ole tyhjentävä, on luettelo tällaisista vaatimuksista.

6. Kun elinkeinonharjoittaja asettaa saataville tuotteita koskevia kuluttaja-arvosteluja, olennaisena pidetään tietoa siitä, varmistaako elinkeinonharjoittaja, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, ja miten elinkeinonharjoittaja varmistaa tämän.

2.9.1. Olennaiset tiedot

Direktiivin 7 artiklan 1 ja 2 kohdassa elinkeinonharjoittajille asetetaan hyvin yleisluonteisesti positiivinen velvoite antaa **kaikki tiedot, joita keskivertokuluttaja tarvitsee asiayhteyden mukaan perustellun ostopäätöksen tekemiseen**. Niitä kutsutaan 7 artiklassa **olennaisiksi tiedoiksi**.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei määritellä olennaisia tietoja lukuun ottamatta ostokehoutuksen erityistapausta, jota käsitellään 7 artiklan 4 kohdassa (ks. 2.9.5 kohta). Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdassa täsmennetään, että "yhteisön lainsäädännössä vahvistettuja kaupallista viestintää, mainontaa tai markkinointia mukaan luettuna, koskevia tiedotusvaatimuksia" pidetään olennaisina (ks. 1.2.2 kohta).

Sitä vastoin, kuten johdanto-osan 15 kappaleessa selitetään, jos jäsenvaltiot ovat ottaneet käyttöön tiedotusvaatimuksia, jotka vähimmäislausekkeiden perusteella vastaavat siitä, mitä yhteisön lainsäädännössä vaaditaan tai ylittävät sen, näiden lisätiedotusvaatimusten täyttämättä jättäminen ei merkitse tämän direktiivin mukaista harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä.

Voidakseen arvioida tapauskohtaisesti, onko **olennaisia tietoja jätetty mainitsematta**, kansallisten viranomaisten ja tuomioistuinten on otettava huomioon tietyn kaupallisen menettelyn kaikki piirteet ja olosuhteet, mukaan lukien sen ilmoittamisessa käytetyn välineen rajoitukset.

Esimerkkejä:

- Kansallinen viranomainen ryhtyi toimiin elinkeinonharjoittajaa vastaan, joka tarjosi henkivakuutus tuotteita sisällyttämättä olennaisia tietoja mainontaan. Elinkeinonharjoittaja väitti, että vakuutuksen kattaman henkilön sukulaiset saivat kaikki vakuutuksen etuudet vakuutuksenottajan kuollessa. Elinkeinonharjoittaja jätti kuitenkin mainitsematta, että jos vakuutuksenottaja kuolee 24 kuukauden kuluessa sopimuksen tekemisestä muista syistä kuin onnettomuuden vuoksi, sukulaiset saavat vain rajoitetusti vakuutusetuksia.⁽¹⁸⁹⁾
- Eräät vertailuvälineet käyttävät sellaisia väittämiä kuin "paras ostos" merkitäkseen ei välttämättä halvimmat tarjoukset, vaan ne, jotka antavat rahoille parhaan vastineen. "Paras ostos" -väittämien kriteereitä koskevien tietojen mainitsematta jättäminen saattaa olla harhaanjohtavaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan nojalla.

2.9.2. Piilomarkkinointi / kaupallisen tarkoituksen mainitsematta jättäminen

Direktiivin 7 artiklan 2 kohdan mukaisesti **kaupallisen tarkoituksen mainitsematta jättämistä pidetään harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä**, jos se todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

Myös sähköistä kaupankäyntiä koskevassa direktiivissä⁽¹⁹⁰⁾, audiovisuaalisia mediapalveluja koskevassa direktiivissä⁽¹⁹¹⁾ ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivissä⁽¹⁹²⁾ säädetään tiettyjä tähän liittyviä vaatimuksia, jotka koskevat kaupallista viestintää ja sähköpostin lähettämistä suoramarkkinointitarkoituksessa. Erästä tiettyä piilomarkkinoinnin näkökohtaa säännellään myös kuluttajanoikeusdirektiivin 8 artiklan 5 kohdalla.

Kuluttajanoikeusdirektiivin 8 artiklan 5 kohta:

"Jos elinkeinonharjoittaja ottaa yhteyden kuluttajaan puhelimitse etäsopimuksen tekemistä varten, hänen on kuluttajan kanssa käymänsä keskustelun aluksi ilmoitettava henkilöllisyytensä ja tapauksen mukaan sen henkilön henkilöllisyys, jonka puolesta hän ottaa yhteyttä, sekä puhelun kaupallinen tarkoitus [...]."

⁽¹⁸⁹⁾ Puolan kilpailu- ja kuluttajansuojaviraston päätös nro DDK 7/2014.

⁽¹⁹⁰⁾ Direktiivi 2000/31/EY.

⁽¹⁹¹⁾ Direktiivi 2010/13/EU.

⁽¹⁹²⁾ Direktiivi 2002/58/EY.

Näissä säännöksissä keskitytään tiettyihin kaupallisiin menettelyihin tai aloihin, kun taas direktiivin 7 artiklan 2 kohdan soveltamisala on yleinen ja laajempi ja kattaa kaikki kaupalliset menettelyt.

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin elinkeinonharjoittajaa vastaan, joka kutsui kuluttajia kokouksiin tarjoamalla heille ilmaisen terveystarkastuksen osana ”Huolehdiin terveydestäni” -ohjelmaa. Elinkeinonharjoittaja jätti mainitsematta sen seikan, että koko-usten päätarkoituksena oli esitellä tuotteita niiden myymiseksi kuluttajille. ⁽¹⁹³⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohdan lisäksi direktiivillä kielletään kaikissa olosuhteissa tietyt erityiset menettelyt, joissa jätetään mainitsematta kaupallinen tarkoitus.

Liitteessä I olevassa 11 kohdassa kielletään ”[t]iedotusvälineiden toimituksellisen sisällön käyttäminen tuotteen myynnin edistämiseen siten, että elinkeinonharjoittaja on maksanut myynninedistämisen mutta ei ilmoita sitä selvästi sisällössä tai kuluttajalle selkeästi tunnistettavin kuvin tai äänin (puffi)”.⁽¹⁹³⁾

Esimerkki:

Suuri sanomalehti ryhtyi yhteistyöhön erään televiestintäoperaattorin kanssa, joka rahoittaa sanomalehdessä otsikolla ”Digitaalielämää” julkaistavan erityisen osaston. Osasto ja kaikki sen aineisto, mukaan lukien sellaisten tuotteiden tunnetuksi tekeminen, jotka televiestintäoperaattori aikoo saattaa markkinoille, näyttää sanomalehden toimitukselliselta sisällöltä. Ainoa vihje yleisölle julkaistun aineiston kaupallisesta luonteesta on varsin huomaamaton teksti ”yhteistyössä [teleoperaattorin tavaramerkki] kanssa”. Tämän menettelyn todettiin rikkovan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevaa 11 kohtaa. ⁽¹⁹⁴⁾

Liitteessä I olevassa 22 kohdassa kielletään ”[p]erättömän väitteen esittäminen tai perättömän vaikutelman luominen siitä, että elinkeinonharjoittaja ei toimi tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino- tai ammattitoimintaansa, tai esiintyminen vilpillisesti kuluttajana”.

Direktiivin 7 artiklan 2 kohta ja liitteessä I olevat 11 ja 22 kohta voivat olla erityisen merkityksellisiä verkkokauppiaille (ks. sosiaalista mediaa koskeva 4.2.5 kohta ja vaikuttajamarkkinointia koskeva 4.2.6 kohta).

2.9.3. Epäselvällä tavalla annetut olennaiset tiedot

Direktiivin 7 artiklan 2 kohdan mukaisesti olennaisten tietojen antaminen ”epäselvällä, käsittämättömällä tai moniselitteisellä tavalla tai väärrään aikaan” on harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä, jos se todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että elinkeinonharjoittaja rikkoi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklaa, koska se tiedotti kuluttajille näiden oikeuksista epäselvästi, moniselitteisesti eikä riittävän ymmärrettävästi. Elinkeinonharjoittaja oli ilmoittanut kuluttajille näiden peruuttamisoikeudesta antamalla heille hallituksen asetuksen koko tekstin. Tuomioistuin katsoi, että tekstissä viitattiin lukuisiin säännöksiin, joita ei sovelleta kyseisiin sopimuksiin ja että hallituksen asetuksen koko tekstin toimittamista ei voida katsoa tiedottamiseksi, jonka avulla kuluttajat voivat yksinkertaisesti ja konkreettisesti saada tietoa edellytyksistä, jotka koskevat heidän oikeuttaan peruuttaa sopimus. ⁽¹⁹⁵⁾
- Eräs puhelinoperaattori mainosti televisiossa matkapuhelinliittymää korostamalla erityisiä hintaetuja, mutta tarjouksen rajoitukset ja ehdot esitettiin vain pienellä tekstillä, joka oli näkyvissä ruudussa hyvin lyhyen ajan. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että huolimatta käytetyn välineen (televisio) tilaa ja aikaa koskevista rajoituksista elinkeinonharjoittajalla ei ollut mitään estettä esittää tällaiset keskeiset seikat selvemmin. Näin ollen mainonnan katsottiin olevan harhaanjohtavaa siltä osin kuin olennaisia tietoja oli jätetty mainitsematta. ⁽¹⁹⁶⁾

⁽¹⁹³⁾ Puolan kilpailu- ja kuluttajansuojaviraston päätös nro RPZ 6/2015.

⁽¹⁹⁴⁾ Årenden 2016/53 ja 2015/1000.

⁽¹⁹⁵⁾ Päätös nro K. 27.272/2014, Győrin hallinto- ja työtuomioistuin.

⁽¹⁹⁶⁾ KKO 2011:65.

— Vaatimusta olennaisten tietojen antamisesta selkeällä, ymmärrettävällä ja oikea-aikaisella tavalla koskeva rikkomus voisi muodostua tilanteessa, jossa verkkokauppiaan kohteena ovat tietyt jäsenvaltion kuluttajat ja jossa verkkokauppias antaa osan olennaisista tiedoista kyseisen maan kielellä mutta asettaa muita olennaisia tietoja saataville vain toisella kielellä⁽¹⁹⁷⁾ esimerkiksi vakioehdoissa.⁽¹⁹⁸⁾ Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen tällaisissa tapauksissa on täydentävää ja direktiivin kuitenkin rajoittamatta unionin muun oikeuden mukaisesti säädettyjä tarkempia kielivaihtimuksia, kuten direktiivissä 2011/83/EU säädettyä etäsopimuksia ja muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehtyjä sopimuksia koskevaa sääntelyvaihtoehtoa (ks. kuluttajaoikeusdirektiiviä koskevien ohjeiden 4.1.8 kohta).

2.9.4. Asiasyhteys ja käytetyn viestintävälineen rajoitukset

Direktiivin 7 artiklan 1 kohdassa korostetaan, että kaupallisen menettelyn harhaanjohtavuuden arvioimiseksi sitä on tarkasteltava ”sen asiasyhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet sekä **viestintävälineen rajoitukset**”.

Direktiivin 7 artiklan 3 kohtaa olisi luettava yhdessä 7 artiklan 1 kohdan kanssa. Direktiivin 7 artiklan 3 kohdan mukaisesti arvioitaessa sitä, onko olennaisia tietoja jätetty mainitsematta, olisi otettava huomioon

— käytetyn viestintävälineen **paikkaan ja aikaan** liittyvät rajoitukset

— **elinkeinonharjoittajan** mahdollisesti **toteuttamat toimenpiteet** tietojen välittämiseksi kuluttajille muilla tavoin.

Edellä mainitut säännökset koskevat 7 artiklan kaikkia osia. Lisäksi 7 artiklan 4 kohdan johdantokappaleen mukaan elinkeinonharjoittajien ei tarvitse antaa ostokehutuksissa tietoja, jotka **ilmenevät asiasyhteydestä**.

Unionin tuomioistuin on selventänyt, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1 ja 3 kohdassa tarkoitetun harhaanjohtavan mainitsematta jättämisen arvioinnissa on otettava huomioon edellä mainitut seikat, vaikka tätä ei nimenomaisesti mainittaisi asianomaisen kansallisen lainsäädännön tekstissä, vaan se olisi esimerkiksi valmisteluasiakirjoissa.⁽¹⁹⁹⁾

Samassa asiassa antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin totesi myös, että käytetyn viestintävälineen asettamia paikkaan tai aikaan liittyviä rajoituksia on punnittava asianomaisen tuotteen luonteeseen ja ominaispiirteisiin nähden. On arvioitava, onko elinkeinonharjoittaja katsonut mahdolltomaksi sisällyttää tietoja tai antaa ne selkeästi. Jos kaikkia tuotetta koskevia olennaisia tietoja ei ole mahdollista sisällyttää tuotteeseen, elinkeinonharjoittaja voi viitata tuotteensa verkkosivustoonsa. Verkkosivustolla on kuitenkin oltava tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista edellytyksistä 7 artiklassa asetettujen vaatimusten mukaisesti.⁽²⁰⁰⁾

Direktiivin 7 artiklan 2 kohdan mukaisesti olennaisten tietojen antaminen ”epäselvällä, käsittämättömällä tai moniselitteisellä tavalla tai väärään aikaan” on harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä, jos se todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muuten ei olisi tehnyt.

Esimerkki:

Eräs puhelinoperaattori mainosti televisiossa matkapuhelinliittymää korostamalla erityisiä hintaetuja, mutta tarjouksen rajoitukset ja ehdot esitettiin vain pienellä tekstillä, joka oli näkyvissä ruudussa hyvin lyhyen ajan. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että huolimatta käytetyn välineen (televisio) tilaa ja aikaa koskevista rajoituksista elinkeinonharjoittajalla ei ollut mitään estettä esittää tällaiset keskeiset seikat selvemmin. Näin ollen mainonnan katsottiin olevan harhaanjohtavaa siltä osin kuin olennaisia tietoja oli jätetty mainitsematta.⁽²⁰¹⁾

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan a alakohdassa todetaan myös, että ostokehutuksissa on otettava huomioon viestintäväline ja tuote, kun selvitetään, onko tuotteen **pääominaisuuksia** pidettävä olennaisina tietoina.

⁽¹⁹⁷⁾ Kansallisten tuomioistuinten ja viranomaisten on arvioitava vaikutus keskivertokuluttajan kaupalliseen ratkaisuun. Esimerkiksi jäsenvaltiossa, jossa kuluttajat yleensä ymmärtävät englantia, vaikka kyse olisi vieraasta kielestä, tiettyjen tietojen antaminen vain englanniksi ei välttämättä ole harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä.

⁽¹⁹⁸⁾ Vakiosopimusehtoja arvioidaan direktiivin 93/13/ETY mukaisesti (ks. myös 1.2.4 kohta, joka koskee vuorovaikutusta kuluttajajäsenpöytäkirjojen kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin kanssa).

⁽¹⁹⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 26.10.2016, C-611/14, Canal Digital Danmark, 29 kohta.

⁽²⁰⁰⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 26.10.2016, C-611/14, Canal Digital Danmark, 62 ja 63 kohta.

⁽²⁰¹⁾ KKO 2011:65.

Asiassa Ving Sverige antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin katsoi, että ”voi olla riittävää mainita tuotteen pääominaisuuksista vain joitakin, mikäli elinkeinonharjoittaja viittaa muilta osin internetsivustoonsa, jos internetsivustolla on tämän direktiivin 7 artiklassa säädettyjen edellytysten mukaiset olennaiset tiedot tuotteen pääominaisuuksista, hinnasta ja muista ehdoista”.⁽²⁰²⁾

Koska tiedot tuotteen **täydestä hinnasta ja pääominaisuuksista** ovat merkittäviä kuluttajan ostopäätöksen kannalta, ne olisi esitettävä näkyvästi.

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin piti harhaanjohtavana lehtistä, jossa väitettiin, että kuluttajat olisivat voineet säästää kolme prosenttia tekemistään ostoksista käyttämällä lehtisessä mainostettua luottokorttia. Tuomioistuin katsoi, että lehtisen yleisluonteinen väittämä sai kuluttajat uskomaan, että säästöjä syntyisi kaikenlaisista kyseisellä luottokortilla tehdyistä ostoksista, vaikka todellisuudessa niille oli asetettu huomattavia rajoituksia. Tällaiset rajoitukset täsmennettiin vain sopimusehdoissa: tätä ei pidetty riittävänä, koska olennaisia tietoja mainostetun tuotteen ominaisuuksista oli jätetty mainitsematta.⁽²⁰³⁾

Tuotteen **pääominaisuuksia** koskevien vaadittujen tietojen yleistä laajuutta on arvioitava ostoehotuksen asiayhteyden, tuotteen tyypin ja käytetyn viestintävälineen perusteella.

2.9.5. Ostoehotusten olennaiset tiedot – 7 artiklan 4 kohta

Ostoehotukset

2 artiklan i alakohhta

”ostoehotuksella” [tarkoitetaan] kaupallista viestiä, jossa ilmaistaan tuotteen ominaispiirteet ja hinta käytetyllä kaupallisen viestinnän keinolle asianmukaisella tavalla ja näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen;

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa pidetään tiettyjä tietoja olennaisina **ostoehotusten** osalta. Tämä tarkoittaa, että elinkeinonharjoittajien on annettava kuluttajille nämä tiedot, elleivät ne käy asiayhteydestä muutoin ilmi.

Tuotteen ominaispiirteet ilmaistaan aina, jos tuotteeseen viitataan sanallisesti tai visuaalisesti. Tästä poikkeava tulkinta saattaisi kannustaa elinkeinonharjoittajia antamaan epämääräisiä tuotekuvaus- tai jättämättä mainitsematta tietoja kaupallisissa tarjouksissaan kiertääkseen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa säädettyjä tiedotusvaatimuksia.

Direktiivin 2 artiklan i alakohdassa olevan määritelmän loppuosa (”ja näin mahdollistetaan kuluttajalle ostoksen tekeminen”) ei edellytä sitä, että kaupallisessa viestissä kuluttajalle annetaan mekanismi varsinaista ostamista varten (esimerkiksi puhelinnumero tai kuponki). Se tarkoittaa, että tuotemarkkinoinnissa annettujen tietojen on oltava **riittävät, jotta kuluttaja voi tehdä päätöksen siitä, ostaako hän tietyn tuotteen tiettyyn hintaan**.

Asiassa Ving Sverige antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin katsoi seuraavaa:

”Jotta kaupallinen viesti voidaan määritellä ostoehotukseksi, ei näin ollen ole tarpeen, että siinä annetaan tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus tai että kaupallinen viesti esitetään sellaisen mahdollisuuden yhteydessä.”⁽²⁰⁴⁾

Ostoehotus on käsitteenä kapeampi kuin mainonta, eikä kaikkia kaupallisia viestejä katsota 2 artiklan i alakohdassa tarkoitetuksi ostoehotukseksi.

Ostoehotus on kuitenkin laajempi käsite kuin ennen sopimuksen tekemistä annettavat tiedot. Vaatimukset ennen sopimuksen tekemistä annettavista tiedoista koskevat tietoja, jotka on annettava, ennen kuin kuluttaja tekee sopimuksen, kun taas ostoehotus ei välttämättä edellytä, että kuluttajan seuraava askel on sopimuksen tekeminen elinkeinonharjoittajan kanssa.

Esimerkki:

Radiomainos, joka sisältää tuotteen ominaispiirteet ja hinnan, on ostoehotus, mutta sitä ei tavallisesti katsota ennen sopimuksen tekemistä annettaviksi tiedoiksi.

⁽²⁰²⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 12.5.2011, C-122/10, Konsumentombudsmannen v. Ving Sverige AB, 59 kohta.

⁽²⁰³⁾ Audiencia Provincial de Madrid Sentencia n° 270/2014. Eräessä toisessa espanjalaisen tuomioistuimen käsittelemässä asiassa päädyttiin samanlaisiin päätelmiin: Juzgado de lo Mercantil de Madrid Sentencia n° 704/2012.

⁽²⁰⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 12.5.2011, C-122/10, Konsumentombudsmannen v. Ving Sverige AB, 32 kohta.

Tämä ero on erityisen tärkeä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja kuluttajanoikeusdirektiivin välisen vuorovaikutuksen suhteen. Monenlaista kaupallista viestintää voidaan tavallisesti pitää ostokehotuksena.

Esimerkkejä:

- Lentoyhtiön verkkosivustolla esitetään tarjouksia lennoista ja niiden hinnoista.
- Postimyyntimainos ⁽²⁰⁵⁾.
- Supermarketin lehtinen, jossa mainostetaan tiettyjen tuotteiden alennettuja hintoja.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaan elinkeinonharjoittajat voivat valita, sisällyttävätkö he hinnan kaupallisiin viesteihinsä. Kaupallista viestiä tai mainosta, joka sisältää kattavan kuvauksen tuotteen tai palvelun luonteesta, ominaisuuksista ja hyödyistä mutta **ei sen hinnasta, ei voida pitää** sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan 1 alakohdassa tarkoitettuna **ostokehotuksena**. Esimerkki kaupallisista viesteistä, jotka eivät ole ostokehotuksia, ovat mainokset, joilla tehdään tunnetuksi elinkeinonharjoittajan tavaramerkkiä pikemmin kuin jotain tiettyä tuotetta (niin kutsuttu brändimainonta).

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin katsoi tuomiossaan, että mainos, jossa kehoitetaan kuluttajaa käymään tietyllä verkkosivustolla saadakseen vakuutustarjouksen, ei ole ostokehutus. ⁽²⁰⁶⁾

Olennaiset tiedot

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa luetaan joukko olennaisina pidettyjä vaadittuja tietoja. Näin varmistetaan mahdollisimman suuri oikeusvarmuus kuluttajille tässä erittäin tärkeässä asiassa. ⁽²⁰⁷⁾ Direktiivin 7 artiklan 4 kohdalla pyritään varmistamaan, että kun elinkeinonharjoittajat tekevät kaupallisia tarjouksia, ne antavat samanaikaisesti ymmärrettävällä ja yksiselitteisellä tavalla **riittävästi tietoja, jotta kuluttaja voi tehdä perustellun ostopäätöksen, jolleivät nämä tiedot jo ilmene asiayhteydestä**.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa vaadittujen tietojen jättäminen antamatta kuluttajille ostokehotuksessa on **harhaanjohtava mainitsematta jättäminen**, jos se todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

Unionin tuomioistuin on täsmentänyt, että 7 artiklan 4 kohta sisältää tyhjentävän luettelon niistä olennaisista tiedoista, jotka on sisällytettävä ostokehotukseen. Se, että elinkeinonharjoittaja antaa kaikki 7 artiklan 4 kohdassa luettellut tiedot, ei kuitenkaan estä pitämästä tätä kehotusta 6 artiklan 1 kohdassa tai 7 artiklan 2 kohdassa tarkoitettuna harhaanjohtavana menettelynä. ⁽²⁰⁸⁾

Jotta **elinkeinonharjoittajille** ei kuitenkaan aseteta **tarpeettomia ja kohtuuttomia tiedotusvaatimuksia**, 7 artiklan 4 kohdan vaatimukset eivät ole staattisia ja niissä edellytetään eri tietoja tilanteen mukaan. Tämä seuraa etenkin 7 artiklan 1, 3 ja 4 kohdassa annetuista selvennyksistä, joiden mukaisesti asiayhteys ja käytetyn viestintävälineen rajoitukset on otettava huomioon, kuten edellisessä kohdassa todetaan.

Asiassa Verband Sozialer Wettbewerb oli kyse alustan julkaisemasta mainoksesta, jossa esiteltiin erilaisia tuotteita, joita ei tarjonnut alusta itse vaan alustan kolmansia osapuolia olevat myyjät. ⁽²⁰⁹⁾ Markkinapaikka helpotti elinkeinonharjoittajien ja ostajien, mukaan lukien kuluttajat, välisten sopimusten tekemistä. Unionin tuomioistuin selvensi, että mainosta voidaan arvioida 7 artiklan 4 kohdan nojalla erityisesti sen varmistamiseksi, että kaikki olennaiset tiedot, kuten tiettyjä tuotteita tarjoavien elinkeinonharjoittajien nimet, on toimitettu, ottaen huomioon **paikkaan liittyvät rajoitukset ja muut tapaukseen liittyvät erityiset seikat**. Unionin tuomioistuin selvensi myös 7 artiklan 3 kohdassa tarkoitettuja paikkaan liittyviä rajoituksia, jotka voisivat oikeuttaa jättämään pois kunkin toimijan maantieteellisen osoitteen ja henkilöllisyyden. Tällaiset tiedot on kuitenkin toimitettava yksinkertaisesti ja nopeasti alustalle pääsyn yhteydessä. ⁽²¹⁰⁾

⁽²⁰⁵⁾ Esimerkiksi lehdessä olevassa ilmoituksessa myydään t-paitoja. Saatavilla olevien t-paitojen hinnat ja koot ilmoitetaan ilmoituksessa ja ilmoituksen alaosa on tilauslomake, joka voidaan täyttää ja lähettää maksu mukaan liittäen suoraan vähittäiskauppiaille.

⁽²⁰⁶⁾ Antwerpenin kauppatuomioistuin, 29. toukokuuta 2008, Federatie voor verzekerings- en financiële tussenpersonen v. ING Insurance Services NV ja ING België NV.

⁽²⁰⁷⁾ Johdanto-osan 14 kappaleessa selvennetään, että "[m]ainitsematta jättämisten osalta tässä direktiivissä yksilöidään rajoitettu joukko keskeisiä tietoja, joita kuluttaja tarvitsee perustellun kaupallisen ratkaisun tekemiseen".

⁽²⁰⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 26.10.2016, C-611/14, Canal Digital Danmark, 71 kohta.

⁽²⁰⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 30.3.2017, asia C-146/16, Verband Sozialer Wettbewerb.

⁽²¹⁰⁾ Ks. edellinen alaviite, 28–30 kohta.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan a alakohdassa selvennetään erityisesti, että ostokehoituksissa on otettava huomioon viestintäväline ja tuote, kun selvitetään, onko tuotteen **pääominaisuuksia** koskevia olennaisia tietoja jätetty mainitsematta.

Tuotteen pääominaisuuksien määrittäminen **riippuu näin ollen tarkasteltavana olevasta tuotteesta** ja siitä, mitä voidaan pitää asianmukaisena, **kun otetaan huomioon kauppiaan** kaupallisessa viestinnässä **käyttämä viestintäväline**.

Tavaroiden pääominaisuuksia koskevat tiedot voivat olla saatavilla jo tavaroiden ulkonäöstä, pakkauksista tai merkinnöistä, joihin kuluttaja voi tutustua myyntihetkellä. Monimutkaisemmat tavarat saattavat edellyttää lisätietojen ilmoittamista kaupassa tai verkkosivuilla olevissa tuotekuvauksissa, jotta niiden pääominaisuudet voidaan määrittää.

Näiden viimeksi mainittujen tuotteiden **ominaisuudet ja rajoittavat ehdot, joita keskivertokuluttajat eivät yleensä odota** tietyn tuoteryhmän tai -tyypin osalta, on erityisesti ilmoitettava kuluttajalle, sillä ne ovat erityisen todennäköisesti omiaan vaikuttamaan heidän kaupallisiin ratkaisuihinsa. Tällaisia ominaisuuksia voisivat olla esimerkiksi palvelun keston tai luonteen ja suorituskyvyn rajoittaminen (esimerkiksi se, onko **internet-valokuitupalvelu** kuitu kotiin -palvelu vai muunlainen palvelu) tai tavaroiden tietty koostumus tai eritelmä (esimerkiksi jalokivien, kuten timanttien, **synteettinen** alkuperä).

Turvallisuusvaroitukset saattavat tapauskohtaisen arvioinnin mukaan muodostaa tuotteen 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitetun pääominaisuuden. Tällä hetkellä tuoteturvallisuutta koskevassa EU:n alakohtaisessa lainsäädännössä tavallisesti edellytetään, että elinkeinonharjoittajat tiedottavat turvallisuuskysymyksistä itse tuotteessa ja/tai sen pakkauksessa. Verkkomyynnin tapauksessa kuluttajien voi tästä syystä olla vaikeaa tehdä todella tietoon perustuvia kaupallisia ratkaisuja, mikäli asianomaisella verkkosivustolla ei ole luettavissa olevaa kuvaa tuotteen tai pakkauksen merkinnöistä. Lelujen turvallisuudesta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/48/EY⁽²¹¹⁾ 11 artiklan 2 kohdassa säädetään merkittävästä poikkeuksesta tähän lähestymistapaan, sillä siinä edellytetään nimenomaisesti, että esimerkiksi käyttäjien vähimmäis- tai enimmäisikää koskevien lelujen turvallisuusvaroitukset on esitettävä selvästi näkyvällä tavalla ennen ostamista, verkko-ostokset mukaan luettuna. Useimpien muiden tuotteiden osalta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä voidaan käyttää oikeusperustana, jonka nojalla elinkeinonharjoittajat veloitetaan erityisesti markkinoidessaan tuotteita verkossa tiedottamaan kuluttajille niistä turvallisuuskohdista, joita tuotteen luonne huomioon ottaen voidaan pitää 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitettuina pääominaisuuksina.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan b alakohdan mukaan se, ettei kuluttajille kerrota elinkeinonharjoittajan **maantieteellistä osoitetta ja henkilöllisyyttä, voi olla harhaanjohtava mainitsematta jättäminen**.

Esimerkki:

Verkossa toimivaa treffivälityspalvelua koskevassa asiassa kansallinen tuomioistuin määräsi elinkeinonharjoittajan esittämään nimensä, osoitteensa, rekisteröintinumeronsa ja sähköpostiosoitteensa suoralla ja pysyvällä tavalla markkinoidessaan verkossa tarjoamiaan palveluja. Tuomioistuimen näkemyksen mukaan se, että elinkeinonharjoittaja ei julkaissut verkkosivustollaan oikeaa osoitettaan eikä mitään sähköpostiosoitetta, oli harhaanjohtava mainitsematta jättäminen, joka todennäköisesti saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.⁽²¹²⁾

Toisaalta elinkeinonharjoittajan henkilöllisyyttä koskevien tietojen voidaan joskus katsoa **ilmenevän asiayhteydestä** 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitetulla tavalla.

Esimerkkejä:

- Sellaisen myymälän tai ravintolan osoite, jossa kuluttaja jo on.
- Verkkokauppojen osalta sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 5 artiklassa edellytetään, että elinkeinonharjoittajat asettavat nimensä, osoitteensa ja muut yhteystietonsa, mukaan lukien sähköpostiosoite, **saataville helposti, välittömästi ja pysyvästi**. Lisäksi sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 10 artiklan mukaan tietyt tiedot (muun muassa tarvittavista teknisistä vaiheista ennen sopimuksen muodollista tekemistä) on toimitettava myös ennen tilauksen tekemistä.

Tapauskohtaisen arvioinnin mukaan elinkeinonharjoittajan **kaupanimen** mainitseminen saattaa riittää 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa asetetun **elinkeinonharjoittajan henkilöllisyyttä** koskevan vaatimuksen täyttämiseksi. **Virallinen nimi** on ilmoitettava myyntisopimuksen ehdoissa, mutta sitä ei välttämättä katsota 7 artiklan 4 kohdassa tarkoitetuksi olennaiseksi tiedoksi.

⁽²¹¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/48/EY, annettu 18 päivänä kesäkuuta 2009, lelujen turvallisuudesta (EUVL L 170, 30.6.2009, s. 1).

⁽²¹²⁾ MD 2015:2, 9. maaliskuuta 2015.

Esimerkki:

Pikaruokayrityksen ei tarvitse mainosaineistossaan täsmentää oikeudellista asemaansa (kuten Ltd, SA, SARL tai Inc).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa säädetyn vaatimuksen lisäksi kuluttajanoikeusdirektiivissä säädetään elinkeinonharjoittajan **yhteystietoja** koskevista lisävaatimuksista erityisesti 5 artiklan 1 kohdassa (elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tapahtuva myynti) ja 6 artiklan 1 kohdassa (muu kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tapahtuva myynti ja etämyynti).

Sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 5 artiklan 1 kohdan c alakohdassa edellytetään verkossa toimivien palveluntarjoajien huolehtivan siitä, että palvelun vastaanottajat ja toimivaltaiset viranomaiset saavat ”palvelun tarjoajan yhteystiedot, mukaan lukien **sähköpostiosoite**, jotka mahdollistavat nopean yhteydenoton sekä suoran ja tehokkaan viestinnän tämän kanssa”.

Sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien elinkeinonharjoittajien sähköpostiosoitteet saattavat näin ollen olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdan mukaisia olennaisia tietoja. Näiden tietojen olisi oltava helposti löydettävissä (eli ei vain yleisissä ehdoissa) ja saatavilla välittömästi ja pysyvästi.

Lisäksi yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisesti rekisterinpitäjän on toimitettava rekisteröidylle tiettyjä pakollisia tietoja, muun muassa rekisterinpitäjän ja tarvittaessa rekisterinpitäjän edustajan henkilöllisyys (ja yhteystiedot), paitsi jos rekisteröidyllä jo on nämä tiedot.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan c alakohdassa edellytetään, että elinkeinonharjoittajat ilmoittavat ostokehoituksessa **kokonaishinnan (tai lopullisen hinnan)**. Tähän on sisällyttävä kaikki sovellettavat verot (esimerkiksi alv) ja maksut. **Lopullisen hinnan täytyy** sisältää tarjouksen julkaisuaikakohtana pakolliset ja ennakoitavat sovellettavat **maksut ja verot**. Jos tuotteen luonteesta johtuen hintaa ei voida kohtuudella laskea etukäteen, kuluttajille on ilmoitettava asianmukaisesti hinnan laskutapa sekä tapauksen mukaan kaikki muut rahti-, toimitus- tai postimaksut tai, ellei näitä kustannuksia voida kohtuudella laskea etukäteen, se, että kuluttaja voi joutua maksamaan tällaisia lisämaksuja (ks. myös kuluttajanoikeusdirektiivin 5 artiklan 1 kohta ja 6 artiklan 1 kohta).

Unionin tuomioistuin katsoi asiassa Canal Digital Danmark antamassaan tuomiossa, että kun elinkeinonharjoittaja ilmoittaa **tilauksen hinnan siten, että kuluttajan on maksettava sekä kuukausimaksu että puolivuositainen maksu**, tätä menettelyä on pidettävä 7 artiklassa tarkoitettuna harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä, jos markkinoinnissa korostetaan erityisesti kiinteää kuukausihintaa, kun taas puolivuositainen maksu jätetään kokonaan mainitsematta tai mainitaan ainoastaan kuukausihintaa huomaamattomammalla tavalla, jos tällainen laiminlyönti saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. ⁽²¹³⁾

Esimerkkejä:

- Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin erästä televiestintäoperaattoria vastaan, joka ei ilmoittanut kuluttajille, että näiden oli maksettava aktivointimaksu voidakseen käyttää tarjottuja palveluja. Kuluttajille kerrottiin tästä vasta sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen. ⁽²¹⁴⁾
- Kuluttajaviranomainen määräsi hallinnollisen sakon televiestintäoperaattorille, joka peri maksuja, joista kuluttajille ei ollut ilmoitettu, sellaisten palvelujen tarjoamisesta, joita yritys ei voinut toimittaa. ⁽²¹⁵⁾
- Kansallinen tuomioistuin piti voimassa kunnan päätöksen määrätä sakko internetpalvelujen tarjoajalle, joka ei ollut esittänyt palvelujensa kokonaishintaa kaupallisissa tarjouksissaan erityisesti siten, että se jätti pois hinnasta verkkomaksut ja verot. ⁽²¹⁶⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan nojalla ”**alkaen-hintojen**” käyttäminen, eli hinnan ilmoittaminen ”alkaen” tietystä vähimmäismäärästä, on sallittua, ellei lopullista hintaa voida ”kohtuudella laskea etukäteen” tuotteen luonteesta johtuen.

⁽²¹³⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 26.10.2016, C-611/14, Canal Digital Danmark, 46–49 kohta.

⁽²¹⁴⁾ Päätös nro RBG 38/2014.

⁽²¹⁵⁾ 16. heinäkuuta 2015 – Stoppa Telefonförsäljning Limited -yritystä koskeva hallinnollinen päätös.

⁽²¹⁶⁾ Tribunal Superior de Justicia de Madrid Sala de lo Contencioso Administrativo Sección 10, nro 112/2014.

Esimerkki:

Matkatoimisto ilmoitti tiettyjen lentojen ja pakettimatkojen hinnat alkaen-hintoina. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei suljeta pois alkaen-hintojen käyttöä, mikäli annetut tiedot täyttävät direktiivin vaatimukset, kun tosiasiallisen tapauksen olosuhteet otetaan huomioon. Se katsoi, että "[s]e, että mainitaan ainoastaan alkaen-hinta, voidaan näin ollen perustella tapauksissa, joissa hintaa ei voida kohtuudella laskea etukäteen, kun otetaan huomioon muun muassa tuotteen luonne ja ominaispiirteet".⁽²¹⁷⁾

Vähimmäishinnan olisi kuitenkin oltava mainoksen mukaan tiettyihin tuotteisiin sovellettava **todellinen hinta**.

Esimerkki:

Yritys mainosti asuntoja sellaisilla lausumilla kuin "Halvempaa kuin luulet. Hinnat alkaen 2 150 euroa neliömetriltä." Osoitautui kuitenkin, että asuntoja ei ollut saatavilla ilmoitettuun hintaan. Lisäksi ilmoitettuun hintaan ei sisältynyt arvonlisäveroa. Kuluttajaviranomainen totesi, että tämä kaupallinen menettely on harhaanjohtava.⁽²¹⁸⁾

Kaupalliset menettelyt, joissa elinkeinonharjoittajat mainostavat olemattomia hintoja, saattavat rikkoa myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevia 5 ja 6 kohtaa, koska niitä voidaan pitää täkymainontana (5 kohta) tai täkymyyntinä (6 kohta).

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan d alakohdan mukaisesti elinkeinonharjoittajien on annettava tietoja **maksujärjestelyistä, toimituksesta ja suorittamisesta**, mikäli ne poikkeavat huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksista. Tämä tarkoittaa, että tällaiset tiedot on esitettävä vain, jos nämä järjestelyt aiheuttavat kuluttajalle haittaa verrattuna sellaiseen erikois- taidon ja huolellisuuden tasoon, jota elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa osoittavan kuluttaja kohtaan.

Vaatus antaa tietoja **valitusten käsittelyihin sovellettavasta käytännöstä** poistettiin direktiivillä (EU) 2019/2161 tehdyillä muutoksilla. Nämä tiedot ovat merkityksellisimpiä sopimuksen tekoa edeltävässä vaiheessa, josta säädetään jo kuluttajanoikeusdirektiivissä, joten vaatimus toimittaa tiedot osto-kehotuksissa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisessa mainontavaiheessa ei ollut tarpeen.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan e alakohdassa säädetään, että **irtisanomis- tai peruuttamisoikeus** on mainittava osto-kehotuksissa, jos sellainen on. Tämän vaatimuksen mukaan elinkeinonharjoittajien on vain ilmoitettava kuluttajille tällaisten oikeuksien olemassaolosta kertomatta lähemmin niiden harjoittamisen edellytyksistä ja menettelyistä.

Kuluttajanoikeusdirektiivissä säädetään lisää sääntöjä tiedoista, jotka kuluttajalle on annettava ennen sopimuksen tekemistä esimerkiksi sähköisen kaupankäynnin verkkosivustoilla, myyjän kotikäynnillä tai puhelinmyynissä (5 artiklan 1 kohdan d alakohta ja 6 artiklan 1 kohdan g alakohta).

Kyseisessä direktiivissä edellytetään esimerkiksi, että elinkeinonharjoittaja toimittaa tiedot "kokonaishinnasta" ennen kuin kuluttaja tulee sidotuksi sopimukseen (5 artiklan 1 kohdan c alakohta ja 6 artiklan 1 kohdan e alakohta). Lisäksi kuluttajalla on oikeus saada takaisin kaikki lisämaksut, joihin hän ei ole antanut nimenomaista suostumustaan, vaan elinkeinonharjoittaja on päättänyt sen käyttämällä oletusvalintoja, kuten ennalta rastitettuja ruutuja (22 artikla).

Kun kyse on etäsopimuksista tai muualla kuin toimitiloissa tehdyistä sopimuksista, elinkeinonharjoittajan on annettava tietoja peruuttamisoikeuden käyttämiseen liittyvistä ehdoista, määräajoista ja menettelyistä. Sen on myös toimitettava kuluttajanoikeusdirektiivin liitteessä I olevassa B osassa esitetty malliperuuttamislomake (6 artiklan 1 kohdan h alakohta).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan f alakohdassa sekä 4 a ja 6 kohdassa säädettyjä velvoitteita, jotka koskevat **verkoissa toimivia markkinapaikkoja, hakutulosten läpinäkyvyyttä ja käyttäjien arvosteluja**, käsitellään 4.2 kohdassa.

⁽²¹⁷⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 12.5.2011, C-122/10, Konsumentombudsmannen v. Ving Sverige AB, 64 kohta.

⁽²¹⁸⁾ Päätös nro RWA-25/2010, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura w Warszawie, 28. joulukuuta 2010, Eko-Park S.A.

2.9.6. Ilmaiset kokeilut ja tilausansat

Ilmaiset kokeilut ovat markkinointiväline, jossa kuluttajat voivat tilata tuotteen tai palvelun ilmaiseksi tai pientä korvausta (esimerkiksi näytteen postimaksuja) vastaan. Joissakin ilmaisissa kokeiluissa on kyse sopimattomista kaupallisista menettelyistä, jotka johtavat kuluttajia tekemään jatkuvia tilauksia. Verkossa olevia ilmaisia kokeiluja ja tilausansoja koskevassa vuonna 2017 tehdyssä komission tutkimuksessa ⁽²¹⁹⁾ todettiin, että useat jäljempänä kuvatut käytännöt ovat yleisiä.

Jos elinkeinonharjoittaja **ei anna tietoja maantieteellisestä osoitteestaan ja henkilöllisyydestään** ostokehoituksessa, hän saattaa rikkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan b alakohtaa. Lisäksi kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklan 1 kohdassa ja sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 5 artiklan 1 kohdan c alakohtassa edellytetään verkossa toimivien palveluntarjoajien asettavan saataville tiedot, joiden avulla kuluttajat voivat ottaa heihin yhteyttä. Näiden direktiivien vaatimuksia pidetään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdan mukaisina olennaisina tietoina.

Jos elinkeinonharjoittaja **ei ilmaise selvästi kuluttajille, että he saattavat tehdä tilauksen ilmoittautumalla ilmaiseen kokeiluun**, elinkeinonharjoittaja saattaa rikkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1 ja 2 kohtaa ja 4 kohdan a alakohtaa jättämällä mainitsematta olennaisia tietoja. Olosuhteista riippuen tämä saattaa olla myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan a alakohdan vastaista.

Tilauksen toistuvia kustannuksia koskevien tietojen mainitsematta jättäminen tai niiden antaminen epäselvällä tavalla saattaa olla vastoin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohtaa ja/tai 7 artiklan 1 ja 2 kohtaa ja 4 kohdan c alakohtaa.

Esimerkkejä:

- Televiestintäoperaattori mainosti mainostauluissa, että kuluttajat voivat saada joko kaksi tablettia tai yhden matkapuhelimen ja tabletin yhden zlotyn hintaan. Elinkeinonharjoittaja ei kuitenkaan ilmoittanut kuluttajille selvästi, että tämän tarjouksen hyödyntämiseksi näiden täytyi tehdä sekä 24 kuukauden liittymäsopimus että tuotteiden ostosopimus, joka sisälsi 36 kuukausittaista maksuerää. Kuluttajaviranomainen piti tätä mainontaa direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohtassa tarkoitettulla tavalla harhaanjohtavana. ⁽²²⁰⁾
- Komissio ja kansalliset kuluttajaviranomaiset toteuttivat vuonna 2021 toimia, jotka koskivat selvien tietojen puutetta tehtäessä ostoksia luottokorteilla, mikä voi aiheuttaa ongelmia, kuten toistuvia maksuja koskevien todellisten kustannusten salaamista piiloteksteillä tai pienellä kirjaimella kirjoitetulla tekstillä. ⁽²²¹⁾ Vaikka luottokorttiyritykset eivät hallinnoi näitä järjestelmiä, niiden on tiedotettava asiasta asianmukaisesti asiakkailleen. Maksuikkunassa, johon kuluttajat syöttävät luottokorttitietonsa tehdessään verkko-ostoksia, on usein tietoa ainoastaan kertaluonteisesta maksumäärästä, ei toistuvasta tilauksesta. Kuluttajille on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja maksupalveludirektiivin mukaisesti tiedotettava kaikkien maksutapahtumien, mukaan lukien toistuvat maksutapahtumat, erityisistä määristä.
- Vuonna 2020 kansallinen viranomainen määräsi kahden treffiverkkosivuston ylläpitäjälle sakkoja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin rikkomisesta verkkosivustojen tilausmallien osalta. Viranomainen totesi erityisesti, että vaikka verkkosivustoja mainostettiin ilmaisiksi, keskeisistä palveluista (esimerkiksi yhteydenotosta muihin käyttäjiin) peritään maksu, joten kuluttajille annettiin harhaanjohtavaa tietoa tilauksista, tilausten uusimisista ja maksuista. Lisäksi kuluttajien valitusten suuri määrä ja niiden huono käsittely osoittivat, että elinkeinonharjoittaja kieltäytyi muuttamasta viestintäkäytäntöjään. ⁽²²²⁾

Lisäksi kuluttajanoikeusdirektiivin 8 artiklan 2 kohdassa on erityisiä sääntöjä, joilla on tarkoitus parantaa maksujen avoimuutta verkossa. Direktiivin 8 artiklan 2 kohdan mukaisesti sähköisessä muodossa tehtävien etäsopimusten yhteydessä tavarant tai palvelun pääominaisuuksia, hintaa veroineen, sopimuksen kestoa ja kuluttajien velvollisuuksia koskevat tiedot on toimitettava selvästi ja helposti havaittavasti ja välittömästi ennen kuin kuluttaja tekee tilauksensa. Ei riitä, että nämä tiedot annetaan tilausprosessin aiemmissa vaiheissa. Lisäksi kuluttajalle on annettava mahdollisuus hyväksyä nimenomaisesti, että tilaukseen liittyy maksuvelvollisuus, mukaan lukien toistuvat summat, esimerkiksi käyttämällä yksiselitteisesti merkittyä tilausnäppäintä. Kuluttajalle olisi ilmoitettava selvästi sekä kertaluonteisen maksun määrä että mahdollisten myöhempien toistuvien maksujen määrä.

⁽²¹⁹⁾ Euroopan komissio, "Study on Misleading 'free' trials and subscription traps for consumers in the EU" (2017), saatavilla osoitteessa <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bf621260-9441-11e7-b92d-01aa75ed71a1>

⁽²²⁰⁾ Päätös nro RBG 32/2014.

⁽²²¹⁾ Lehdistötiedote 21. kesäkuuta 2021, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3127

⁽²²²⁾ Unkarin kilpailuviranomainen, 17. elokuuta 2020, VJ/19/2018, be2.hu ja academicsingles.hu.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittaja otti yhteyttä kuluttajiin puhelinmarkkinoinnin kautta edistääkseen ilmaisen pulmatehtäväkirjan ja siihen liittyvän sellaisen kuusikuukautisen tilauksen myyntiä, johon sisältyy viisi maksullista lisäkirjaa. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että annettujen tietojen ja ensimmäisen ilmaisen kirjan painottamisen perusteella kuluttajat saattoivat luulla sitoutuvansa kerta-luonteiseen maksuun, vaikka he itse asiassa tekivät tilauksen. Elinkeinonharjoittajan todettiin rikkoneen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan a alakohtaa, sillä se ei ollut antanut selkeitä tietoja tuotteen luonteesta. ⁽²²³⁾

Lisäksi tuotteen luonnehtiminen ilmaisulla ”**’ilmainen’, ’maksuton’ tai vastaavalla ilmaisulla**, jos kuluttajan on maksettava muita kuluja kuin kaupalliseen menettelyyn vastaamisesta ja tuotteen noutamisesta tai maksullisesta toimittamisesta aiheutuvat väistämättömät kulut” on kaupallinen menettely, jota **pidetään kaikissa olosuhteissa sopimattomana ja joka siten on kielletty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä**. Tämä perustuu direktiivin liitteessä I olevaan 20 kohtaan.

Toimitus, jota ei ole tilattu (maksun vaatiminen tuotteista, joita kuluttaja ei ole tilannut, tai tällaisten tuotteiden palautuksen tai säilyttämisen vaatiminen) on myös **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukainen kaikissa olosuhteissa kielletty** kaupallinen menettely. Tämä perustuu direktiivin liitteessä I olevaan 29 kohtaan.

2.10. 8 ja 9 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt

8 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt

Kaupallista menettelyä pidetään aggressiivisena, jos se asiayhteydessä, kun otetaan huomioon kaikki seikat ja olosuhteet, häirinnän, pakottamisen, fyysinen voimankäyttö mukaan luettuna, tai sopimattoman vaikuttamisen keinoin merkittävästi heikentää tai on omiaan merkittävästi heikentämään keskivertokuluttajan valinnanvapautta tai käyttäytymistä suhteessa tuotteeseen ja näin saa tai todennäköisesti saa hänet tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

9 artikla – Häirinnän, pakottamisen ja sopimattoman vaikuttamisen käyttäminen

Määritettäessä, käytetäänkö kaupallisessa menettelyssä häirintää, pakottamista, fyysinen voimankäyttö mukaan luettuna, tai sopimatonta vaikuttamista, huomioon otetaan:

- a) sen ajoitus, tapahtumapaikka, luonne ja kesto;
- b) uhkaava tai halventava kielenkäyttö tai käyttäytyminen;
- c) elinkeinonharjoittajan vaikuttaminen tuotetta koskevaan kuluttajan ratkaisuun käyttämällä tiedossaan olevia vastoinkäymisiä tai seikkoja, jotka ovat niin vakavia, että ne heikentävät kuluttajan arvostelukykyä;
- d) elinkeinonharjoittajan asettamat vaikeat ja kohtuuttomat sopimuksen ulkopuoliset esteet, kun kuluttaja haluaa käyttää sopimukseen sisältyviä oikeuksiaan, mukaan lukien oikeutta päättää sopimus tai vaihtaa tuotetta tai elinkeinonharjoittajaa;
- e) uhkaus ryhtyä toimiin, jotka eivät ole laillisesti mahdollisia.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä annetaan yksi koko EU:ssa sovellettavissa oleva aggressiivisten kaupallisten menettelyjen määritelmä. Direktiivillä **estetään elinkeinonharjoittajia käyttämästä myyntitapoja, jotka rajoittavat kuluttajan valinnan- tai toiminnanvapautta tuotteen suhteen ja vääristävät siten hänen taloudellista käyttäytymistään**.

Aggressiivisia kaupallisia menettelyjä ovat menettelyt, joissa käytetään **häirintää, pakottamista, fyysistä voimaa tai sopimatonta vaikuttamista**. Ne voivat liittyä käyttäytymiseen markkinointivaiheessa mutta myös menettelyihin, jotka tapahtuvat liiketoimen aikana tai sen jälkeen. Unionin tuomioistuin on selvittänyt, että kaupallista menettelyä voidaan pitää aggressiivisena ”vain, kun näitä seikkoja on arvioitu konkreettisesti ja täsmällisesti mainitun direktiivin 8 ja 9 artiklassa ilmaistujen edellytysten perusteella”, ellei arvioida liitteessä I lueteltuja kiellettyjä menettelyjä. ⁽²²⁴⁾

⁽²²³⁾ ECLI:NL:CBB:2018:465, College van Beroep voor het bedrijfsleven, 17/1282.

⁽²²⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 12.6.2019, C-628/17, Orange Polska, 31 kohta.

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin katsoi, että kaupallinen menettely on aggressiivinen ja sopimaton, jos se vaikuttaa kuluttajan kaupalliseen ratkaisuun ja lisäksi suoritetaan tiettyjä menetelmiä käyttämällä. Tämä merkitsee sitä, että aggressiiviseen menettelyyn on sisällyttävä elinkeinonharjoittajan aktiivista toimintaa ("häirintä, pakottaminen, fyysinen voimankäyttö mukaan lukien, tai sopimaton vaikuttaminen"), joka rajoittaa kuluttajan valinnanvapautta. ⁽²²⁵⁾

Aggressiivisiin menettelyihin voi sisältyä toimintatapoja, jotka kuuluvat jo muun kansallisen lainsäädännön, muun muassa sopimus- ja rikosoikeuden, soveltamisalaan. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä lisätään vielä yksi suojelukerros, joka voidaan aktivoida julkisen täytäntöönpanon keinoin tarvitsematta välttämättä käynnistää rikos- tai siviilioikeudellisia menettelyjä.

Direktiivin 9 artiklan c alakohdassa kielletään menettelyt, joilla elinkeinonharjoittaja **vaikuttaa kuluttajiin sopimattomalla tavalla** esimerkiksi käyttämällä tiedossaan olevia vastoinikäymisiä tai seikkoja, jotka ovat niin vakavia, että ne heikentävät kuluttajan arvostelukykyä. Lisätietoja tämän oikeusperustan merkityksestä digitaalisessa ympäristössä on 4.2.7 kohdassa.

Direktiivin 9 artiklan d alakohdassa esitetään elinkeinonharjoittajia asettamasta **kohtuuttomia sopimuksen ulkopuolisia esteitä**, jotka ovat haitaksi kuluttajille, jotka haluavat käyttää sopimukseen sisältyviä oikeuksiaan, mukaan lukien oikeus päättää sopimus tai vaihtaa tuotetta tai elinkeinonharjoittajaa. Tämä säännös on tärkeä erityisesti televiestintäsopimusten ⁽²²⁶⁾ ja energiapalvelusopimusten vaihtamista vaikeuttavien sopimuksen ulkopuolisten esteiden estämiseksi. Lisätietoja kuluttajien lukiutumisesta on 4.2.11 kohdassa.

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin katsoi, että menettely, jossa elinkeinonharjoittaja vaikeutti asiakkaidensa palvelusopimusten irtisanomista siinä määrin, että nämä joutuivat usein tosiasiallisesti automaattisten sopimuksen uusimisen ansaan, oli aggressiivinen kaupallinen menettely. ⁽²²⁷⁾

Direktiivin 9 artiklan e alakohta kattaa **uhkaukset ryhtyä toimiin, jotka eivät ole laillisesti mahdollisia**. Aggressiivisia menettelyjä tapahtuu usein kotimyyynnissä tai muussa elinkeinonharjoittajan toimitilojen ulkopuolella harjoitettavassa kulutustavaroiden myynnissä sekä aikaosuuksalalla. Aggressiivisia menettelyjä voi tapahtua myös velanperinnässä, joissa velkojen periminen annetaan kolmansien osapuolten tehtäväksi. Vaikeat tai kohtuuttomat palvelun vaihtamisen esteet olisi myös katsottava aggressiivisiksi menettelyiksi.

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen katsoi päätöksessään, että kuluttajan kutsuminen oikeuteen sellaisen tuomarin kuultavaksi, jolla ei ollut lainkäyttövaltaa ja joka ei ollut saanut asiaa koskevaa hakemusta elinkeinonharjoittajalta, oli aggressiivinen menettely. Sen tarkoitus oli pelotella kuluttajia sopimattoman vaikuttamisen avulla. ⁽²²⁸⁾

Unionin tuomioistuin on antanut lisäohjeita aggressiivisten menettelyjen arvioinnista tietyissä tapauksissa.

Asiassa Wind Tre antamassaan tuomiossa ⁽²²⁹⁾ unionin tuomioistuin katsoi, että SIM-korttien myynti esiasennetuilla ja esiaktivoiduilla palveluilla ilman, että kuluttajille tiedotetaan asianmukaisesti näistä palveluista ja niiden kustannuksista, voi olla **liitteessä I olevassa 29 kohdassa tarkoitettu sellaisten toimitusten, joita ei ole tilattu, kielletty aggressiivinen menettely**. Arvioinnin kannalta ei ole olennaista, vaatiiko palvelujen käyttö kuluttajalta tietoista toimintaa tai olisiko kuluttaja voinut poistaa palvelujen aktivoinnin, koska ilman riittäviä tietoja tällaista toimintaa ei voida pitää palvelujen vapaana valintana. ⁽²³⁰⁾

Unionin tuomioistuin selvensi asiassa Waternet antamassaan tuomiossa, että liitteessä I oleva 29 kohta se ei kata menettelyä, jossa **liittymä julkiseen vesijohtoverkkoon** säilytetään kuluttajan muuttaessa aikaisemmin käytössä olleeseen asuntoon, sillä kyseinen kuluttaja ei voi valita tämän palvelun tarjoajaa, palvelun tarjoaja laskuttaa vedenkulutuksen perusteella taksat, jotka kattavat kulut ja ovat avoimia ja syrjimättömiä, ja kuluttaja tietää, että kyseinen asunto on liitetty julkiseen vesijohtoverkkoon ja että veden toimitus on maksullista. ⁽²³¹⁾ Unionin tuomioistuin erotti tämän skenaarion

⁽²²⁵⁾ Consiglio di Stato, Adunanza Plenaria – Sentenza 11. toukokuuta 2012, n.14 - Pres. Coraggio – est. Greco.

⁽²²⁶⁾ Direktiivin 2018/1972 (eurooppalainen sähköisen viestinnän säännöstö) 106 artiklassa vahvistetaan säännöt, jotka koskevat sähköisten viestintäpalvelujen tarjoajien vaihtamista.

⁽²²⁷⁾ Bulgarian korkein oikeus, 3. marraskuuta 2011, 15182/2011, VII d.

⁽²²⁸⁾ Ks. esimerkiksi PS8215, päätös nro 24117, 12. joulukuuta 2012.

⁽²²⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 13.9.2018, yhdistetyt asiat C-54/17 ja C-55/17, Wind Tre ja Vodafone.

⁽²³⁰⁾ Ks. edellinen alaviite, 48–50 kohta.

⁽²³¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 3.2.2021, asia C-922/19, Waternet.

asiasta Wind Tre ja totesi, että veden käyttö edellyttää kuluttajan omasta aloitteesta tapahtuvaa toimintaa ja että keskivertokuluttaja todennäköisesti tietää, että asunto on liitetty julkiseen vesijohtoverkkoon maksua vastaan. ⁽²³²⁾

Asiassa Orange Polska antamassaan tuomiossa ⁽²³³⁾ unionin tuomioistuin katsoi, että sopimuksen allekirjoittamista kuriirin läsnä ollessa ei voida **kaikissa** olosuhteissa pitää 8–9 artiklassa tarkoitettuna aggressiivisena menettelynä, jossa käytetään sopimatonta vaikuttamista. On otettava huomioon **elinkeinonharjoittajan sellainen toiminta kyseessä olevassa tapauksessa**, jonka vaikutuksesta **kuluttajaa painostetaan siten, että hänen valinnanvapautensa vähenee merkittävästi**, ja joka **saa kuluttajan tuntemaan olonsa vaivautuneeksi tai häiritsee häntä** hänen pohiessaan kaupallisen ratkaisun tekemistä. Näin ollen on arvioitava keskivertokuluttajan valinnanvapauden tai käyttäytymisen heikentymisen ”merkittävyyttä” suhteessa tuotteeseen.

Se, että kuluttajalle ei ole annettu mahdollisuutta lukea etukäteen vakiosopimusehtoja, ei yksinään riitä tämän sopimuskentekomallin luokitteluun aggressiiviseksi menettelyksi (43 kohta). Unionin tuomioistuin esitti kuitenkin 48 kohdassa esimerkkejä skenaarioista, joita voidaan pitää aggressiivisina:

”Tällaiseen menettelyjen ryhmään saattavat kuulua esimerkiksi yhtäältä ilmoitus siitä, että sopimuksen tai lisäsopimuksen allekirjoittamisen viivästyminen tarkoittaisi, että sopimuksen tai lisäsopimuksen tekeminen myöhemmin olisi mahdollista vain vähemmän edullisin ehdoin, tai se, että vaarana olisi, että kuluttaja saattaa joutua maksamaan sopimussakkoja, tai siinä tapauksessa, että kyseessä on sopimuksen muuttaminen, että elinkeinonharjoittaja keskeyttää palvelun tarjoamisen. Toisaalta tähän samaan menettelyjen ryhmään saattaisi kuulua se, että kuriiri ilmoittaa kuluttajalle, että mikäli tämä ei allekirjoita toimitettua sopimusta tai lisäsopimusta tai allekirjoittaa sen vasta myöhemmin, kuriiri voisi saada työnantajaltaan epäedullisen arvioinnin.”

3. SOPIMATTOMIEN KAUPALLISTEN MENETTELYJEN MUSTA LISTA (LIITE I)

5 artiklan 5 kohta

Liitteessä I on luettelo niistä kaupallisista menettelyistä, joita pidetään kaikissa olosuhteissa sopimattomina. Samaa luetteloa on sovellettava kaikissa jäsenvaltioissa ja sitä voidaan muuttaa ainoastaan muuttamalla tätä direktiiviä.

Johdanto-osan 17 kappale

Oikeusvarmuuden lisäämiseksi on suotavaa nimetä ne kaupalliset menettelyt, joita pidetään kaikissa olosuhteissa sopimattomina. Liitteessä I on sen vuoksi täydellinen luettelo kaikista kyseisistä menettelyistä. Nämä ovat ainoat kaupalliset menettelyt, joita voidaan pitää sopimattomina ilman 5–9 artiklan säännöksiin perustuvaa tapauskohtaista arviointia. Luetteloa voidaan muuttaa vain muuttamalla tätä direktiiviä.

Liitteessä I oleva luettelo laadittiin, jotta valvontaviranomaiset, elinkeinonharjoittajat, markkinoinnin ammattilaiset ja kuluttajat voivat tunnistaa tietyt menettelyt ja vastata niihin välittömämmin täytäntöönpanotoimilla. Näin se lisää oikeusvarmuutta. Jos voidaan todistaa, että elinkeinonharjoittaja on suorittanut mustalla listalla olevan kaupallisen menettelyn, kansalliset valvontaviranomaiset voivat toteuttaa toimenpiteitä seuraamusten määrittämiseksi elinkeinonharjoittajalle ilman, että niiden tarvitsee soveltaa tapauskohtaista testiä (esimerkiksi arvioida menettelyn todennäköistä vaikutusta keskivertokuluttajan taloudelliseen käyttäytymiseen).

3.1. Tuotteet, joita ei voida myydä laillisesti – nro 9

Liitteessä I oleva 9 kohta

”Perätön ilmoitus tai sellaisen perättömän vaikutelman luominen, että tuotetta voidaan myydä laillisesti.”

Tämä menettely on kielletty sellaisten tilanteiden estämiseksi, joissa elinkeinonharjoittaja tuotetta tai palvelua markkinoidessaan jättää ilmoittamatta selvästi kuluttajalle, että on olemassa oikeussäännöksiä, jotka saattavat rajoittaa kyseisen tuotteen myyntiä, hallussapitoa tai käyttöä. Tämä koskee tuotteita tai palveluja, joiden **myynti on kiellettyä tai laitonta kaikissa olosuhteissa**, kuten laittomien huumausaineiden ja varastettujen tavaroiden myynti. Koska tällaisiin menettelyihin liittyy usein rikollista toimintaa ja/tai epärehellisiä toimijoita, ne on helppo tunnistaa. Tällaiset menettelyt rikkovat myös yleensä vakavasti muita lakeja, jotka ovat tavallisesti erityisempiä ja etusijalla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin nähden.

Toinen menettelyjen ryhmä koskee tuotteita tai palveluja, jotka eivät ole laittomia, mutta joita voidaan markkinoida ja myydä laillisesti **vain tietyin ehdoin ja/tai tietyin rajoituksin**.

⁽²³²⁾ Ks. edellinen alaviite, 58–62 kohta.

⁽²³³⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 12.6.2019, C-628/17, Orange Polska.

Esimerkkejä:

- Matkapaketteja voivat järjestää ainoastaan sellaiset elinkeinonharjoittajat, jotka noudattavat matkapakettidirektiivissä ⁽²³⁴⁾ säädettyjä maksukyvyttömyyssuojaa koskevia vaatimuksia. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että matkatoimisto, joka tarjosi tällaisia matkapaketteja, vaikka se ei ollut asettanut vakuutta kansalliseen maksukyvyttömyysrahastoon, oli rikkonut liitteessä I olevaa 9 kohtaa, koska kuluttajille annettiin peräti vaikutelma siitä, että tarjous oli täysin lainmukainen. ⁽²³⁵⁾
- Lontoon vuoden 2012 olympia- ja paralympiakisojen lippujen markkinointia ja jälleenmyyntiä koskevassa asiassa annetussa EFTAn tuomioistuimen tuomiossa ⁽²³⁶⁾ pidettiin sopimattomana kaupallisena menettelynä sellaisen vaikutelman antamista, että lippuja voidaan myydä laillisesti, vaikka kansallisessa lainsäädännössä kielletään se joko siinä ETA-valtiossa, jossa myynti tapahtuu, tai siinä ETA-valtiossa, jossa lippua käytetään, tai molemmissa.

3.2. Pyramidijärjestelmät – nro 14**Liitteessä I oleva 14 kohta**

"Pyramidimyyntijärjestelmän luominen, käyttäminen tai edistäminen; järjestelmässä kuluttajan tekemän suorituksen vastineena on mahdollisuus saada korvausta etupäässä muiden kuluttajien värväämisestä järjestelmään eikä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta."

Tämä menettely on kielletty, jotta elinkeinonharjoittajia estetään houkuttelemasta kuluttajia järjestelmään lupaamalla heille korvausta, vaikka itse asiassa kuluttajat saavat **korvausta etupäässä uusien jäsenten värväämisestä järjestelmään eivätkä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta**. Järjestelmän pyramidirakenne on yleensä laadittu siten, että se tuottaa hyötyä vain huipulla oleville organisoijille, kun taas värvätyillä kuluttajilla ei yleensä ole mitään kohtuullista mahdollisuutta saada takaisin sijoittamiaan varoja. Unionin tuomioistuin on selvittänyt edellytyksiä, joiden mukaisesti myyntityöstämisyjärjestelmä voidaan katsoa liitteessä I olevassa 14 kohdassa tarkoitetuksi pyramidimyyntijärjestelmäksi. Unionin tuomioistuin totesi, että

"pyramidimyyntijärjestelmien kieltäminen nojautuu [...] kolmeen yhteiseen edellytykseen. Ensinnäkin tällainen myyntityöstäminen perustuu lupaukseen siitä, että kuluttajalla on mahdollisuus saada taloudellinen etu. Lisäksi tämän lupauksen toteuttaminen riippuu muiden kuluttajien liittymisestä järjestelmään. Lopuksi suurin osa tuloista, joilla kuluttajille luvattu korvaus rahoitetaan, ei ole peräisin todellisesta taloudellisesta toiminnasta." ⁽²³⁷⁾

Samassa tuomiossa unionin tuomioistuin täsmensi, että

"pyramidimyyntijärjestelmä on kaikissa olosuhteissa sopimaton kaupallinen menettely vain silloin, kun tällainen järjestelmä edellyttää kuluttajalta minkä tahansa suuruista taloudellista suoritusta, jonka vastineena kuluttajalla on mahdollisuus saada korvausta etupäässä muiden kuluttajien värväämisestä järjestelmään eikä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta." ⁽²³⁸⁾

Kyseisessä asiassa yritys oli mainostanut maksavansa uusille asiakkaille palkkion jokaisesta näiden värväämästä muusta asiakkaasta. Äskettäin värväytyneiden asiakkaiden oli maksettava rekisteröintimaksu. Unionin tuomioistuin epäili, että kuluttajien mahdollisuus saada korvausta perustui etupäässä muiden kuluttajien värväämiseen järjestelmään, ja totesi, että jo liittyneille jäsenille maksetut palkkiot rahoitettiin vain hyvin vähäisessä määrin uusilta liittyjiltä vaadituilla taloudellisilla suorituksilla. Unionin tuomioistuin muistutti myös, että vaikka jotakin menettelyä ei ole kielletty liitteen I säännöksissä, se voidaan silti katsoa direktiivin yleisissä säännöksissä (5–9 artikla) tarkoitettulla tavalla sopimattomaksi.

Eräs toinen asia Loterie Nationale koski järjestelmää, jossa pelaajat värvättiin pelaamaan yhdessä lottoa. Uusia pelaajia hankittiin jatkuvasti, ja he maksoivat tosiasiallisesti järjestelmässä ylöspäin pelaajille, jotka olivat liittyneet järjestelmään aiemmin, ja järjestelmän järjestäjien eduksi. Uudet jäsenet maksoivat 10 euron liittymismaksun ja noin 43 euron kuukautisen osallistumismaksun. Voittaneet pelaajat vaivat tosiasiallisesti 50 prosenttia voitoistaan, minkä lisäksi voitoille oli

⁽²³⁴⁾ Neuvoston direktiivi 90/314/ETY, annettu 13 päivänä kesäkuuta 1990, matkapaketeista, pakettilomista ja pakettikiertomatkoista (EYVL L 158, 23.6.1990, s. 59). Kumottu ja korvattu matkapaketeista ja yhdistetyistä matkajärjestelyistä sekä asetuksen (EY) N:o 2006/2004 ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2011/83/EU muuttamisesta ja neuvoston direktiivin 90/314/ETY kumoamisesta annetulla direktiivillä (EU) 2015/2302 (EUVL L 326, 11.12.2015, s. 1), joka on tullut voimaan 1 päivänä heinäkuuta 2018.

⁽²³⁵⁾ 2009/17, Marknadsdomstolen (Tukholma), kuluttaja-asiamies v. Casa Nordica Altavista C AB, 26. heinäkuuta 2009.

⁽²³⁶⁾ EFTAn tuomioistuimen tuomio 14.12.2019, asia E-1/19, Andreas Gyre v. Norjan hallitus, jota edustaa lapsi- ja tasa-arvoministeriö.

⁽²³⁷⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 3.4.2014, C-515/12, "4finance" UAB v. Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba ja Valstybinė mokesčių inspekcija prie Lietuvos Respublikos finansų ministerijos, 20 kohta.

⁽²³⁸⁾ Ks. edellinen alaviite, 34 kohta.

miljoonan euron yläraja, jonka ylittävää osaa ei maksettu pelaajille. Unionin tuomioistuimien selvitys, että **uusien jäsenten maksamien suoritus ja järjestelmään jo liittyneiden jäsenten saamien korvausten tai voittojen välinen epä-suora yhteys riittää** siihen, että tällainen järjestelmä voidaan luokitella pyramidijärjestelmäksi. Vastakkainen tulkinta johtaisi siihen, että kielto menettäisi tehokkaan vaikutuksensa. ⁽²³⁹⁾

”Kyseisen säännöksen sanamuodosta ei sitä vastoin voida johtaa sitä, että edellytetyt taloudellisen yhteyden pitäisi välttämättä olla suora. Olennoista on se, että voidaan todeta, että rahoitus riippuu ’etupäässä’ tai ’pääasiassa’ uusien osallistujien maksamista suorituksista.” ⁽²⁴⁰⁾

Esimerkkejä:

Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin kolmessa tapauksessa, joihin liittyi pyramidimyyntijärjestelmiä. Yhdessä tapauksessa oli kyse myyntijärjestelmästä, jossa korvausjärjestelmä ei perustunut myynnin määrään, vaan niiden uusien myyntiedustajien määrään, jotka kukin jälleenmyyjistä onnistui värväämään järjestelmään. ⁽²⁴¹⁾ Toinen tapaus koski myyntijärjestelmää, jossa palkkiorakenne oli suunnattu lähinnä uusien kuluttajien houkuttelemiseen perimällä rekisteröintimaksu muilta järjestelmään liittyviltä edustajilta. ⁽²⁴²⁾ Kolmannessa tapauksessa kuluttajille tarjottiin ostettavaksi tuotteita mekanismeilla, joilla pyrittiin värväämään muita myyjiä, joilta vaadittiin aloitusmaksu tai liittyminen henkilökohtaiseen osto-ohjelmaan. ⁽²⁴³⁾ Viranomainen otti myös huomioon sen, miten nämä järjestelmät toimivat käytännössä. Se keskittyi tosiasiallisesti myyntiä tuottavien edustajien määrään verrattuna värvätyjen kuluttajien kokonaismäärään sekä edustajilta saatujen ja ulkopuolisille suoritettujen myynnin tuottamien tulojen/hankintojen eroon. Tutkimukset osoittivat, että kyseisissä mekanismeissa kuluttaja ei voinut tehdä suoritusta vastineena mahdollisuudesta saada korvausta, joka rahoitettiin etupäässä muiden kuluttajien värvämisestä järjestelmään eikä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta.

Pyramidijärjestelmien kaltaiset hierarkkiset rakenteet ovat monimutkaisia, ja voi olla vaikeaa määrittää määrällisesti uusien jäsenten yritykselle tuottama hyöty. Myös olemassa olevien jäsenten saama korvaus saatetaan laskea eri tavoin.

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen ryhtyi toimiin erästä pyramidijärjestelmää vastaan, jossa organisoija tarjosi osallistujille mahdollisuuksia saada käteislahjoituksia vastineena uusien jäsenten värvämisestä järjestelmään. ⁽²⁴⁴⁾ Tällaisen taloudellisen hyödyn saamiseksi osallistujien oli maksettava rekisteröitymismaksu, suoritettava käteislahjoitus toiselle osallistujalle, suoritettava muita lahjoituksia toiselle osallistujalle ja maksettava provisio järjestelmän organisoijalle. Mahdollisuus saada käteislahjoituksia uudelta osallistujalta ilmestyi vain, kun oli syntynyt ”sininen kehä”, joka muodostui uuden osallistujan aikaisemmin värvämiä henkilöiden värvämisestä osallistujista.

Vaikuttaa siltä, että on tarpeen erottaa toisistaan kielletty kaupallinen menettely nro 14, jossa **osallistujat ansaitsevat rahaa lähinnä tai ainoastaan värväämällä uusia osallistujia** ohjelmaan, sekä **monitasoinen markkinointi**, jossa myyntihenkilöstö saa korvausta lähinnä henkilökohtaisesti tuottamastaan myynnistä ja myös värvämiensä muiden myyjien myynnistä.

On myös vaikeaa **erottaa toisistaan kuluttajat ja elinkeinonharjoittajat**, sillä kuluttajan liittyttyä järjestelmään häntä voidaan siitä hetkestä lähtien, jona hän aloittaa sen myynninedistämisen, pitää elinkeinonharjoittajana ja häneen itseensä voidaan soveltaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin kieltoa järjestelmän puitteissa suoritettun ammatillisen toiminnan osalta.

3.3. Tuotteet, joilla parannetaan sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia – nro 17

Liitteessä I oleva 17 kohta

Perätön väite, että tuotteella voidaan parantaa sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia.

Tämä kielto kattaa tilanteet, joissa elinkeinonharjoittaja väittää, että sen tuote tai palvelu voi helpottaa tai parantaa tiettyjä fyysisiä tai psykologisia vaivoja.

⁽²³⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 15.12.2016, asia C-667/15, Loterie Nationale.

⁽²⁴⁰⁾ Ks. edellinen alaviite, 30 kohta.

⁽²⁴¹⁾ PS6425 Xango-Prodotti Con Succo Di Mangostano. Provvedimento n. 21917, 15. joulukuuta 2010.

⁽²⁴²⁾ PS4893 Agel Enterprises-Integratori. Provvedimento n. 23789, 2. elokuuta 2012.

⁽²⁴³⁾ PS7621 – Vemma Italia – Prodotti con succo di mangostano, Provvedimento n. 24784, 5. helmikuuta 2014.

⁽²⁴⁴⁾ Päätös nro RKR 34/2014.

Esimerkki:

Kuluttajaviranomainen katsoi, että väittämät, joiden mukaan hieromatuolilla oli ihmisten terveyttä (muun muassa selkäranka- ja verenkiertosairauksia) parantavia vaikutuksia, kuuluivat liitteessä I olevassa 17 kohdassa asetetun kiellon piiriin. ⁽²⁴⁵⁾

Covid-19-pandemian aikana esiintyi terveysväittämiin liittyvää misinformaatiota. Vilpilliset elinkeinonharjoittajat mainosivat ja myivät tuotteita, kuten kasvosuojuksia, suojakupuja ja käsihuuhteita, joiden väitetään estävän tai parantavan tartuntoja. Tällaisia väitteitä esitettiin kuitenkin usein viittaamatta vankkaan tieteelliseen näyttöön tai ilman, että ne olivat täysin yhdenmukaisia virallisten asiantuntijaneuvojen kanssa. Tällaiset väittämät voivat rikkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 ja 6 artiklaa, joissa kielletään tuotteen pääominaisuuksia koskevat harhaanjohtavat toimet. Tietyissä tapauksissa tällaiset väittämät voidaan kieltää liitteessä I olevassa 17 kohdassa olevalla kiellolla. Tällaisten menettelyjen torjumiseksi komissio kokosi yhteen kuluttajansuojan yhteistyöverkossa toimivat kansalliset viranomaiset ja hyväksyi yhdessä niiden kanssa covid-19-pandemiaan liittyvien huijausten käsittelyä koskevan yhteisen kannan ⁽²⁴⁶⁾.

Esimerkkejä:

- Kansallinen viranomainen esti elinkeinonharjoittajan verkkosivuston, joka mainosti HIV-hoidon viruslääkkeiden vaikuttavia aineita sisältävää lääkettä "ainoana lääkkeenä koronavirusta (COVID19) vastaan" ja "ainoana keinona torjua koronavirusta (COVID19)" huolimatta terveysviranomaisten virallisista lausunnoista, joiden mukaan virukseen ei ole tehokasta paramuskeinaa. ⁽²⁴⁷⁾
- Kolmessa tapauksessa, joissa elinkeinonharjoittajat markkinoivat tuotteita ja antoivat vaikutelman, että tuotteet voisivat suojata koronavirukselta, kansalliset viranomaiset ja tuomioistuin totesivat, että tällaiset menettelyt olivat aggressiivisia. Erityisesti todettiin, että elinkeinonharjoittajat käyttivät hyväkseen kuluttajien pelkoa koronavirustartunnasta ja heikensivät siten heidän harkintaansa, ja erityisissä markkinointikäytännöissä hyödynnettiin yhteiskunnallisesti erittäin huolestuttavaa tilannetta. ⁽²⁴⁸⁾

Tällaiset väittämät kuuluvat myös osittain alakohtaisen EU:n lainsäädännön piiriin. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei myöskään vaikuta tuotteiden terveyteen vaikuttavien ominaisuuksien osalta EU:n sääntöihin. Näin ollen 17 kohtaa sovelletaan ainoastaan **terveyteen liittyviä väittämiä koskevien olemassa olevien EU:n sääntöjen lisäksi**. Terveys- ja hyvinvointituotteisiin liittyviä harhaanjohtavia menettelyjä voidaan kuitenkin silti arvioida sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan nojalla (esimerkiksi jos yleinen esitystapa on harhauttava).

Kielto koskee ennen kaikkea väittämiä, jotka liittyvät lääketieteessä patologioiksi, toimintahäiriöiksi tai epämuodostumiksi luokiteltuihin fyysisiin tiloihin. Koska tällaisia väittämiä kuitenkin säännellään myös EU:n alakohtaisella lainsäädännöllä, 17 kohdan käytännön merkitys tällaisten menettelyjen suhteen on hyvin vähäinen.

Elintarviketietojen antamisesta kuluttajille annetun asetuksen ⁽²⁴⁹⁾ 7 artiklan 3 kohdan mukaisesti elinkeinonharjoittajan kuluttajalle toimittamissa **elintarviketiedoissa** "ei saa antaa sellaista kuvaa, että elintarvikkeeseen liittyy ihmisen sairauksia ennalta ehkäiseviä, hoitavia tai parantavia ominaisuuksia, eikä viitata sellaisiin". Tätä yleistä säännöstä sovelletaan elintarvikealan toimijoihin elintarvikeketjun kaikissa vaiheissa silloin, kun niiden toiminta liittyy elintarviketietojen antamiseen kuluttajille. Elintarviketiedoilla tarkoitetaan tietoja, jotka koskevat elintarviketta ja jotka asetetaan saataville etiketillä, muulla mukana seuraavalla materiaalilla tai millä tahansa muulla keinolla, mukaan lukien teknologian välineet ja sanallinen viestintä.

Lisäksi EU:n ravitsemus- ja terveysväitteitä koskevassa asetuksessa ⁽²⁵⁰⁾ säädetään yksityiskohtaisista säännöistä **elintarvikkeita koskevien ravitsemus- ja terveysväitteiden** käytöstä elintarvikkeiden merkinnässä, esillepanossa ja mainonnassa.

Ravitsemusväitteet (väitteet, joissa "todetaan, esitetään tai annetaan ymmärtää, että elintarvikkeella on erityisiä hyödyllisiä ravitsemuksellisia ominaisuuksia") ovat asetuksen mukaisesti sallittuja ainoastaan, jos ne on lueteltu asetuksen liitteessä ja jos ne ovat ravitsemus- ja terveysväitteitä koskevassa asetuksessa säädettyjen edellytysten mukaisia. Terveysväitteet (väitteet, joissa "todetaan, esitetään tai annetaan ymmärtää, että elintarvikeryhmän, elintarvikkeen tai sen ainesosan ja terveyden välillä on yhteys") ovat kiellettyjä, paitsi jos ne on hyväksytty ravitsemus- ja terveysväitteitä koskevan asetuksen

⁽²⁴⁵⁾ Kilpailu- ja kuluttajansuojaviraston johtajan päätös, viite RPZ 2/2012 ZdroWita, 13. maaliskuuta 2012.

⁽²⁴⁶⁾ Common Position of CPC Authorities – Stopping scams and tackling unfair business practices on online platforms in the context of the Coronavirus outbreak in the EU, 20. maaliskuuta 2020, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/live_work_travel_in_the_eu/consumers/documents/cpc_common_position_covid19.pdf

⁽²⁴⁷⁾ PS11723, Coronavirus, 17. maaliskuuta 2020.

⁽²⁴⁸⁾ Asiat MR-2020-563: markkinaneuvosto, 23. syyskuuta 2020, Visjon TV & Webshop AS; MR-2020-687: markkinaneuvosto, 22. lokakuuta 2020, Vitability AS ja FOV-2020-663: Norjan kuluttajaviranomainen, 6. huhtikuuta 2020, Emptiodirect AS.

⁽²⁴⁹⁾ Asetus (EU) N:o 1169/2011 elintarviketietojen antamisesta kuluttajille.

⁽²⁵⁰⁾ Asetus (EY) N:o 1924/2006.

mukaisesti ja sisällytetty 13 ja 14 artiklassa säädettyihin hyväksyttyjen väitteiden luetteloihin. Asetuksessa myös kielletään nimenomaisesti seuraavat terveysväittämät ⁽²⁵¹⁾:

- väitteet, joissa esitetään, että elintarvikkeen nauttimatta jättämisellä voi olla terveysvaikutuksia
- väitteet, joissa mainitaan painonpudotuksen nopeus tai määrä
- väitteet, joissa viitataan yksittäisten lääkkeiden tai terveydenhuollon ammattihenkilöiden ja muiden kuin ravitsemus- ja terveysväitteitä koskevan asetuksen 11 artiklassa tarkoitettujen järjestöjen suosituksiin.

Terveyteen liittyviä väittämiä säännellään myös EU:n **terveys- ja lääkelainsäädännöllä**. **Lääkkeistä** annetun direktiivin 2001/83/EY 6 artiklan 1 kohdassa säädetään selkeästi, että lääkettä ei saa jäsenvaltiossa saattaa markkinoille ilman markkinoille saattamista koskevaa lupaa. Tämän direktiivin 86–100 artiklassa säädetään myös erityisistä säännöksistä, jotka koskevat yleistä lääkemainontaa. Reseptilääkkeiden ja psykotrooppisia tai narkoottisia aineita sisältävien tuotteiden mainonta on kielletty. Jäsenvaltiot voivat myös kieltää korvattavien tuotteiden mainonnan. Ilman lääkemääräystä saatavia tuotteita koskeva mainonta on sallittua tarkoin ehdoin. Esimerkkejä:

- Mainonta on laadittava siten, että viestin mainonnallinen tarkoitus käy selvästi ilmi ja että valmiste tunnustetaan selvästi lääkkeeksi.
- Mainonnan on kannustettava lääkkeen järkevään käyttöön esittelemällä se asiallisesti ja liioittelematta sen ominaisuuksia.
- Mainonta ei saa olla harhaanjohtavaa.
- Mainontaa ei saa kohdistaa ainoastaan tai pääasiassa lapsiin.
- Mainonnassa ei saa käyttää sopimattomin, pelästyttävien tai harhaanjohtavien ilmaisujen kuvallisia esityksiä sairauden tai vamman ihmisruumiissa aiheuttamista muutoksista tai lääkkeen vaikutuksesta ihmisruumiiseen.
- Mainonnassa ei saa viitata sellaisten tutkijoiden tai terveydenhuollon ammattilaisten antamiin suosituksiin, jotka kuuluisuutensa vuoksi voisivat kannustaa käyttämään tuotteita.

Lääkinnällisistä laitteista annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2017/745 ⁽²⁵²⁾ 7 artiklalla ja in vitro -diagnostiikkaan tarkoitetuista lääkinneillä laitteista annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2017/746 ⁽²⁵³⁾ 7 artiklalla on otettu EU:n tasolla käyttöön kieltö, joka koskee merkintöjen, käyttöohjeiden tai mainonnan väittämiä, jotka johtavat käyttäjää tai potilasta harhaan laitteen käyttötarkoituksen, turvallisuuden ja suorituskyvyn osalta

- ilmoittamalla laitteelle toimintoja ja ominaisuuksia, joita sillä ei ole
- antamalla virheellisen vaikutelman hoidosta tai diagnoosista, toiminnoista tai ominaisuuksista, joita laitteella ei ole
- jättämällä ilmoittamatta käyttäjälle tai potilaalle laitteen käyttötarkoituksen mukaiseen käyttöön sisältyvästä riskistä
- antamalla olettaa, että laitteella on vaatimustenmukaisuuden arvioinnissa ilmoitetun käyttötarkoituksen mukaisen käytön lisäksi muuta käyttöä.

Lisäksi ammattihenkilöiden eli kauppiaiden ja lääkkeiden väliselle **lääkkeiden ja lääketieteellisten hoitojen myynnin edistämiseksi** on asetettu erityisiä rajoituksia (eli kieltoja). Tuotteen tai hoidon valinta riippuu sen määräävästä lääkäristä tai asiantuntijasta. Harhaanjohtava mainonta tällä alalla (riippumatta siitä, koskeeko se luvan saanutta elinkeinonharjoittajaa vai ei) käynnistää asianomaisten EU:n tai kansallisten sääntöjen soveltamisen ja siihen sovelletaan niiden täytäntöönpano- ja seuraamusjärjestelmiä. Nämä ovat ensisijaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin nähden.

Liitteen 17 kohtaa sovelletaan myös tavaroihin tai palveluihin, kuten **esteettisiin hoitoihin, hyvinvointituotteisiin ja vastaaviin**, jos niitä markkinoidaan sellaisten väärin väitteiden perusteella, jotka koskevat sitä, että niillä voidaan parantaa sairauksia, toimintahäiriöitä tai epämuodostumia.

⁽²⁵¹⁾ Asetuksen (EY) N:o 1924/2006 12 artikla.

⁽²⁵²⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2017/745, annettu 5 päivänä huhtikuuta 2017, lääkinneillä laitteista, direktiivin 2001/83/EY, asetuksen (EY) N:o 178/2002 ja asetuksen (EY) N:o 1223/2009 muuttamisesta sekä neuvoston direktiivien 90/385/ETY ja 93/42/ETY kumoamisesta (EUVL L 117, 5.5.2017, s. 1).

⁽²⁵³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2017/746, annettu 5 päivänä huhtikuuta 2017, in vitro -diagnostiikkaan tarkoitetuista lääkinneillä laitteista sekä direktiivin 98/79/EY ja komission päätöksen 2010/227/EU kumoamisesta (EUVL L 117, 5.5.2017, s. 176).

Kosmetiikkatuotteiden osalta kosmeettisista valmisteista annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 1223/2009 ⁽²⁵⁴⁾ 20 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että jäsenvaltiot kieltävät kosmeettisten valmisteiden selosteissa, asettamisessa saataville markkinoilla ja mainostamisessa käytettävät tekstit, nimet, tavaramerkit, kuvat ja figuratiiviset tai muut merkit, jotka yhdistävät näihin valmisteisiin ominaisuuksia tai vaikutuksia, joita niillä ei ole.

Jos elinkeinonharjoittaja ei esitä asianmukaista ja merkityksellistä näyttöä niistä fyysisistä vaikutuksista, joita kuluttaja voi odottaa tuotteen käytöstä, tämä kuuluu kielletyn kaupallisen menettelyn nro 17 piiriin perättömän väitteen esittämisen perusteella, ellei tätä säännellä EU:n alakohtaisella lainsäädännöllä.

Kiellon välttämiseksi **elinkeinonharjoittajien on pystyttävä osoittamaan tämäntyyppiset tosiasiaväittämät oikeiksi tieteellisen näytön avulla**. Se, että todistustaakka on elinkeinonharjoittajalla, vastaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklassa laajemmin muotoiltua periaatetta, jonka mukaan "[j]äsenvaltioiden on annettava tuomioistuimille tai hallintoviranomaisille [...] riittä-asioissa tai hallintomenettelyissä toimivalta a) vaatia elinkeinonharjoittajaa näyttämään toteen kaupalliseen menettelyyn liittyvien tosiasiaväittämien paikkansapitävyys, jos se elinkeinonharjoittajan ja menettelyn muiden asianosaisten oikeudet edut sekä kyseiseen tapaukseen liittyvät seikat huomioon ottaen on aiheellista".

Esimerkki:

Eräs verkkokauppias mainosti sivustollaan useita tuotteita, muun muassa vaatteita ja kosmetiikkaa, väittäen niillä olevan myönteisiä terveysvaikutuksia (esimerkiksi kivunlievitys, unen parantaminen ja ryppyjen silotus). Se ei kuitenkaan pystynyt osoittamaan väitteitään oikeiksi asianmukaisella näytöllä. Kansallinen viranomainen piti tätä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I kielletynä harhaanjohtavana kaupallisena menettelynä. ⁽²⁵⁵⁾

3.4. Ilmaisuutta koskevan väittämän käyttö – nro 20

Liitteessä I oleva 20 kohta

Tuotteen luonnehtiminen ilmaisulla "ilmainen", "maksuton" tai vastaavalla ilmaisulla, jos kuluttajan on maksettava muita kuluja kuin kaupalliseen menettelyyn vastaamisesta ja tuotteen noutamisesta tai maksullisesta toimittamisesta aiheutuvat väistämättömät kulut.

Tämä kielto perustuu ajatukseen siitä, että **kuluttajat odottavat väittämän "ilmainen" tarkoittavat juuri sitä, eli että he saavat jotakin** antamatta rahaa vastikkeeksi. Tämä tarkoittaa, että tarjousta voidaan luonnehtia ilmaiseksi vain, jos kuluttajat maksavat ainoastaan

- kaupalliseen menettelyyn vastaamisesta aiheutuvat pakolliset vähimmäiskustannukset (esimerkiksi voimassa olevat postimaksut, puhelumaksut enintään kansalliseen puhelujen vakiohintaan tai tekstiviestin lähettämisen pakollinen vähimmäishinta)
- todelliset rahti- tai toimituskustannukset
- kuluttajalle tarjouksen noutamisesta mahdollisesti aiheutuvat matkakustannukset ja tähän liittyvät sivukustannukset.

Näin ollen **elinkeinonharjoittajat eivät saa periä maksua sellaisen tuotteen, jota markkinoidaan ilmaisena, pakkaamisesta, käsittelystä tai hallinnoinnista**. Kun elinkeinonharjoittajat tekevät ilmaisia tarjouksia, heidän olisi myös ilmoitettava kaikessa aineistossa selvästi, mikä on kuluttajan vastuu edellä tarkoitetuista pakollisista kustannuksista.

On vaikeampaa määrittää, onko kaupallinen menettely sopimaton, kun ilmaisuutta koskevaa väittämää käytetään **yhdistetyissä tarjouksissa**, jotka ovat **useampaa kuin yhtä tuotetta tai palvelua** koskevia kaupallisia tarjouksia. Yhdistetyt tarjoukset ovat tavallisesti ehdollisia ostotarjouksia tai pakettitarjouksia. Seuraavassa esitetään eräitä periaatteita, jotka kansalliset viranomaiset voisivat ottaa huomioon arvioidessaan yhdistettyjä tarjouksia. Ne on jo pitkälti otettu huomioon eräissä mainontaa sääntelevissä säännöissä:

- Elinkeinonharjoittajat eivät saa yrittää kattaa kustannuksiaan heikentämällä laatua tai koostumusta tai nostamalla sellaisen tuotteen hintaa, joka on ostettava erillisen ilmaisen tuotteen saamiseksi.
- Elinkeinonharjoittajat eivät saa luonnehtia yksittäistä pakettin osaa ilmaiseksi, jos kyseisen osan kustannukset sisältyvät pakettin hintaan.

⁽²⁵⁴⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukset (EY) N:o 1223/2009, annettu 30 päivänä marraskuuta 2009, kosmeettisista valmisteista (EUVL L 342, 22.12.2009, s. 59).

⁽²⁵⁵⁾ 2S-17, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (Vilna), 4. heinäkuuta 2011.

Esimerkkejä:

- Eräs televiestintäoperaattori mainosti matkapuhelinta ja liittymää koskevassa yhdistetyssä tarjouksessa hinnan olevan "0 kruunua". Kun kuluttajat olivat hyväksyneet tarjouksen, liittymän kuukausittaiset maksuerät kuitenkin kasvoivat. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että tämä kuului sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevan 20 kohdan soveltamisalaan. ⁽²⁵⁶⁾
- "Korotonta luottoa" koskevan tarjouksen tapauksessa kansallinen kuluttajaviranomainen katsoi, että menettely kuuluu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevan 20 kohdan soveltamisalaan, jos kuluttajan täytyy tehdä lainan saadakseen luottovakuutussojimus, josta aiheutuu ylimääräisiä kustannuksia.

Kielto ei estä elinkeinonharjoittajia käyttämästä väittämää "ilmainen" **ehdollisissa tarjouksissa**, joissa **kuluttajien on ostettava muita tuotteita** (eli "osta yksi, saat toisen ilmaiseksi" -tyyppiset tarjoukset), mikäli

- kuluttajille kerrotaan selvästi, että heidän on maksettava kaikki kustannukset;
- maksullisten tuotteiden laatua tai koostumusta ei ole heikennetty; ja
- maksullisten tuotteiden hintaa ei ole korotettu ilmaistuotteesta johtuvien kustannusten kattamiseksi.

Esimerkki:

Elinkeinonharjoittaja käynnisti internetissä ja sanomalehdissä myyminen edistämiskampanjan, jossa tarjottiin kaksi ilmaista auton-rengasta kaksi uutta rengasta ostaville. Todellisuudessa kampanjassa mainittu kahden renkaan hinta oli kaksi kertaa niin korkea kuin aiemmin sovellettu vähittäismyyntihinta. Kansallinen viranomainen katsoi, että tämä ehdollinen tarjous oli kielletty liitteessä I olevan 20 kohdan nojalla. ⁽²⁵⁷⁾

Ehdollisen tarjouksen keskeinen erottava piirre on se, että "ilmaiseksi" luonnehditun tuotteen on oltava **aidosti erillinen niistä tuotteista, joista kuluttajan on maksettava, ja se on toimitettava niiden lisäksi**. Näin ollen **elinkeinonharjoittajien on pystyttävä osoittamaan** tällaisten ehdollisten tarjousten osalta

- että ilmainen tuote toimitetaan aidosti kyseiseen hintaan tavallisesti myydyin tuotteen tai tuotteiden lisäksi tai että ilmainen tuote on aidosti erotettavissa maksullisista tuotteista;
- että elinkeinonharjoittajat toimittavat ilmaisen tuotteen maksullisten tuotteiden kanssa vain, jos kuluttaja noudattaa tarjouksen ehtoja; ja
- että kuluttajat ovat tietoisia maksettavien tuotteiden erillisestä hinnasta ja että tämä hinta on sama myös ilman ilmaistuotetta.

Esimerkkejä:

- Väittäminen "ilmainen seinätaulu, kun ostat torstain lehden" on oikeutettu, jos sanomalehteä myydään ilman seinätaulua muina päivinä samaan hintaan.
- Väittäminen "ilmainen matkavakuutus asiakkaille, jotka varaavat lomansa verkossa" on oikeutettu, jos saman matkan puhelimitse varaaville asiakkaille tarjotaan samaa hintaa, mutta ei ilmaista matkavakuutusta.
- Väittäminen, jonka mukaan kuluttajat voivat saada "suoratoistopalvelun ilmaisen tilauksen tietyksi määräksi kuukausia" tavaran, kuten television, oston yhteydessä, on oikeutettu, jos kuluttajan ei tarvitse maksaa tästä tilauksesta eikä tavaran hintaa koroteta ylimääräisen tilauksen vuoksi.

Liitteessä I olevassa 20 kohdassa kielletään paketin yksittäisen osan luonnehtiminen ilmaiseksi, **jos kyseisen osan kustannukset sisältyvät paketin hintaan**. "Pakettitarjouksella" tarkoitetaan tässä edeltä järjestettyä ominaisuuksien yhdistelmää, jota tarjotaan yhteen kaikki osat kattavaan hintaan ja jossa kuluttajat eivät voi tosiasiallisesti valita, kuinka monta paketin osaa he saavat kyseiseen hintaan.

⁽²⁵⁶⁾ Ruotsin markkinatuomioistuimen (Marknadsdomstolen) yhdistetyt tuomiot Dnr B 2/11 ja B 3/11, 11. toukokuuta 2012.

⁽²⁵⁷⁾ 2S-27, Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (Vilna), 11. marraskuuta 2010.

Esimerkki:

Jos mainoksen mukaan autoon sisältyy 10 000 euron vakiohintaan nahkaistuimet, ilmastointi ja multimedijajärjestelmä, tämä ominaisuuksien yhdistelmä on paketti. Kuluttaja maksaa autosta yhden kaikki ominaisuudet kattavan hinnan mainoksen mukaisesti. Jos jokin mainostetuista ominaisuuksista poistettaisiin, sen auton laatu ja koostumus, josta asiakas maksaa 10 000 euroa, heikkenisi. Voidakseen väittää, että multimedijajärjestelmä on ilmainen ja 10 000 euron hinta koskee muita osia, elinkeinonharjoittajan on osoitettava joko a) että ehdollisen tarjouksen vaatimukset täyttyvät, tai b) että multimedijajärjestelmä oli uusi lisäominaisuus eikä auton hinta ollut noussut.

Joskus elinkeinonharjoittajat kuitenkin lisäävät uusia osia olemassa oleviin paketteihin korottamatta paketin kokonais hintaa tai heikentämättä siihen sisältyvien osien laatua tai koostumusta. Tällaisissa tilanteissa kuluttajat todennäköisesti pitävät pakettiin lisättyä osaa vakiintuneen paketin lisänä jonkin aikaa sen käyttöönoton jälkeen. Jos paketin hintaa kuitenkin korotetaan tai sen laatu tai koostumus heikkenee uuden osan lisäämisen jälkeen, uutta osaa ei saa luonnehtia ”ilmaiseksi”.

Kertaluonteiset aloituskustannukset, jotka aiheutuvat esimerkiksi **laitteiden ostamisesta tai asentamisesta**, eivät kumoa väitettä, jonka mukaan ilman tilausta toimitettavat tuotteet tai palvelut ovat liitteessä I olevassa 20 kohdassa tarkoitettulla tavalla ilmaisia. Esimerkiksi ilmaiset digitaaliset televisiokanavat ovat ainoastaan sellaisten kuluttajien saatavilla, joilla on tarvittava digitaalinen vastaanotin, ja vastaavasti puhelupaketit ovat vain sellaisten kuluttajien saatavilla, joilla on puhelin.

Myöskään kolmannelle osapuolelle maksettavat liitännäismaksut internetpalvelun aktivoimiseksi eivät kumoa väittämiä internetpalvelun ilmaisuudesta, mikäli liitännäismaksua ei ole korotettu ilmaisen internetpalvelun toimittamisesta aiheutuvien kustannusten kattamiseksi. **Elinkeinonharjoittajien on aina ilmoitettava kuluttajille asianmukaisesti** tällaisten alkuvaiheen maksujen vaatimisesta.

”Ilmaiseksi” luonnehditut tuotteet ovat erityisen yleisiä verkkoalalla. Monet tällaiset palvelut keräävät kuitenkin käyttäjien henkilöllisyyden ja sähköpostiosoitteen kaltaisia **henkilötietoja**. On tärkeää huomata, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi kattaa kaikki ilmaisia tuotteita koskevat kaupalliset menettelyt, eikä sen soveltamisen edellytyksenä ole, että maksu suoritetaan rahalla. Datavetoisiin menettelyihin kuuluu EU:n **tietosuojalainsäädännön** ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin välinen vuorovaikutus. Kuluttajien mieltymyksiin, henkilötietoihin ja muuhun käyttäjien tuottamaan sisältöön liittyvien tietojen taloudellinen arvo tunnetaan yhä paremmin. Tällaisten tuotteiden markkinointi ilman, että kuluttajille selitetään asianmukaisesti, miten heidän mieltymyksiään, henkilötietojaan ja käyttäjien tuottamaa sisältöä käytetään, voitaisiin katsoa tietosuojalainsäädännön mahdollisen rikkomisen lisäksi harhaanjohtavaksi menettelyksi.

Lisäksi direktiiviä (EU) 2019/770 ⁽²⁵⁸⁾ sovelletaan sopimuksiin, joissa digitaalista sisältöä tai digitaalisia palveluja toimitetaan kuluttajille ja kuluttajat antavat tai sitoutuvat antamaan henkilötietoja. Digitaalista sisältöä koskevaa direktiiviä sovelletaan riippumatta siitä, annetaanko elinkeinonharjoittajalle henkilötietoja sopimuksen tekohetkellä vai myöhemmin, kuten silloin, kun kuluttaja antaa suostumuksensa henkilötietojen käsittelyyn. Direktiivillä (EU) 2019/2161 tehtyjen muutosten seurauksena myös kuluttajanoikeusdirektiiviä sovelletaan (28. toukokuuta 2022 alkaen) digitaalisten palvelujen ja digitaalisen sisällön toimittamista koskeviin sopimuksiin, joissa kuluttajat antavat tai sitoutuvat antamaan henkilötietoja.

Esimerkkejä:

- Kuluttajaviranomainen määräsi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan perusteella verkkoalustalle sakkoja harhaanjohtavista tiedoista, sillä verkkoalusta väitti palvelunsa olevan ”ilmainen” tai ”maksuton”, koska yritys saa tulonsa käyttäjien yksityisten tietojen analysoinnista ja tietojen toimittamisesta kolmansille elinkeinonharjoittajille. ⁽²⁵⁹⁾
- Kuluttajaviranomainen määräsi verkkoalustalle (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklan nojalla) sakkoja käyttäjien harhaanjohtamisesta rekisteröitymään sekä siitä, että verkkoalusta ei ilmoittanut käyttäjille välittömästi ja asianmukaisesti tilii luotaessa, että toimitettuja tietoja käytettäisiin kaupallisiin tarkoituksiin, ja yleisemmin palvelun taustalla olevista vastikkeellisista tarkoituksista, korostaen sen sijaan palvelun maksuttomuutta. ⁽²⁶⁰⁾

⁽²⁵⁸⁾ Digitaalista sisältöä koskeva direktiivi.

⁽²⁵⁹⁾ Vj-85/2016/189 Facebook Ireland Ltd, 16. joulukuuta 2019.

⁽²⁶⁰⁾ AGCM, PS11112 – Facebook, 29. marraskuuta 2018.

3.5. Automaattisin keinoin hankittujen tapahtumalippujen jälleenmyynti – nro 23 a

Liitteessä I oleva 23 a kohta

”Tapahtumalippujen jälleenmyynti kuluttajille, jos elinkeinonharjoittaja on hankkinut liput käyttäen automaattisia keinoja, joilla kierretään yksittäisen henkilön ostamien lippujen määrälle asetettua rajoitusta tai muita lippujen ostamiseen sovellettavia sääntöjä.”

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin 23 a kohta, jolla säädetään uudesta kielletystä kaupallisesta menettelystä, jossa kielletään elinkeinonharjoittajia jälleenmyymästä kuluttajille kulttuuri- ja urheilutapahtumien lippuja, jotka ne **ovat hankkineet käyttämällä erikoisohjelmistoja (bottiohjelmia)**.

Tällaisten automaattisten keinojen avulla elinkeinonharjoittajat voivat ostaa lippuja ensisijaisen lipunmyyjän asettaman teknisen rajoituksen ylittäviä määriä tai ohittaa muita teknisiä keinoja, kuten verkko-ostojonon järjestäminen, joita ensisijainen lipunmyyjä on ottanut käyttöön varmistaakseen, että kaikki yksityishenkilöt voivat saada lippuja. Kieltoa sovelletaan myös silloin, kun automaattiset ohjelmistot ”varaavat” liput, mutta ne maksetaan sen jälkeen erikseen muilla keinoin. Sitä sovelletaan myös silloin, kun lipun jälleenmyyjä hankkii liput kolmannelta osapuolelta, joka on käyttänyt bottiohjelmaa lippujen ostamiseen. Sillä, että ensisijainen lipunmyyjä on tiennyt, että jälleenmyyjä on käyttänyt bottiohjelmaa, ei ole merkitystä kiellon kannalta, jos jälleenmyyjä on bottiohjelman käytön ansiosta voinut hankkia enemmän lippuja kuin muut ostajat olisivat pystyneet.

Kieltoa sovelletaan yleisesti tapahtumiin, joihin kuuluvat erityisesti direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 50 kappaleessa mainitut kulttuuri- ja urheilutapahtumat sekä muuntyyppinen vapaa-ajan toiminta. Sitä sovelletaan ainoastaan teknisiin toimenpiteisiin, joita jälleenmyyjä käyttää kiertääkseen ensisijaisen lipunmyyjän toteuttamat tekniset toimenpiteet, joita se käyttää rajoittaakseen kullekin ostajalle myytävien lippujen määrää tai hallinnoidakseen myyntiprosessia. Ensisijainen myyjä voi toteuttaa tällaisia toimenpiteitä omasta aloitteestaan tai kansallisen lainsäädännön vaatimusten perusteella.

Liitteessä I olevan 23 a kohdan kiellolla täydennetään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yleisiä sopimattomia menettelyjä koskevia säännöksiä tämän lippujen jälleenmyynnin erityisen näkökohdan osalta. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 50 kappaleessa selitetään, että kiello ei vaikuta muihin mahdollisiin kansallisiin toimenpiteisiin, joita jäsenvaltiot voivat toteuttaa suojatakseen kuluttajien oikeudet edut ja turvatakseen kulttuuripolitiikan ja kaikille laajan pääsyn kulttuuri- ja urheilutapahtumiin, esimerkiksi sääntelemällä lippujen jälleenmyyntihintaa.

3.6. Sinnikkäs markkinointi etävälinettä käyttäen – nro 26

Liitteessä I oleva 26 kohta

”Sinnikkäät ja ei-toivotut myyntiyhteydenotot puhelimitse, faksitse, sähköpostitse tai muuta etävälinettä käyttäen lukuun ottamatta perusteltavissa olevia tilanteita, jotka liittyvät sopimusvelvoitteen täyttämiseen kansallisen lainsäädännön mukaisesti. Tällä ei rajoiteta direktiivin 97/7/EY 10 artiklan ja direktiivien 95/46/EY ja 2002/58/EY soveltamista.”

Tämän kiellon tarkoituksena on **suojella kuluttajia etämarkkinointivälinehäirinnältä**. Liitteessä I olevassa 26 kohdassa ei kielletä etämarkkinointia sinänsä, vaan **sinnikkäät ja ei-toivotut myyntiyhteydenotot**.⁽²⁶¹⁾

Esimerkki:

Vakuutusneuvoja etsi verkossa julkaistavista ja painetuista sanomalehdistä onnettomuusutuisia ja lähetti sitten uhreille vakio-muotoisia kirjeitä, joissa hän tarjosi neuvoa ja apua korvauskysymyksissä. Kansallinen tuomioistuin katsoi tuomiossaan, että yhden kirjeen lähettämistä henkilölle ei voida pitää liitteessä I olevassa 26 kohdassa tarkoitettuna sinnikkäinä ja ei-toivottuina myyntiyhteydenottoina.⁽²⁶²⁾

Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 2002/58/EY 13 artiklassa säädetään erityisistä säännöistä, jotka koskevat ei-toivottua viestintää sähköisten viestintäverkkojen (kuten puhelimen tai sähköpostin) avulla. Automaattisia soitto-laitteita, fakseja tai sähköpostia voidaan käyttää suoramarkkinointitarkoituksissa vain yhteyden ottamiseksi sellaisiin käyttäjiin, jotka ovat ennakolta antaneet tähän suostumuksensa. Jos luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö kuitenkin saa asiakkaaltaan heidän sähköpostiinsa liittyviä yhteystietoja tuotteen tai palvelujen myynnin yhteydessä, sama luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö voi käyttää näitä yhteystietoja omien vastaavien tuotteidensa ja palvelujensa suoramarkkinoinnissa,

⁽²⁶¹⁾ Ks. myös vireillä oleva asia C-102/20, StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz, jossa todennäköisesti selvennetään tämän kiellon soveltamista sähköpostikansiossa näkyvään mainontaan.

⁽²⁶²⁾ 4 Ob 174/09f, OGH (Oberster Gerichtshof), 19. tammikuuta 2010.

edellyttäen että asiakkaille annetaan selkeästi ja sanatarkasti yhteystietojen ottamisen ja jokaisen viestin yhteydessä mahdollisuus veloitukselta ja helposti kieltää tällainen yhteystietojensa käyttö, mikäli asiakas ei ole jo alun perin kieltänyt sitä. Nämä alakohtaiset säännökset ovat etusijaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin nähden, mikä tarkoittaa, ettei tällaisten myyntiyhteydenottojen tarvitse olla sinnikkaita ja että jäsenvaltioiden on määrättävä niistä seuraamuksia ensimmäisestä puhelusta tai sähköpostiviestistä alkaen.

Jos rekisterinpitäjä käyttää **henkilötietoja** (esimerkiksi vastaanottajan nimeä ja/tai osoitetta tai muita tunnistettavissa olevaan henkilöön liittyviä tietoja) kaupallisiin tarkoituksiin, tämä on **EU:n tietosuojalainsäädännön** mukaisesti näiden tietojen käsittelyä. Yleisen tietosuojasetuksen mukaisia suojatoimia ja velvoitteita on noudatettava, ja henkilöille on muun muassa ilmoitettava, että tietoja käsitellään ennen kuin markkinointia toteutetaan, minkä lisäksi heille on annettava mahdollisuus vastustaa henkilötietojensa käsittelyä tähän tarkoitukseen (yleisen tietosuojasetuksen 21 artiklan 2 kohta).

Postin avulla suoritettavaa markkinointia ja muuta painettua mainontaa varten ei ole olemassa vastaavia alakohtaisia EU:n sääntöjä. Niitä säännellään kattavasti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä ja erityisesti sen liitteessä I olevalla 26 kohdalla. Näin ollen **kansalliset säännökset, joilla kielletään kaikenlainen osoitteeton painettu mainonta**, elleivät kuluttajat anna ennakkosuostumusta, menisivät sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin täysin yhdenmukaistettuja säännöksiä pidemmälle. Tällainen kielto sallitaan vain, jos se ei kuulu direktiivin soveltamisalaan eli jos sillä ei **pyritä suojelemaan kuluttajien taloudellista etua**. Eräät jäsenvaltiot ovat puolustaneet tällaisia kieltoja eri perustein, esimerkiksi ympäristönsuojelusyillä (markkinointimateriaaliin haaskatun paperin vähentäminen).

3.7. Lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset – nro 28

Liitteessä I oleva 28 kohta

"Mainoksiin sisällytetty lapsiin kohdistuva suora kehoitus ostaa tai suostutella heidän vanhempiaan tai muita aikuisia ostamaan mainostettuja tuotteita lapsille. Tällä säännöksellä ei rajoiteta televisiotoiminnasta annetun direktiivin 89/552/ETY 16 artiklan säännösten soveltamista."

Tämä kielto kattaa lasten painostamisen ostamaan tai suostuttelemaan vanhempansa ostamaan tuotteita heille ("kärttämisvaikutus"). Monien elinkeinonharjoittajien toistuvasti tästä kiellosta esittämä väite on, että voi olla vaikeaa **erottaa lapsille suunnattua markkinointia** muille kuluttajille suunnatusta markkinoinnista. Vastaavasti voi olla toisinaan epäselvää, **sisältääkö jokin kaupallinen menettely lapsiin kohdistuvan suoran kehotuksen**.

Sen määrittämiseksi, kuuluuko kaupallinen menettely liitteessä I olevan 28 kohdan soveltamisalaan, on kuitenkin otettava huomioon kaikki yksittäiseen tapaukseen liittyvät tosiseikat ja olosuhteet. Arvioinnissa voidaan ottaa huomioon erilaisia tekijöitä, kuten **markkinoinnin rakenne**, markkinoinnin lähettämiseen käytetty **viestintäväline**, käytetyn **kielen tyyppi**, **erityisesti lapsiin vetoavien aiheiden tai hahmojen** käyttäminen, **ikärajoitukset** ja **suorat yhteydet** ostosten tekemiseen.⁽²⁶³⁾ Kansallista täytäntöönpanoviranomaista tai tuomioistuinta **ei sido myöskään elinkeinonharjoittajan itsensä määrittämä kyseisen kaupallisen menettelyn kohderyhmä**, mutta tämä määritetty kohderyhmä voidaan ottaa huomioon. Arvioinnissa olisi otettava huomioon myös toimenpiteet, joita elinkeinonharjoittaja on toteuttanut suojellakseen alaikäisiä suorilta kehotuksilta. Elinkeinonharjoittajien olisi mukautettava markkinointia niiden kuluttajien mukaan, jotka menettely tosiasiallisesti saattaa tavoittaa, eikä ainoastaan suunnitellun kohderyhmän mukaan.

Esimerkkejä:

- Eräässä verkkopohjaisessa kaupallisessa menettelyssä, joka koski peliyhteisöä, jossa lapset pukevat virtuaalisia nukkeja, lapsia kehoitettiin "ostamaan lisää", "ostamaan tästä", "päivittämään nyt" ja "nousemaan Superstar-tasolle". Kansallinen tuomioistuin kielsi tällaiset käytännöt, koska lausumat olivat liitteessä I olevassa 28 kohdassa tarkoitettuja lapsiin kohdistuvia suoria kehotuksia.⁽²⁶⁴⁾
- Konserttijärjestäjä oli mainostanut lippuja Justin Bieberin konserttiin seuraavan kaltaisilla lauseilla: "Belibers – RIMI-kortteja on vielä saatavilla monissa kaupoissa. Juokse, hyppää pyörän selkään tai pyydä joltakulta kyytiä" ja "Muista myös ostaa liput Bieberexpressiin ostaessasi konserttiliput tänään RIMistä." Kansallinen tuomioistuin katsoi tämän olevan liitteessä I olevan 28 kohdan vastaista.⁽²⁶⁵⁾

⁽²⁶³⁾ Ks. myös International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), Best Practice Principles for Marketing Practices directed towards Children Online, kesäkuu 2020.

⁽²⁶⁴⁾ MD 2012:14, Norjan markkinaoikeus, 6. joulukuuta 2012, Stardoll.

⁽²⁶⁵⁾ MR-2012-1245-2, Norjan markkinaneuvosto, 3. joulukuuta 2013, Atomic Soul.

- Kansallinen viranomais katsoi, että pankin 10 vuotta täyttävillä lapsille osoittama suoramarkkinointikirje oli aggressiivinen menettely. Kirjeessä lapset toivotettiin tervetulleiksi pankin konttoriin, jossa he saisivat oman Visa Electron -kortin 10-vuotissyntymäpäivänsä kunniaksi. ⁽²⁶⁶⁾
- Kansallinen viranomais katsoi, että kilpailuilmoituksessa, joka toteutettiin käyttämällä täydennettyä todellisuutta (augmented reality, AR), oli suora kehoitus. Lukija latsi AR-sovelluksen puhelimeensa ja skannasi sillä tarinan ruutuja, jolloin ruudulle ilmestyi videomateriaalia. Videot sisälsivät useita sarjakuvamaisia visuaalisia elementtejä ja äänitehosteita. Tarinan lopussa sovelluksessa oli onnenpyörä, jossa lukijalla oli mahdollisuus voittaa liput konserttiin. Jos lukija ei voittanut, onnenpyörän viereen ilmestyi linkki ja lukijaa kehoitettiin "tsekkaamaan liput". Samassa tilanteessa virtuaalinen avatar kannusti lukijaa "klikkaamaan tosta ja hakemaan liput". Kansallisen viranomaisen mukaan kyseessä oli suora ostokehoitus erityisesti siksi, että sen yhteydessä olleesta linkistä oli mahdollista päästä suoraan lippujen ostoprosessiin. Kansallinen viranomais katsoi myös, että AR-sisältö ja mainos oli suunnattu lapsille, ja ne julkaistiin lapsille suunnatussa sarjakuvalehdessä. ⁽²⁶⁷⁾
- Jäsenvaltion tuomioistuin tarkasteli sitä, onko linkin näyttäminen verkkokauppaan suora ostokehoitus. Tuomioistuin katsoi, että mainos, jossa puhutellaan katsojaa käyttäen toisen persoonan yksikköä (sinuttelu) ja käytetään lapsille tyypillisiä ilmaisuja, on suunnattu ensisijaisesti lapsille ja että tällaiset suorat ostokehotukset kuuluvat liitteessä I olevan 28 kohdan soveltamisalaan, vaikka mainostettujen tuotteiden hintoja ja ominaisuuksia ei näytetä ennen linkin napsauttamista. ⁽²⁶⁸⁾
- Samanlaisessa tapauksessa jäsenvaltion tuomioistuin katsoi, että epäsuorat ostokehotukset eivät kuulu liitteessä I olevan 28 kohdan kiellon soveltamisalaan ja että ne määritetään viittauksiksi mainostettujen tuotteiden käyttötarkoitukseen. Tässä tapauksessa mainosviesteihin ja verkkokauppalinkkeihin oli liitetty viesti "Jos haluat pelin myös itsellesi, voit tilata sen konsolillesi alla olevien linkkien kautta". Tuomioistuin katsoi, että ostomahdollisuutta koskevien tietojen antaminen tai käyttäjän kutsuminen virtuaalisiin liiketiloihin ei ole kiellettyä. ⁽²⁶⁹⁾
- Vuonna 2021 täytäntöönpanoviranomais määrsi verkkopelitoimijalle ja useille verkkovaikeuttajatoimistoille sakkoja liitteessä I olevassa 28 kohdassa säädetyn kiellon rikkomisesta. Peliä mainostettiin useilla verkkokanavilla, ja lapsia ja nuoria kannustettiin olemaan vuorovaikutuksessa eläinhahmon kanssa lähettämällä maksullisia tekstiviestejä. Näin ollen lapsia kehoitettiin suoraan tekemään ostoksia. Lisäksi sakossa otettiin huomioon elinkeinonharjoittajan ja vaikuttajien harhaanjohtavat menettelyt, sillä tiettyjä mainoksia ja myyninedistämistoimia ei oltu merkitty asianmukaisesti ja ne johtivat kuluttajia harhaan siten, että heidät saatiin katsomaan mainoksia. ⁽²⁷⁰⁾

Komissio ja kansalliset viranomaiset toteuttivat vuosina 2013–2014 **yhteisen täytäntöönpanotoimen, joka koski sellaisia verkkopelejä**, joissa voidaan tehdä ostoksia pelaamisen aikana (sovelluksen sisäiset ostot) ja jotka todennäköisesti vetoavat lapsiin tai joita lapset todennäköisesti pelaavat (tätä käsitellään tarkemmin 4.2.9 kohdassa). ⁽²⁷¹⁾ Viranomaiset katsoivat, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevaa 28 kohtaa sovelletaan peleihin, jotka todennäköisesti vetoavat lapsiin, eikä vain niihin peleihin, jotka on suunnattu ainoastaan tai nimenomaisesti lapsille. Peliä tai sovellusta ja siihen sisältyvää kehoitusta voidaan pitää lapsiin kohdistuvana liitteessä I olevassa 28 kohdassa tarkoitettulla tavalla, jos elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa ennakoivan, että se todennäköisesti vetoaa lapsiin.

3.8. Palkinnot – nro 31

Liitteessä I oleva 31 kohta

"Sellaisen perättömän vaikutelman luominen, että kuluttaja on jo voittanut, voittaa tai tietyllä tavalla toimiessaan voittaa palkinnon tai muun edun, vaikka tosiasiaa:

— mitään palkintoa tai etua ei ole,

tai

— palkinnon tai muun edun saaminen edellyttää kuluttajalta rahasuoritusta tai kustannuksia vaativaa toimenpidettä."

⁽²⁶⁶⁾ KUV/5564/41/2012, Suomen Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 1. maaliskuuta 2013, Nordea Oyj.

⁽²⁶⁷⁾ Suomen Kilpailu- ja kuluttajavirasto, ratkaisu KKV/54/14.08.01.05/2019.

⁽²⁶⁸⁾ Saksan liittovaltion korkein oikeus, 17. heinäkuuta 2013 – I ZR, 34/12, Runes of Magic.

⁽²⁶⁹⁾ Itävallan korkein oikeus, 9. heinäkuuta 2013, 4 Ob 95/13v, Disney Universe.

⁽²⁷⁰⁾ Unkarin kilpailuviranomais, 26. toukokuuta 2021, VJ/3/2020, Global AWA Pty Ltd et al.

⁽²⁷¹⁾ Lehdistötiedote 18. heinäkuuta 2014, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_14_847

Ensin mainittujen tilanteiden (palkintoa ei ole) arviointi on suhteellisen yksinkertaista. Kieltoa noudattaakseen **elinkeinonharjoittajien on aina pystyttävä todistamaan, että he ovat myöntäneet palkinnon/palkinnot tai muun edun/edut täsmälleen kuluttajalle osoitetussa ilmoituksessa mainituin ehdoin.** Jos näin ei ole, menettely kuuluu kiellon piiriin.

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittaja antoi perättömän vaikutelman, jonka mukaan kuluttajat voivat voittaa palkinnon, väittämällä, että kaikilla tiettyihin arpajaisiin osallistuvilla oli mahdollisuus voittaa kannettava tietokone. Todellisuudessa tällaista tietokonetta ei ollut mahdollista voittaa. ⁽²⁷²⁾
- Elinkeinonharjoittaja antoi perättömän vaikutelman, jonka mukaan kuluttaja oli voittanut palkinnon, toteamalla yksiselitteisesti kuluttajalle lähettämässään kirjeessä, että tämä oli voittanut 18 000 euron palkinnon, vaikka todellisuudessa tällaista palkintoa ei ollut olemassa. Kansallinen tuomioistuin totesi, että tämä kaupallinen menettely oli vastoin sitä kansallista lakia, jolla on saatettu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I oleva 31 kohta osaksi kansallista lainsäädäntöä. ⁽²⁷³⁾

Liitteessä I olevan 31 kohdan jälkimmäinen osa (palkinnon tai muun edun saaminen edellyttää kuluttajalta rahasuoritusta tai kustannuksia vaativaa toimenpidettä) kattaa epärehelliset menettelyt, joissa kuluttajille esimerkiksi ilmoitetaan, että he ovat voittaneet palkinnon mutta heidän täytyy **soittaa maksulliseen puhelinnumeroon** lunastaakseen sen, tai kuluttajille ilmoitetaan aluksi, että he ovat voittaneet palkinnon, mutta sitten he saavat tietää, että heidän **täytyy tilata jokin muu tavara tai palvelu saadakseen mainostetun palkinnon** tai muun edun.

Unionin tuomioistuin on selventänyt, että vaikka kuluttajalle palkinnon lunastamisesta (esimerkiksi palkinnon luonnetta koskevien tietojen pyytämisestä tai sen haltuun saamisesta) aiheutuvat kustannukset ovat vähäiset, kuten postimerkin hinta, verrattuna palkinnon arvoon, ja siihen katsomatta, aiheutuuko näistä kustannuksista mitään hyötyä elinkeinonharjoittajalle, tällaiset menettelyt kielletään liitteessä I olevassa 31 kohdassa. ⁽²⁷⁴⁾

Esimerkki:

Postimyyntiyritys lähetti postitse mainoksia, joiden mukaan kuluttaja "on sataprosenttisen varmasti yksi valituista henkilöistä, jotka saavat elektroniikkatuotteen. Tämä tuote on maksuton!" Todellisuudessa kuluttajien oli vastattava kahden päivän kuluessa ja maksettava 19,99 euroa "hallinto- ja kuljetuskustannusten" kattamiseksi. Kuluttajaviranomainen katsoi, että perättömän vaikutelman antaminen kuluttajille siitä, että he olivat jo voittaneet palkinnon, ja vaatimus siitä, että he maksavat maksun kahden päivän kuluessa saatuaan tiedon myynninedistämisestä, kuului liitteessä I olevan 31 kohdan soveltamisalaan (ja myös muiden mustalla listalla olevien toimien, muun muassa menettelyn nro 20, piiriin, koska menettelyssä käytettiin sanaa "ilmainen"). ⁽²⁷⁵⁾

4. SOPIMATTOMIA KAUPALLISIA MENETTELYJÄ KOSKEVAN DIREKTIIVIN SOVELTAMINEN TIETTYIHIN ALOIHIN

4.1. Kestävyys

4.1.1. Ympäristöväittämät

Ilmaisulla 'ympäristöväittäminen' tarkoitetaan menettelyä, jolla (kaupallisessa viestinnässä, markkinoinnissa tai mainonnassa) annetaan ymmärtää tai luodaan muutoin vaikutelma siitä, että tavaralla tai palvelulla **on myönteinen ympäristövaikutus tai ei lainkaan ympäristövaikutuksia tai että se vahingoittaa ympäristöä vähemmän** kuin kilpailevat tavarat tai palvelut. Tämä voi johtua sen koostumuksesta, valmistustavasta, siitä, miten se voidaan hävittää, tai sen käytöstä odotettavissa olevasta energiankulutuksen tai saastumisen vähenemisestä. Kun tällaiset väitteet eivät ole todenperäisiä tai niitä ei voida tarkistaa, tätä menettelyä kutsutaan usein 'viherpesuksi'. Komission ja kansallisten kuluttajaviranomaisten vuonna 2020 toteuttamassa koordinoitussa verkkosivustojen tehotarkastuksessa vahvistettiin, että epämääräisten, liioiteltujen, virheellisen tai harhaanjohtavien vihreiden väittämien käyttäminen on yleistä. ⁽²⁷⁶⁾

Viherpesu voi elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä suhteissa liittyä kaikentyyppisiin elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin kaupallisiin menettelyihin, jotka koskevat tuotteiden ympäristöominaisuuksia. Tämä voi kattaa tilanteen mukaan kaikentyyppiset lausumat, tiedot, symbolit, logot, piirroksot ja tuotemerkit sekä niiden vuorovaikutuksen värien kanssa pakkauksissa, merkinnöissä ja mainoksissa kaikissa välineissä (myös verkkosivustoilla) ja minkä tahansa organisaation esittäminä, mikäli se katsotaan 'elinkeinonharjoittajaksi' ja harjoittaa kaupallisia menettelyjä kuluttajia kohtaan.

⁽²⁷²⁾ Prahan kaupunginoikeus, 29. lokakuuta 2014, Golden Gate Marketing v. Tšekin elinkeinovalvontaviranomainen.

⁽²⁷³⁾ Audiencia Provicional de Barcelona, 26. kesäkuuta 2014, 323/2014.

⁽²⁷⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 18.10.2012, C-428/11, Purely Creative e.a. v. Office of Fair Trading.

⁽²⁷⁵⁾ CA/NB/544/10, Consumentenautoriteit, 21. syyskuuta 2010, Garant-o-Matic B.V.

⁽²⁷⁶⁾ Lehdistötiedote 28. tammikuuta 2021, "Verkkosivujen tehotarkastus viherpesun havaitsemiseksi: puolet ympäristöväittämistä on perusteettomia", saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_21_269.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei säädetä erityisistä ympäristöväittämiä koskevista säännöistä. Se muodostaa kuitenkin oikeusperustan, jolla varmistetaan, että elinkeinonharjoittajat eivät esitä ympäristöväittämiä kuluttajien kannalta sopimattomilla tavoilla. Siinä ei kielletä ”ympäristöväittämiä” käyttöä, kunhan ne eivät ole sopimattomia. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi voi päinvastoin auttaa tuotteidensa ympäristötehokkuuteen investoivia elinkeinonharjoittajia antamalla heille mahdollisuus kertoa näistä pyrkimyksistä kuluttajille avoimesti ja estämällä kilpailijoita esittämästä harhaanjohtavia ympäristöväittämiä.

Uudessa kuluttaja-asioiden toimintaohjelmassa ⁽²⁷⁷⁾ ja **vuoden 2020 kiertotalouden toimintasuunnitelmassa** ⁽²⁷⁸⁾ esitetään uusia ehdotuksia viherpesun torjumiseksi. Lisäksi komissio valmistelee aloitteita, kuten **hiilipistumien sertifiointia** koskevien standardien vahvistamista. ⁽²⁷⁹⁾

Ohjeiden 1.4.3 kohdassa käsitellään **kuluttajien oikeussuojakeinoja**, kuten vahingonkorvausta, hinnanalennusta ja sopimuksen purkamista, tapauksissa, joissa kuluttajalle on aiheutunut vahinkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin rikkomisesta ympäristöväittämiä osalta.

4.1.1.1. Vuorovaikutus muun ympäristöväittämiä koskevan EU:n lainsäädännön kanssa
Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 3 artiklan 4 kohdassa ja johdanto-osan 10 kappaleessa vahvistetaan periaate, jonka mukaan direktiivillä täydennetään muuta EU:n lainsäädäntöä ”turvaverkkona”, jolla varmistetaan, että kaikilla aloilla säilytetään korkeatasoinen kuluttajansuoja sopimattomia kaupallisia menettelyjä vastaan. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä täydennetään ympäristöväittämiä osalta muun muassa seuraavia välineitä:

- EU-ympäristömerkistä annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 66/2010 ⁽²⁸⁰⁾
- energiamerkintää koskevien puitteiden vahvistamisesta annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2017/1369 ⁽²⁸¹⁾
- kuluttajien mahdollisuudesta saada uusien henkilöautojen markkinoinnin yhteydessä polttoainetaloutta ja hiilidioksidipäästöjä koskevia tietoja annettu direktiivi 1999/94/EY
- energiatehokkuudesta annettu direktiivi 2012/27/EU ⁽²⁸²⁾, sellaisena kuin se on muutettuna direktiivillä (EU) 2018/2002 ⁽²⁸³⁾
- rakennusten energiatehokkuudesta annettu direktiivi 2010/31/EY ⁽²⁸⁴⁾

⁽²⁷⁷⁾ Komission tiedonanto Euroopan parlamentille ja neuvostolle ”Uusi kuluttaja-asioiden toimintaohjelma – Kuluttajien selviytymiskyvyn vahvistaminen kestävä elpymisen varmistamiseksi” (COM(2020) 696 final, 13.11.2020).

⁽²⁷⁸⁾ Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle ja alueiden komitealle ”Uusi kiertotalouden toimintasuunnitelma – Puhtaamman ja kilpailukykyisemmän Euroopan puolesta” (COM(2020) 98 final, 11.3.2020). Komission suositus 2013/179/EU, annettu 9 päivänä huhtikuuta 2013, yhteisten menetelmien käyttämisestä tuotteiden ja organisaatioiden elinkaaren ympäristötehokkuuden mittaamiseen ja siitä tiedottamiseen (EUVL L 124, 4.5.2013, s. 1), sekä sen päivitykset.

⁽²⁷⁹⁾ Komissio on ilmoittanut kiertotalouden toimintasuunnitelmassa aloitteesta, joka koskee hiilipistumien sertifiointia koskevaa sääntelykehystä. Hiilipistumien sertifiointimekanismilla tuettaisiin hiilenpoistotarkaisujen käyttöönottoa ilmastoneutraaliuden tavoitteen kanssa yhteensopivassa mittakaavassa.

⁽²⁸⁰⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 66/2010, annettu 25 päivänä marraskuuta 2009, EU-ympäristömerkistä (EUVL L 27, 30.1.2010, s. 1).

⁽²⁸¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2017/1369, annettu 4 päivänä heinäkuuta 2017, energiamerkintää koskevien puitteiden vahvistamisesta ja direktiivin 2010/30/EU kumoamisesta (EUVL L 198, 28.7.2017, s. 1).

⁽²⁸²⁾ Tämän direktiivin 9 artiklan 2 kohdassa säädetään, että jos kuluttajat käyttävät ”älykkäitä mittareita” kaasun ja/tai sähkön osalta, on varmistettava, että ”mittausjärjestelmät antavat loppukäyttäjille tiedot kulutuksen todellisesta ajoittumisesta”, minkä lisäksi 10 artiklan 1 kohdassa säädetään, että ”[j]os loppukäyttäjillä ei ole [...] älykkäitä mittareita”, on varmistettava, että ”laskutustiedot ovat täsmällisiä ja perustuvat tosiasialliseen kulutukseen”.

⁽²⁸³⁾ Kaasun ja sähkön laskutustietoja koskevan 10 artiklan muutoksessa säädetään, että laskutustietojen on oltava luotettavia ja täsmällisiä ja perustuttava sähkön ja kaasun tosiasialliseen kulutukseen liitteessä VII olevan 1.1 kohdan mukaisesti, jos se on teknisesti mahdollista ja taloudellisesti perusteltua. Direktiivin 9 a artiklassa puolestaan säädetään, että loppuasiakkaille on tarjottava kilpailukykyisesti hinnoiteltuja mittareita, jotka kuvaavat tarkasti niiden todellista energiankulutusta.

⁽²⁸⁴⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/944, annettu 5 päivänä kesäkuuta 2019, sähkön sisämarkkinoita koskevista yhteisistä säännöistä ja direktiivin 2012/27/EU muuttamisesta (EUVL L 158, 14.6.2019, s. 125). Omistajien ja vuokralaisten on tämän direktiivin 10 artiklan mukaisesti voitava vertailla ja arvioida rakennusten energiatehokkuutta energiatehokkuustodistusten avulla. Energiatehokkuustodistuksessa on ilmoitettava muun muassa, ”mistä omistaja tai vuokralainen voi saada yksityiskohtaisempia tietoja” energiatehokkuustodistuksessa annetuista suosituksista. Kyseisen direktiivin 12 artiklan 2 ja 3 kohdassa edellytetään, että energiatehokkuustodistus ”näytetään mahdolliselle uudelle vuokralaiselle tai ostajalle ja annetaan ostajalle tai uudelle vuokralaiselle” rakennusta rakennettaessa, myytäessä tai vuokrattaessa, ja jos tämä tehdään ennen rakennuksen rakentamista, vaaditaan, että myyjä ”antaa arvion sen tulevasta energiatehokkuudesta”. Direktiivin 12 artiklan 4 kohdassa edellytetään, että kun rakennuksia, joilla on energiatehokkuustodistus, tarjotaan myytäväksi tai vuokrattavaksi, rakennuksen energiatehokkuustodistuksessa annettu energiatehokkuusindikaattori ”mainitaan kaupallisissa tiedotusvälineissä olevissa ilmoituksissa”.

- renkaiden merkitsemisestä polttoainetaloudellisuuden ja muiden keskeisten ominaisuuksien osalta annettu asetus (EU) 2020/740 ⁽²⁸⁵⁾
- sähkön sisämarkkinoita koskevista yhteisistä säännöistä annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2019/944 ⁽²⁸⁶⁾
- energiaan liittyvien tuotteiden ekologiselle suunnittelulle asetettavien vaatimusten puitteista annettu direktiivi 2009/125/EY ⁽²⁸⁷⁾
- luonnonmukaisesta tuotannosta ja luonnonmukaisesti tuotettujen tuotteiden merkinnöistä annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2018/848 ⁽²⁸⁸⁾
- uusiutuvista lähteistä peräisin olevan energian käytön edistämisestä annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2018/2001 ⁽²⁸⁹⁾
- maakaasun sisämarkkinoita koskevista yhteisistä säännöistä annettu Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/73/EY ⁽²⁹⁰⁾.

Seuraavassa on joitakin esimerkkejä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja ympäristövaittamiä koskevan EU:n alakohtaisen lainsäädännön vuorovaikutuksesta.

Esimerkkejä:

- **Energiamerkintää** koskevista puitteista annetussa asetuksessa (EU) 2017/1369 kielletään lisämerkinnät ja -tunnukset, jotka itsessään voivat johtaa kuluttajia harhaan energian tai muiden voimavarojen kulutuksen osalta. ⁽²⁹¹⁾ Se ei kuitenkaan sisällä erityisiä säännöksiä siitä, mikä katsotaan harhaanjohtavaksi. Tässä kohden sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä voi olla merkitystä. Kansallinen tuomioistuin esimerkiksi katsoi, että iskulauseen ”erittäin energiataloudellinen” käyttäminen energiatehokkuusluokkaan A kuuluvasta jääkaappipakastimesta oli sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettu harhaanjohtava kaupallinen menettely. Maan markkinoilla tuolloin olleista 543 jääkaappipakastimesta 308 kuului luokkaan A+, ja 17 prosenttia kaikista saatavilla olleista jääkaappipakastimista kuului energiatehokkuusluokkaan A++. ⁽²⁹²⁾

⁽²⁸⁵⁾ Tällä asetuksella luodaan puitteet renkaiden ominaisuuksia koskevien yhdenmukaistettujen tietojen antamiseksi merkintöjen avulla, jotta kuluttajat voivat renkaita ostaessaan tehdä tietoon perustuvan valinnan.

⁽²⁸⁶⁾ Laskuissa on tämän direktiivin liitteessä I olevan 5 kohdan mukaisesti ilmoitettava kuluttajille kunkin energialähteen osuus toimittajien mukaisesti ostetusta sähköstä. Tämän kohdan a ja b alakohdan mukaisesti sähkötoimittajien on erityisesti täsmennettävä ”kunkin energialähteen osuus toimittajan koko energialähdelaikojen osalta” ja annettava ”tietoja toimittajan edellisen vuoden koko energialähdelaikojen osalta” ja ”tiedot mahdollisuuksistaan tuotteen kestävässä käytössä” ja ”tiedot tuotteen ekologisesta profiilista ja ekologisen suunnittelun eduista, mikäli täytäntöönpanotoimenpiteissä tätä edellytetään”.

⁽²⁸⁷⁾ Tämän puitedirektiivin perusteella vahvistetaan tuotekohtaisilla täytäntöönpanotoimenpiteillä vähimmäisvaatimukset esimerkiksi hehkulamputille ja kodinkoneille. Valmistajien on tämän direktiivin 14 artiklan mukaisesti sovellettavan täytäntöönpanotoimenpiteen mukaisesti varmistettava, että tuotteiden kuluttajat saavat ”tiedot mahdollisuuksistaan tuotteen kestävässä käytössä” ja ”tiedot tuotteen ekologisesta profiilista ja ekologisen suunnittelun eduista, mikäli täytäntöönpanotoimenpiteissä tätä edellytetään”.

⁽²⁸⁸⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2018/848, annettu 30 päivänä toukokuuta 2018, luonnonmukaisesta tuotannosta ja luonnonmukaisesti tuotettujen tuotteiden merkinnöistä ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 834/2007 kumoamisesta (EUVL L 150, 14.6.2018, s. 1). Tämän asetuksen 30 artiklassa säädetään luonnonmukaiseen tuotantoon viittaavien ilmausten käyttöä koskevista säännöistä. Asetuksen 33 artiklassa säädetään EU:n luonnonmukaisen tuotannon tunnuksen käytön säännöistä.

⁽²⁸⁹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2018/2001, annettu 11 päivänä joulukuuta 2018, uusiutuvista lähteistä peräisin olevan energian käytön edistämisestä (EUVL L 328, 21.12.2018, s. 82). Ks. erityisesti 24 artikla, jossa säädetään, että loppukäyttäjille on annettava tietoa energiatehokkuudesta ja uusiutuvan energian osuudesta näiden kaukolämmitys- ja -jäähdytysjärjestelmissä helposti saavutettavalla tavalla, kuten toimittajien verkkosivustoilla, vuosilaskelmassa tai pyynnöstä, minkä lisäksi 19 artiklassa säädetään, että ”[o]soitetaan loppukäyttäjille uusiutuvista lähteistä peräisin olevan energian osuuden tai määrän energiantuottajan energialähteiden yhdistelmässä ja energiassa, joka toimitetaan kuluttajille kaupan pidetyin sopimuksin, joissa viitataan uusiutuvista lähteistä peräisin olevan energian kulutukseen, jäsenvaltioiden on varmistettava, että uusiutuvista lähteistä tuotetun energian alkuperä voidaan taata sellaiseksi tässä direktiivissä säädettyssä merkityksessä objektiivisten, läpinäkyvien ja syrjimättömien kriteerien mukaisesti”. On myös pantava merkille tämän direktiivin muuttamista koskeva ehdotus (COM(2021) 557 final), jolla otetaan käyttöön vaatimus, jonka mukaan ”ympäristöystävällisten” teollisten tuotteiden merkinnöissä on ilmoitettava EU:n laajuisen yhteisen menetelmän mukaisesti käytetyn uusiutuvan energian prosenttiosuus.

⁽²⁹⁰⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2009/73/EY, annettu 13 päivänä heinäkuuta 2009, maakaasun sisämarkkinoita koskevista yhteisistä säännöistä ja direktiivin 2003/55/EY kumoamisesta (EUVL L 211, 14.8.2009, s. 94).

⁽²⁹¹⁾ Tämän asetuksen 6 artiklan c alakohdan mukaisesti sellaisten merkintöjen, merkien, tunnuksien tai tekstien esittäminen, jotka eivät ole asetuksen vaatimusten mukaisia, on kiellettyä, jos se todennäköisesti johtaa kuluttajia harhaan tai aiheuttaa sekaannusta energian tai muiden voimavarojen kulutuksen osalta. Asetuksen 3 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että sähköenergian, muiden energiamuotojen ja mahdollisesti muiden olennaisten voimavarojen käytönaikaiseen kulutukseen liittyvät tiedot ilmoitetaan loppukäyttäjille sellaisiin tuotteisiin liittyvällä tuoteselosteella ja merkinnällä, joita tarjotaan myyntiin, vuokralle tai osamaksukauppaan tai esitellään loppukäyttäjille mitä tahansa etämyyntitapaa, myös internetiä, käyttäen.

⁽²⁹²⁾ Ympäristövaittamiä käsittelevän sidosryhmien työryhmän raportti 2013, s. 18.

- Rengasvalmistajalla oli oma rengasmerkintä renkaiden markkinointia varten. Merkinnällä oli tarkoitus kuvata renkaan talviajo-ominaisuuksia. Yrityksen oma merkintä muistuttaa merkittävästi **EU:n virallista rengasmerkintää** ⁽²⁹³⁾, joka on ollut pakollinen marraskuusta 2012 alkaen. Rengasvalmistaja markkinoi renkaitaan omalla merkinnällään, mikä on saattanut antaa kuluttajille harhaanjohtavan vaikutelman siitä, että renkaat täyttivät testauksen ja luokittelun osalta EU:n rengasmerkinnälle asetetut vaatimukset. Lisäksi rengasmerkintä ei antanut luotettavaa kuvaa renkaiden ominaisuuksista suhteessa muiden sellaisten valmistajien renkaisiin, joilla oli EU:n merkintä. Kansallinen tuomioistuimien kieli rengasvalmistajaa käyttämästä yrityksen omia rengasmerkintöjä kuluttajiin kohdistuvassa markkinoinnissa, ellei yritys ole selkeästi erottanut tätä merkintää EU:n rengasmerkinnästä. ⁽²⁹⁴⁾
- Direktiivissä (EU) 2019/944 säädetään, että sähkötoimittajien on ilmoitettava laskutustiedoissaan tiedot ”toimittajan edellisen vuoden koko energialähdevalikoimalla tuotetusta sähköstä johtuvista ympäristövaikutuksista, ainakin hiilidioksidipäästöistä ja radioaktiivisista jätteistä”, ja toimittajayritysten on direktiivin liitteessä I olevan 5 kohdan b alakohdan mukaisesti täsmennettävä energiapalettinsa todellinen hiilijalanjälki.
- Elinkeinonharjoittaja mainosti dieselautojaan kuluttajille ”ympäristöystävällisinä”, vaikka todellisuudessa pakokaasupäästöjä koskevia testejä manipuloitiin käyttämällä estolaiteohjelmistoa (”Dieselgate-skandaali”). Kyseisten autojen ympäristöominaisuuksia koskevia väittämiä esitettiin elinkeinonharjoittajan verkkosivustolla, mainosmateriaaleissa ja tuoteluetteloissa. Unionin tuomioistuimien vahvisti 17. joulukuuta 2020 asiassa C-693/18 antamassaan tuomiossa ⁽²⁹⁵⁾, että estolaiteohjelmisto oli **EU:n tyyppihyväksyntälainsäädännön** nojalla laiton. Kyseinen menettely herättää huolta sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **5 artiklan** (huolellisen ammatinharjoittamisen vastainen menettely), **6 artiklan** (harhaanjohtavien tietojen antaminen kuluttajalle tuotteen pääominaisuuksista, kuten tuotteen mainostetusta ympäristövaikutuksesta) ja **liitteessä I olevan 4 kohdan** (peräton väite, että julkinen elin on hyväksynyt tuotteen ilman, että noudatetaan hyväksymiseen liittyviä ehtoja) osalta. Kansalliset kuluttajaviranomaiset ovat määränneet sakkoja näiden säännösten perusteella. ⁽²⁹⁶⁾

4.1.1.2. Pääperiaatteet

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen ympäristöväittämiin voidaan tiivistää seuraaviin pääperiaatteisiin ⁽²⁹⁷⁾.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin harhaanjohtavia toimia ja mainitsematta jättämiä koskevien **6 ja 7 artiklan** nojalla **ympäristöväittämien on oltava totuudenmukaisia, niissä ei saa olla virheellisiä tietoja** ja ne on esitettävä **selvällä, ymmärrettävällä, täsmällisellä ja yksiselitteisellä tavalla**, jotta kuluttajia ei johdeta harhaan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan perusteella **elinkeinonharjoittajilla on oltava näyttöä väittämiensä tueksi** ja niiden on oltava valmiit toimittamaan se toimivaltaisille täytäntöönpanoviranomaisille ymmärrettävällä tavalla, jos väittämä kyseenalaistetaan.

Lisäksi **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I** on luettelo sopimattomista käytännöistä, jotka ovat kiellettyjä kaikissa tapauksissa. Useat liitteen I kohdat liittyvät tiettyihin väittämiin tai asiaankuuluvien sertifiointien, merkintöjen ja käytännösääntöjen markkinointiin.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan yleisessä lausekkeessa säädetään lisämahdollisuudesta arvioida sopimattomia kaupallisia menettelyjä. Se toimii ylimääräisenä ”turvaverkkona”, joka kattaa kaikki sopimattomat kaupalliset menettelyt, jotka eivät kuulu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin muiden säännösten soveltamisalaan (eli jotka eivät ole harhaanjohtavia tai aggressiivisia eivätkä sisälly liitteeseen I). Siinä kielletään kaupalliset menettelyt, jotka ovat **huolellisen ammatinharjoittamisen** vaatimusten vastaisia, jos ne ovat omiaan vääristämään olennaisesti keskiwertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä.

⁽²⁹³⁾ Asetus (EU) 2020/740 renkaiden merkitsemisestä polttoainetaloudellisuuden ja muiden ominaisuuksien osalta.

⁽²⁹⁴⁾ MAO:185/13.

⁽²⁹⁵⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 17.12.2020, asia C-693/18, CLCV ym.

⁽²⁹⁶⁾ PS10211, Volkswagen, 4. elokuuta 2016. ACM/UIT/23048, 18. lokakuuta 2017. UOKiK, Volkswagen Group Poland, 15. tammi-kuuta 2020.

⁽²⁹⁷⁾ Nämä periaatteet on otettu huomioon myös useissa kansallisissa ympäristöväittämiä koskevissa ohjeasiakirjoissa (muun muassa CZ, DE, DK, FI, HU, LV, NL, NO, FR ja IT). Lisäksi komissio koordinoi ympäristöväittämiä käsittelevän sidosryhmien työryhmän työtä. Työryhmä koostui kansallisten viranomaisten, eurooppalaisten yritys- ja kuluttajajärjestöjen sekä ympäristöalan kansalaisjärjestöjen edustajista. Ympäristöväittämiä käsittelevä sidosryhmien työryhmä antoi suosituksia vuoden 2013 raportissaan (https://ec.europa.eu/consumers/archive/events/ecs_2013/docs/environmental-claims-report-ecs-2013_en.pdf) ja ympäristöväittämiä koskevia vaatimustenmukaisuuskriteerejä koskevassa vuoden 2016 raportissaan (https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/compliance_criteria_2016_en.pdf). Nämä ohjeet eivät ole oikeudellisesti sitovia, mutta ne on otettu huomioon tässä ohjeasiakirjassa. Nämä periaatteet on otettu huomioon myös kansainvälisissä standardeissa ja itsesääntelyssä, kuten ISO 14021-2016 -standardissa ja Kansainvälisen kauppakamarin (ICC) mainos- ja markkinointiviestintää koskevassa säännöstössä. Muita hyödyllisiä kriteereitä ja esimerkkejä on komission vuonna 2000 julkaistuissa ympäristöväittämien tekemistä ja arviointia koskevissa ohjeissa (http://ec.europa.eu/consumers/archive/cons_safe/news/green/guidelines_fi.pdf).

Huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimus voi sisältää ympäristöväittämien osalta periaatteita, jotka perustuvat **kansallisiin ja kansainvälisiin standardeihin ja käytäntönsäätöihin**. Huolellinen ammatinharjoittaminen voi esimerkiksi edellyttää, että sertifiointijärjestelmät, joita elinkeinonharjoittajat käyttävät markkinoidakseen tuotteidensa ympäristöhyötyjä, ovat tällaisten standardien mukaisia ja tarjoavat huomattavia etuja kuluttajille ja että niiden valvonta ja tarkastaminen toteutetaan riippumattomasti. Huolellisen ammatinharjoittamisen vastaiset menettelyt ovat sopimattomia, jos ne saavat tai todennäköisesti saavat keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt, kuten tietyn tuotteen ostaminen sertifiointijärjestelmän väitetystä noudattamisesta odotettavissa olevien hyötyjen vuoksi. Kansalliset täytäntöönpanoviranomaiset arvioivat tällaisia tilanteita kunkin yksittäistapauksen tosiseikkojen ja olosuhteiden perusteella.

4.1.1.3. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivi 6 artiklassa edellytetään, että **kuluttajien on voitava luottaa elinkeinonharjoittajien esittämiin ympäristöväittämiin**. Jotta ympäristöväittämät eivät olisi harhaanjohtavia, niiden on oltava totuudenmukaisia, niissä ei saa olla virheellisiä tietoja ja ne on **esitettävä selvästi, ymmärrettävästi, yksiselitteisesti ja täsmällisesti**.

Ympäristöväittäjä voi olla harhaanjohtava, jos se **”sisältää virheellistä tietoa ja on siten totuuden vastainen”** jonkin 6 artiklan 1 kohdan a–g alakohdassa luetellun seikan suhteen.

Esimerkkejä:

- Ilmauksen ”biohajoava” käyttäminen tuotteesta, joka itse asiassa ei ole biohajoava tai jota ei ole testattu. ⁽²⁹⁸⁾
- Sähkölaitteiden, kuten silitysrautojen, pölynimurien ja kahvinkeitin, esittäminen ympäristöystävällisinä (”eko-”), vaikka testien mukaan niiden ympäristönsuojelun taso ei usein ole parempi kuin muiden samanlaisten tuotteiden, tai jos testejä ei ole tehty. ⁽²⁹⁹⁾
- Autonrenkaiden esittäminen ”ekorenkaina” ja niiden ympäristötehokkuuden ja polttoainekulutukseen kohdistuvan vaikutuksen mainostaminen, vaikka testitulokset ovat vaihtelevia. ⁽³⁰⁰⁾
- Bambua sisältävien astioiden väittäminen kestäväksi, kierrätettäväksi ja ympäristöystävälliseksi vaihtoehdoksi muovimateriaaleille, kun tällaiset tuotteet ovat todellisuudessa muovin, bambun (joskus bambupölyn) sekä melamiinista ja formaldehydistä valmistetun hartsin sekoitusta, joka on tarpeen erilaisten muotojen (esimerkiksi astiat ja kulhot) ja jäykkyyden aikaansaamiseksi. ⁽³⁰¹⁾

Ympäristöväittäjä voi olla harhaanjohtava myös, jos se **”harhauttaa tai on omiaan harhauttamaan keskivertokuluttajaa, vaikka tieto olisikin tosiasiallisesti virheetön”**, jonkin 6 artiklan 1 kohdan a–g alakohdassa luetellun seikan suhteen.

Näin ollen myös **kuvien ja tuotteen yleisen esitystavan** (kuten taiton, värien, kuvien, äänten tai merkintöjen) olisi annettava totuudenmukainen ja tarkka kuva ympäristöhyödyn laajuudesta eikä niillä saisi liioitella saavutettavaa hyötyä. Epäsuorat väittämät voivat tapauksen olosuhteista riippuen tarkoittaa myös ympäristökestävyyteen liittyvien kuvien (esimerkiksi puut, sademetsät, vesi tai eläimet) ja värien (esimerkiksi sininen tai vihreä tausta tai teksti) käyttöä.

Ympäristöväittämät ovat todennäköisesti harhaanjohtavia, jos ne sisältävät **epämääräisiä ja yleisiä ympäristöhyötyjä koskevia toteamuksia** ilman asianmukaista näyttöä hyödyistä ja ilmoittamatta, mitä tuotteen merkityksellistä näkökohtaa väittämässä tarkoitetaan. Tällaisia väittämiä ovat esimerkiksi ”ympäristöystävällinen”, ”ekoystävällinen”, ”eko”, ”vihreä”, ”luonnon ystävä”, ”ekologinen”, ”ympäristönmukainen”, ”ilmastoystävällinen”, ”ympäristölle hellävarainen”, ”ilman pilaavia aineita”, ”biohajoava”, ”päästötön”, ”hiiliystävällinen”, ”vähemmän hiilidioksidipäästöjä”, ”hiilineutraali” ja ”ilmastoneutraali” sekä vielä laajemmat väittämät ”tiedostava” ja ”vastuullinen”.

⁽²⁹⁸⁾ Ks. esimerkiksi joulukuussa 2020 annettu tieteellinen lausunto muovien biohajoavuudesta avoimessa ympäristössä, joka on saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/strategy/support-policy-making/scientific-support-eu-policies/group-chief-scientific-advisors/biodegradability-plastics-open-environment_en

⁽²⁹⁹⁾ Which?, Greenwashing claims investigated, elokuu 2012.

⁽³⁰⁰⁾ Institut national de la Consommation, Les pneus verts tiennent ils leurs promesses ?, 60 millions de consommateurs edition n°476, marraskuu 2012.

⁽³⁰¹⁾ Ks. myös elintarvikkeen kanssa kosketukseen joutuvista materiaaleista ja tarvikkeista ja direktiivien 80/590/ETY ja 89/109/ETY kumoamisesta 27 päivänä lokakuuta 2004 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 1935/2004 (EUVL L 338, 13.11.2004, s. 4) 3 artiklan 2 kohta, jossa edellytetään, että materiaalin tai tarvikkeen merkinnät, mainonta ja esillepano eivät saa johtaa kuluttajia harhaan.

Tällaisilla perusteettomilla väittämillä saatetaan joissakin tapauksissa antaa kuluttajille vaikutelma, että elinkeinonharjoittajan tuotteella tai toiminnalla ei ole kielteisiä ympäristövaikutuksia, tai että sillä on ainoastaan myönteisiä ympäristövaikutuksia. Ne saattavat kuulua sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan a ja b alakohdan soveltamisalaan, jos ne ovat omiaan harhauttamaan keskivertokuluttajaa ja saavat hänet tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

Koska sellaisilla ilmaisuilla kuin ”tiedostava” ja ”vastuullinen” voidaan viitata moniin näkökohtiin, kuten sosiaalisiin tai taloudellisiin olosuhteisiin, tällaisia väittämiä voidaan pitää harhaanjohtavina, vaikka niitä olisikin täsmennetty, sillä ne ovat epämääräisiä ja moniselitteisiä.

Jos käytetään epämääräisiä ja moniselitteisiä väittämiä, niiden on oltava riittävän yksityiskohtaisia, jotta vaatimusta ei voida ymmärtää muulla tavoin kuin elinkeinonharjoittajan tarkoittamalla tavalla.

Esimerkkejä:

- Väittämä, jonka mukaan sähköautojen vuokraus on ekologista, voidaan katsoa harhaanjohtavaksi, jos ei anneta tietoja, joihin väittämä voidaan suhteuttaa. Erityisesti jos autojen lataamiseen tarvittava sähkö ei ole peräisin uusiutuvista energialähteistä, autonvuokrauspalvelulla on edelleen kielteinen vaikutus ympäristöön. ⁽³⁰²⁾
- Elinkeinonharjoittajat esittävät yhä enemmän hiilineutraaliutta koskevia väittämiä, jotka perustuvat sijoittamiseen sellaisiin hankkeisiin, joilla kompensoidaan hiilidioksidipäästöjä. Esimerkiksi autonvuokraamo tarjoaa kuluttajille mahdollisuuden ”ajaa hiilidioksidineutraalisti” valitsemalla vaihtoehdon, jossa kompensoidaan päästöjä. Tämä menettely voi olla ongelmallinen, jos sen perustana olevien päästöhyvitysten ympäristövaikutusten toteutuminen on tehotonta tai jos päästöhyvityksiä ei oteta asianmukaisesti huomioon, jolloin ne eivät edusta todellisia päästövähennyksiä ja päästövähennyslisäyksiä. Hiilipoistumia koskevien väittämien olisi oltava aitoja, luotettavia, läpinäkyviä, raportoitavia, valvottavia, todennettavia, uskottavia ja sertifioituja, ne eivät saisi heikentää päästöjä aiheuttavilla aloilla toteutettavia lyhyen aikavälin päästövähennystoimia ja niillä olisi taattava täydentävyys ja varmistettava, että hiilipoistumat otetaan asianmukaisesti huomioon kansallisissa kasvi-huonekaasuinventaariorissa. Kansallinen kuluttajaviranomainen katsoi ohjeissaan, että kuluttajille olisi tiedotettava asianmukaisesti hiilidioksidipäästöjä kompensoivien toimenpiteiden toimivuudesta, kuten täysimääräisesti korvattavien kilometrien määrästä ja tavasta, jolla tämä saavutetaan, sekä siitä, miten ja missä hyvitys otetaan huomioon. ⁽³⁰³⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että hiusten- ja ihonhoitotuotteiden markkinointi, jossa elinkeinonharjoittaja oli ilmoittanut tuotteidensa olevan luonnonmukaisia käyttäen ilmauksia, kuten ”eko” ja ”luonnonmukainen”, olivat epämääräisiä ja vailla selkeitä määritelmiä. Tuomioistuin katsoi myös, että pelkästään kolmannen osapuolen sertifiointimerkinnän graafinen symboli, logo tai merkintä ei ole riittävän selkeä sen suhteen, mitä ”luonnonmukaisella” ja/tai ”ekolla” tarkoitetaan. ⁽³⁰⁴⁾
- Elinkeinonharjoittaja mainosti makeisia väittämällä, että se istuttaisi puun jokaista myytyä makeispussia kohden. Elinkeinonharjoittaja oli kuitenkin jo sopinut istuttavansa tietyn määrän puita riippumatta myytyjen makeispussien määrästä. Kansallinen tuomioistuin oli samaa mieltä asianomaisen oikeusasiamiehen kanssa, jonka mukaan tätä toteamusta pidettiin harhaanjohtavana mainontana, jossa hyödynnettiin ympäristöstä välittävien kuluttajien herkkäuskoisuutta. ⁽³⁰⁵⁾

Väittämiä olisi **arvioitava uudelleen ja tarvittaessa päivitettävä** teknisen kehityksen sekä verrattavissa olevien tuotteiden syntymisen tai muiden väittämän paikkansapitävyyteen tai pätevyyyteen vaikuttavien olosuhteiden mukaan. Ympäristöväittämät eivät saa liittyä parannukseen suhteessa sellaiseen saman elinkeinonharjoittajan tai kilpailijan tuotteeseen, joka ei enää ole markkinoilla tai jota elinkeinonharjoittaja ei enää myy kuluttajille, ellei tämä parannus ole huomattava ja äskettäinen.

Jos elinkeinonharjoittaja käyttää ympäristöväittämiä esimerkiksi yrityksensä nimessä, tuotemerkissään tai tuotteensa nimessä, ja nimeä käytetään markkinointitarkoituksiin, tällaiseen **markkinointiin sovelletaan samoja perusteluja koskevia vaatimuksia** kuin muihin markkinointiviestinnässä esitettäviin ympäristöväittämiin, ellei yritys pysty osoittamaan, että nimellä ei ole yhteyttä ympäristöön tai se oli olemassa jo aiemmin. Jotta markkinoinnissa käytetty nimi olisi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen, sen on kuitenkin johdettava keskivertokuluttajaa harhaan ja oltava omiaan saamaan hänet tekemään kaupallinen ratkaisu, jota hän ei muuten olisi tehnyt.

⁽³⁰²⁾ Jury de déontologie publicitaire (JDP), 26. kesäkuuta 2014.

⁽³⁰³⁾ Alankomaiden kuluttaja- ja markkinaviranomainen (ACM), Guidelines: Sustainability claims, 28. tammikuuta 2021, s. 15.

⁽³⁰⁴⁾ Ruotsin patentti- ja markkinatuomioistuimen tuomio 18. tammikuuta 2021, PMT 697-20, Midsona.

⁽³⁰⁵⁾ MAO: 157/11, Helsingin markkinaoikeus, 8. huhtikuuta 2011.

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin totesi öljytuotteiden markkinointia käsitellessään, että sana "ympäristö" yhdessä sanan "plus" kanssa tuotteen nimessä antoi vaikutelman siitä, että tuotteella oli tiettyjä ympäristöön liittyviä etuja, vaikka fossiilinen öljy aiheuttaa aina vahinkoa ympäristölle. Tuomioistuin päätti tältä osin, että sanaa "ympäristö" ei saanut käyttää tuotteen nimessä.⁽³⁰⁶⁾

Ympäristövaihtamää arvioitaessa merkityksellisiä ovat tuotteen **tärkeimmät ympäristövaikutukset sen käyttöön aikana, sen toimitusketju mukaan luettuna**. Ympäristövaihtamää olisi liitettävä seikkoihin, jotka ovat **merkittäviä tuotteen ympäristövaikutuksen kannalta**.

Erittäin saastuttavien teollisuudenalojen olisi varmistettava, että niiden ympäristövaihtamät ovat tarkkoja suhteellisella tavalla – esimerkiksi ilmaisun "vähemmän haitallinen ympäristölle" käyttäminen ilmaisun "ympäristöystävällinen" sijasta (ks. myös vertailevia ympäristövaihtamia koskeva 4.1.1.7 kohta). Näin keskivertokuluttaja ymmärtää paremmin tuotteen suhteellista vaikutusta. Ympäristövaihtamää olisi joka tapauksessa liitettävä seikkoihin, jotka ovat merkittäviä tuotteen elinkaaren kokonaisympäristövaikutuksen kannalta. Tuomioistuimet tai viranomaiset voivat vaatia erittäin saastuttavia teollisuudenaloja selvittämään kuluttajalle ympäristövaihtamissaan, että tuotteella on kielteinen kokonaisvaikutus ympäristöön.

Esimerkkejä:

Itsesääntelyelin totesi, että verkkosivustolla esitetty väite, jonka mukaan maakaasu on "ympäristöystävällinen energialähde", oli sovellettavien mainontamääräysten vastainen, sillä sanamuoto oli liian ehdoton ja ilman selityksiä tai asiayhteyttä.⁽³⁰⁷⁾

Lisäksi väittämien on oltava selviä ja yksiselitteisiä sen suhteen, mitä tuotteen tai sen elinkaaren näkökohtaa ne koskevat.⁽³⁰⁸⁾ Jos elinkeinonharjoittaja tekee ympäristövaihtamää **korostamalla vain yhtä useista vaikutuksista**, joita tuotteella on ympäristöön, väittämä saattaa olla harhaanjohtava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 tai 7 artiklassa tarkoitetulla tavalla.

Elinkeinonharjoittajat eivät myöskään saisi väaristää väittämiä, jotka koskevat **tuotteen koostumusta (mukaan lukien raaka-aineet) taikka sen käyttöä, valmistusprosessia, kuljetusta tai käyttöön lopun jälkeisiä vaikutuksia**, esimerkiksi korostamalla tarpeettomasti sellaisten myönteisten näkökohtien merkitystä, jotka ovat todellisuudessa vain vähäisiä, tai kun tuotteen elinkaaren aikaiset kokonaisympäristövaikutukset ovat kielteisiä.

Esimerkkejä:

- Väittäjä, jonka mukaan "käytetään 100-prosenttisesti uusiutuvaa energiaa", voi olla harhaanjohtava, jos siinä ei täsmennetä, että uusiutuvaa energiaa on käytetty vain tuotteen elinkaaren tietyssä vaiheessa. Väittämässä "100-prosenttisesti uusiutuvaa materiaalia (liittimiä lukuun ottamatta)" sitä vastoin selvennetään, mitä tuotteen osia ei ole valmistettu uusiutuvista materiaaleista.⁽³⁰⁹⁾
- "Kestävää puuvillaa" sisältävän tuotteen mainostaminen voi olla harhaanjohtavaa, jos puuvillan alkuperä ei ole jäljitettävissä eikä sitä erotella tuotantoketjussa tavallisesta puuvillasta.
- Keinotekoisien nurmen kaltaisen tuotteen mainostaminen ympäristöystävälliseksi, koska se ei tarvitse vettä, lannoitetta tai huoltoa käyttövaiheessa, ei välttämättä ole peruste väittämälle, jos valmistuksella ja käyttöön lopun vaiheilla on vakavia kielteisiä vaikutuksia ympäristöön.
- Laskutustiedoissa mainitut harhaanjohtavat tiedot energialähteistä, kuten abstraktit tiedot kansallisesta energialähteiden yhdistelmästä tai harhaanjohtavat tiedot loppukäyttäjän ostaman sähkön ympäristövaikutuksista tai uusiutuvien energialähteiden todellisesta osuudesta (esimerkiksi kohtuuton uusiutuvan energian osuuden painottaminen).

Väitetty hyöty ei saisi johtaa vaikutusten kohtuuttomaan siirtymiseen, eli olisi vältettävä muiden kielteisten ympäristövaikutusten syntymistä tai lisääntymistä tuotteen elinkaaren muissa vaiheissa, paitsi jos kokonaisnettoympäristöhyötyä lisätään merkittävästi esimerkiksi elinkaariarvioinnin ja asianomaiseen tuotetyyppiin sovellettavien tunnustettujen tai yleisesti hyväksyttyjen menetelmien perusteella, minkä lisäksi hyötyjen olisi oltava kolmannen osapuolen todentamia.

⁽³⁰⁶⁾ Ruotsin markkinatuomioistuin, 1990:20 Norsk Hydro Olje AB.

⁽³⁰⁷⁾ Belgian mainonnan eettinen lautakunta (JEP), Gas.be – décision de modification/arrêt, 21. toukokuuta 2021.

⁽³⁰⁸⁾ Ks. myös ympäristövaihtamia käsittelevän sidosryhmien työryhmä, Compliance Criteria on Environmental Claims, 2.1 kohta.

⁽³⁰⁹⁾ Unkarin kilpailuviranomainen, Green marketing – Guidance for undertakings from the Hungarian Competition Authority (2020), s. 5.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittaja väittää tuotteensa kuluttavan vähän vettä. Samalla tuote kuitenkin kuluttaa enemmän energiaa kuin samaan luokkaan kuuluva siihen verrattava tuote, mikä lisää tuotteen kokonaisympäristövaikutusta huomattavasti. Tällaisessa tilanteessa väittäjä saattaa olla harhaanjohtava joko tuotteen luonteen (6 artiklan 1 kohdan a alakohta) tai sen pääominaisuuksien (6 artiklan 1 kohdan b alakohta) suhteen.

Käytännėsäännöt saattavat sisältää ympäristönsuojeluun tai "vihreisiin toimintatapoihin" liittyviä vapaaehtoisia sitoumuksia. Keskivertokuluttaja olettaa, että sääntöihin sitoutuneet allekirjoittajat myyvät tuotteita, jotka ovat sääntöjen mukaisia. Jos elinkeinonharjoittaja, joka on ilmoittanut sitoutuvansa tällaisiin sääntöihin mutta ei noudata niitä, menettelyä voidaan pitää harhaanjohtavana siinä tapauksessa, että käytännėsääntöjen väitetty noudattaminen vaikuttaa tai todennäköisesti vaikuttaa kuluttajan kaupalliseen ratkaisuun. Tällaista tilannetta säännellään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan b alakohdalla.

Esimerkki:

Elinkeinonharjoittaja on allekirjoittanut käytännėsäännöt, joilla edistetään puun kestävää käyttöä, ja käyttää käytännėsääntöjen logoa verkkosivuillaan. Käytännėsääntöihin sisältyy sitoumus siitä, etteivät jäsenet käytä lehtipuita, jotka ovat peräisin kestävästi hoidetuista metsistä. Verkkosivustolla mainostettujen tuotteiden kuitenkin todetaan kuitenkin sisältävän puuta, joka on peräisin juuri tällaisesta metsästä. Tällaisissa olosuhteissa väittäjä saattaa rikkoa liitteessä I olevaa 4 kohtaa tai olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 2 kohdan b alakohdan mukaisesti harhaanjohtava.

Tiettyjä käytännėsääntöihin liittyviä harhaanjohtavia kaupallisia menettelyjä pidetään sinänsä sopimattomina sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteen I nojalla (ks. 4.1.1.6 kohta).

Keskivertokuluttajan ei odoteta tietävän erilaisten julkisten ja yksityisten **käytännėsääntöjen, merkintäjärjestelmien, todistusten tai logojen** merkitystä. Elinkeinonharjoittajien olisi tiedotettava kuluttajille näistä seikoista ja kyseiseen väittämään liittyvistä merkityksellisistä ominaisuuksista ja mainittava, mistä kaikki sertifiointia koskevat tiedot voidaan saada, mukaan lukien tieto siitä, onko sertifiointin tehnyt kolmas osapuoli. Elinkeinonharjoittajien olisi myös varmistettava, että kuluttajilla on mahdollisuus saada lisätietoja helposti saatavilla olevalla ja selvällä tavalla esimerkiksi väittämän yhteydessä olevan linkin tai tieto-osion kautta. Elinkeinonharjoittajien olisi esimerkiksi tiedotettava kuluttajille yksityisistä sertifiointijärjestelmistä, joiden logoja ne pitävät esillä. Yleisesti ottaen ei riitä, että viitataan vain lyhyesti kolmannen osapuolen sertifiointiin.

Jos elinkeinonharjoittaja tai elinkeinoala päättää käyttää **yksityisiä merkintäjärjestelmiä, tunnuksia tai todistuksia** markkinointitarkoituksiin, niitä saa soveltaa vain niihin tuotteisiin tai palveluihin tai elinkeinonharjoittajiin, jotka täyttävät niiden käytölle asetetut kriteerit. Kriteereillä olisi osoitettava selviä ympäristöhyötyjä verrattuna kilpaileviin tuotteisiin tai elinkeinonharjoittajiin ja niiden olisi oltava helposti ja yleisesti saatavilla. Muussa tapauksessa tällaiset merkinnät ovat todennäköisesti harhaanjohtavia. Merkintöjä on ehkä tarkennettava siten, että merkintöjen merkitys ja tärkeimmät kriteerit korostuvat (esimerkiksi korostetaan sitä, onko veden käyttö tietyn tuotteen kannalta merkityksellisin kriteeri). Lisäksi elinkeinonharjoittajien olisi harkittava kolmannen osapuolen toteuttamaa todentamista merkinnän uskottavuuden ja merkityksellisyyden varmistamiseksi. Myös merkinnän yksityinen lähde (jos merkintä on yksityisen tahon merkintä) ja sen merkitys on selvennettävä kuluttajalle. Lisäksi tällaisia merkintöjä ei saa voida sekoittaa muihin merkintöihin, kuten julkisten merkintäjärjestelmien tai kilpailijoiden merkintäjärjestelmien merkintöihin.

4.1.1.4. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklassa luetellaan tiettyjä seikkoja, jotka ovat merkityksellisiä arvioitaessa, liittyykö kaupalliseen menettelyyn **harhaanjohtava mainitsematta jättäminen**.

Ympäristöväittämät voivat olla harhaanjohtavia, jos ne sisältävät epämääräisiä ja yleisiä toteamuksia ympäristöhyödyistä (ks. myös edellä oleva harhaanjohtavia toimia koskeva 4.1.1.3 kohta). Tällaiset väittämät ovat epätodennäköisemmin 7 artiklan mukaisesti harhaanjohtavia, jos niitä **täydennetään tuotteen ympäristövaikutusta koskevilla näkyvillä eritelmillä tai selosteilla** esimerkiksi rajoittamalla väittäjä koskemaan tiettyjä ympäristöhyötyjä.

Tällaisten lisätietojen antaminen auttaa varmistamaan 7 artiklan 4 kohdan a alakohdan noudattamisen (jos kyseessä on ostokehutus), jossa kielletään antamasta kuluttajille "tuotteen pääominaisuuksiin" liittyviä olennaisia tietoja "epäselvällä, kättämättömällä tai moniselitteisellä tavalla tai väärään aikaan".

Jos elinkeinonharjoittaja antaa kuluttajille lisätietoja esimerkiksi verkkosivustollaan, tietojen olisi oltava keskiwertokuluttajan kannalta selviä ja ymmärrettäviä. Tietojen monimutkaisuutta ja teknisyyttä ei saa käyttää johtamaan kuluttajia harhaan ympäristövaihtamien todenperäisyydestä.

Jos ympäristövaihtamät esitetään **tuotteiden pakkauksissa ja/tai muissa viestintäkanavissa** (esimerkiksi julisteissa, mainostauluissa tai aikakauslehdissä), joissa on rajallisesti tilaa eritelmille, pääasiallisen ympäristövaihtaman sijainti ja väittämää koskevat lisätiedot antavat keskiwertokuluttajalle mahdollisuuden ymmärtää näiden kahden välisen yhteyden. Jos lisätietoja ei anneta tai ne annetaan epäselvällä tai moniselitteisellä tavalla, niitä voidaan pitää harhaanjohtavina kunkin tapauksen olosuhteiden arvioinnin perusteella. Jos ympäristövaihtaman täsmentämiselle ei ole tilaa, sitä ei yleensä pitäisi esittää.

Vastaavasti **elintarvikkeita koskevien ravitsemus- ja terveysväittämien** osalta komission täytäntöönpanopäätöksen 2013/63/EU⁽³¹⁰⁾ liitteessä olevassa 3 kohdassa säädetään, että viittaukset yleisluontoiseen, täsmentämättömään hyötyyn ovat sallittuja ainoastaan, jos niihin liittyy unionin rekisterissä oleviin sallittujen terveysväitteiden luetteloihin sisältyvä yksittäinen terveysväite. Kun asetusta sovelletaan, hyväksytty terveysväite, joka liittyy ilmaisuun, johon sisältyy viittaus yleisluontoiseen, täsmentämättömään terveyshyötyyn, tulisi sijoittaa tällaisen ilmaisun "viereen" tai "jälkeen". Unionin tuomioistuimen mukaan silloin, kun pakkauksen etupuolella on viittaus ravintoaineen tai elintarvikkeen yleisluontoiseen, täsmentämättömään hyötyyn, kun tähän viittaukseen liittyväksi tarkoitettu yksittäinen terveysväite esitetään vain tämän pakkauksen selkäpuolella, näiden kahden välillä olisi oltava kuluttajan ymmärryksen varmistamiseksi eksplisiittinen viite, kuten asteriski.⁽³¹¹⁾

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittajat antavat joskus ympäristövaihtamia koskevia tietoja tavalla, joka edellyttää kuluttajalta lisätoimia (esimerkiksi kuluttajan on ehkä napsautettava vielä kerran sosiaalisessa mediassa julkaistua viestiä tai tuoteluetteloa saadakseen tarvittavat lisätiedot), mikä voi joissakin tapauksissa olla harhaanjohtavaa. Kansallisten kuluttajaviranomaisten kuluttajansuojaa koskevan yhteistyöverkoston edustajat katsoivat, että tapauksen olosuhteista ja erityisesti viestintävälineen rajoituksista riippuen voi olla harhaanjohtavaa vaatia kuluttajaa ryhtymään tällaisiin toimiin tarvittavien tietojen saamiseksi, erityisesti jos tiedot on mahdollista antaa näkyvämmiin esimerkiksi väittämän yhteydessä.⁽³¹²⁾
- Elinkeinonharjoittajat saattavat haluta asettaa tietyt ympäristövaihtamät näkyvästi esille (esimerkiksi tuotteen pakkauksen etupuolelle), mutta jättävät väittämää koskevat lisätiedot vähemmän näkyvään paikkaan (esimerkiksi tuotteen pakkauksen selkäpuolelle). Kansallisten kuluttajaviranomaisten kuluttajansuojaa koskevan yhteistyöverkoston edustajat katsoivat, että tämä saattaa olla harhaanjohtavaa tapauksen olosuhteista ja erityisesti viestintävälineen rajoituksista riippuen.⁽³¹³⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että tiettyjen tuotteiden epämääräisten väittämien, kuten "eko" ja "luonnonmukainen", perustelut olisi sijoitettava aivan väittämien viereen. Ei riitä, että perustelut sijoitetaan verkkosivuston toiselle sivulle (yhden napsautuksen päähän väittämästä).⁽³¹⁴⁾
- Pakkauksessa olevat väittämät, joiden mukaan tuote on "kompostoitava", ovat todennäköisesti harhaanjohtavia, jos tuote voidaan kompostoida ainoastaan teollisesti ja jos pakkauksessa ei täsmennetä, mitä toimia kuluttajan on toteutettava tuotteen kompostoitumiseksi.

Yleisen etua koskevan väittämän käyttö (ilman lisäperusteluja) voi joissakin tapauksissa olla perusteltua.

Tämä koskee tuotteita, joissa on luonnonmukaista tuotantoa koskeva väittämä, johon sovelletaan luonnonmukaisesta tuotannosta ja luonnonmukaisesti tuotettujen tuotteiden merkinnöistä annettua asetusta (EU) 2018/848.

Näin voisi olla myös siinä tapauksessa, että tuotteelle on myönnetty lupa käyttää **julkisesti hallinnoidun ympäristömerkkijärjestelmän ympäristömerkkiä** (kuten EU-ympäristömerkki, pohjoismainen Joutsenmerkki tai saksalainen Blue Angel -merkki) tai muiden sellaisten luotettavien ja hyvämaineisten merkkijärjestelmien ympäristömerkkiä, joihin sovelletaan kolmannen osapuolen suorittamaa todentamista (esimerkiksi ympäristömerkkiasetuksen 11 artiklassa viitataan kansallisesti tai alueellisesti virallisesti tunnustettuihin EN ISO 14024 -standardin mukaisiin tyyppi I ympäristömerkkijärjestelmiin).

⁽³¹⁰⁾ Komission täytäntöönpanopäätös 2013/63/EU, annettu 24 päivänä tammikuuta 2013, Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 1924/2006 10 artiklassa säädettyjen terveysväitteisiin sovellettavien erityisten edellytysten täytäntöönpanoa koskevien suuntaviivojen hyväksymisestä (EUVL L 22, 25.1.2013, s. 25).

⁽³¹¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 30.1.2020, asia C-524/18, Dr. Willmar Schwabe, 40, 47 ja 48 kohta, elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä annetun asetuksen (EY) N:o 1924/2006 tulkinta.

⁽³¹²⁾ Ruotsin kuluttajavirasto – kuluttaja-asiamies, Recommendations for developments of the Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices, 29. lokakuuta 2020, 3.1 kohta.

⁽³¹³⁾ Ks. edellinen alaviite.

⁽³¹⁴⁾ Ruotsin patentti- ja markkinatuomioistuimen tuomio 18. tammikuuta 2021, Midsona.

Näin voi olla myös, jos **tuotteen elinkaariarviointitutkimuksilla on todistettu sen ympäristötehokkuus.**⁽³¹⁵⁾ Tällaiset tutkimukset olisi tehtävä kyseiseen tuotetyyppiin sovellettavilla tunnustetuilla tai yleisesti hyväksytyillä menetelmillä ja kolmannen osapuolen olisi todennettava ne. Tällaisiin ympäristötehokkuusarviointeihin voi sisältyä vertailuja (ks. myös vertailevia ympäristövaihteluita koskeva 4.1.1.7 kohta). Jos kyseisellä alalla ei vielä ole kehitetty tällaisia menetelmiä, elinkeinonharjoittajien olisi vältettävä yleisten hyötyjä koskevien väittämien käyttöä. Tällaisten tuotteiden osalta elinkeinonharjoittajien olisi kuitenkin **varmistettava avoimuus merkityksellisistä ympäristönäkökohdista** ja huolehdittava siitä, että **kuluttajien on helppo saada tällaiset tiedot**, muun muassa asianomaisen logon esittämisen avulla.

Ympäristöväittäjä voi vastaavasti olla 7 artiklan 2 kohdan mukaan harhaanjohtava, jos se esitetään epäselvällä tai käsittämättömällä tavalla. Näin voi tapauskohtaisen arvioinnin perusteella olla, jos väittämän laajuutta ja rajoja ei esitetä selkeästi.

Esimerkkejä:

Ei ole selvää, koskeeko väittäjä koko tuotetta, vain yhtä sen osista, yrityksen kokonaisympäristötehokkuutta vai vain tiettyjä sen toimintoja, tai mihin ympäristövaikutukseen tai prosessin väittäjä liittyy.

Kun esitetään ympäristöväittäjä, tuotteen **tärkeimmät ympäristövaikutukset** ovat merkityksellisiä. Lisäksi tuotetta koskevan ympäristöväittämän on liityttävä **kyseisen tuotteen todellisiin ympäristövaikutuksiin**, ja se olisi erotettava elinkeinonharjoittajaa sekä sen käytäntöjä ja kestävyysmenettelyjä koskevista yleisemmistä ympäristöväittämistä.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittaja esittää verkkosivustollaan erilaisia yleisiä ympäristöväittämiä, kuten lausuntoja yritysten yhteiskuntavastuuta koskevasta ohjelmastaan ja kestävyysmerkinnän, joka on merkityksellinen tiettyjen tuoteryhmien kannalta. Kuluttajien harhaanjohtamisen välttämiseksi elinkeinonharjoittajan olisi varmistettava, että tuotteen aloitussivulla esitettävät ympäristöväittämät koskevat tietyn tuotteen todellisia ympäristövaikutuksia ja että ne erotetaan muista kyseistä elinkeinonharjoittajaa ja sen käytäntöjä koskevista laajemmista väittämistä.⁽³¹⁶⁾

4.1.1.5. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan soveltaminen ympäristöväittämiin

12 artikla:

Jäsenvaltioiden on annettava tuomioistuimille tai hallintoviranomaisille 11 artiklassa tarkoitetuissa riita-asioissa tai hallintomenettelyissä toimivalta

- a) vaatia elinkeinonharjoittajaa näyttämään toteen kaupalliseen menettelyyn liittyvien tosiasiaväittämien paikkansapitävyys, jos se elinkeinonharjoittajan ja menettelyn muiden asianosaisten oikeudet edut sekä kyseiseen tapaukseen liittyvät seikat huomioon ottaen on aiheellista; ja*
- b) katsoa tosiasiaväittämät virheellisiksi, jollei a alakohdan mukaisesti vaadittua näyttöä esitetä tai jos tuomioistuin tai hallintoviranomainen pitää sitä riittämättömänä.*

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklassa selvennetään, että kaikkien väittämien (myös ympäristöväittämien) on **perustuttava näyttöön, jonka asianomaiset toimivaltaiset viranomaiset voivat todentaa**. Elinkeinonharjoittajien on pystyttävä osoittamaan ympäristöväittämät oikeiksi asianmukaisen näytön avulla. Näin ollen väittämien on perustuttava luotettavaan, riippumattomaan, todennettavissa olevaan ja yleisesti tunnustettuun näyttöön, jossa otetaan huomioon viimeisimmät tieteelliset tulokset ja menetelmät. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei aseteta elinkeinonharjoittajalle vastaavaa velvoitetta toimittaa kuluttajille asiakirjoja tai muuta todistusaineistoa.

Väittämän oikeellisuutta koskeva todistustaakka on elinkeinonharjoittajalla. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 12 artiklan a alakohdassa säädetään, että täytäntöönpanoviranomaisilla on oltava toimivalta *”vaatia elinkeinonharjoittajaa näyttämään toteen kaupalliseen menettelyyn liittyvien tosiasiaväittämien paikkansapitävyys”*.

⁽³¹⁵⁾ Elinkeinonharjoittajat voisivat tehdä elinkaariarvioinnin ottaen huomioon yhteisten menetelmien käyttämisestä tuotteiden ja organisaatioiden elinkaaren ympäristötehokkuuden mittaamiseen ja niistä tiedottamiseen annetun suosituksen 2013/179/EU ja sen päivitykset. Ks. <http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/>

⁽³¹⁶⁾ Ruotsin kuluttajavirasto – kuluttaja-asiamies, Recommendations for developments of the Guidance on the implementation/application of Directive 2005/29/EC on unfair commercial practices, 29. lokakuuta 2020, 3.2 kohta.

Tätä vaatimusta sovellettaessa on otettava huomioon elinkeinonharjoittajan oikeutetut edut, kuten **liikesalaisuuksien tai teollis- ja tekijänoikeuksien suojele**, joita viranomaisten saattavat joutua käsittelemään luottamuksellisesti.

Esimerkki:

Kivennäisvesiyriitys mainosti tuotteitaan väittämällä "nollavaikutus", jonka mukaan vesipullojen valmistuksella ja myynnillä ei ollut mitään vaikutuksia ympäristöön. Yritys ei kuitenkaan pystynyt osoittamaan, että se olisi osallistunut erityisiin toimiin, joilla vähennetään sen tuotteiden ympäristövaikutusta, lukuun ottamatta osallistumista ympäristövahinkoja korvaavaan hankkeeseen. Tällä perusteella kansallinen kuluttajansuojaviranomainen katsoi, että nollavaikutus-kampanja oli sopimaton kaupallinen menettely, joka saattoi vaikuttaa kuluttajien kaupallisiin ratkaisuihin. ⁽³¹⁷⁾

Varmistaakseen, että ympäristöväittämät näytetään toteen, **elinkeinonharjoittajilla olisi joko oltava väittämiensä tueksi tarvittava näyttö siitä hetkestä lähtien, kun väittämiä aletaan käyttää, tai varmuus siitä, että näyttö voidaan saada ja esittää pyydettyä.**

Vaikka väittämä voi olla paikkansapitävä ja merkityksellinen tuotteen kannalta, kun se esitetään kerran, sen merkitys saattaa vähetä ajan mittaan. Varmistaakseen, että elinkeinonharjoittajat pystyvät toimittamaan tarvittavat asiakirjat kansallisille viranomaisille direktiivin 12 artiklan mukaisesti, niiden olisi varmistettava, että **väittämiä tukevat asiakirjat ovat ajantasaisia niin kauan kuin väittämiä käytetään markkinoinnissa.**

Esitettyjen todisteiden olisi oltava selkeitä ja luotettavia. Jos väittämä kyseenalaistetaan, toimivaltaisille elimille on toimitettava riippumattoman kolmannen osapuolen suorittama testi. Jos asiantuntijatutkimukset antavat aihetta merkittävään erimielisyyteen tai epäilyihin ympäristövaikutuksista, elinkeinonharjoittajan on luovuttava väittämästä kokonaan. Toimitettavien asiakirjojen sisältö ja laajuus riippuvat kunkin lausuman sisällöstä. Tuotteen tai toiminnan monimutkaisuudella on tässä suhteessa merkitystä.

4.1.1.6. Liitteen I soveltaminen ympäristöväittämiin

Seuraavat liitteessä I luettelut menettelyt ovat erityisen merkityksellisiä ympäristöväittämien kannalta:

Liitteessä I oleva 1 kohta

Elinkeinonharjoittajan peräton väite, että hän on allekirjoittanut käytäntösäännöt.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittaja ilmoittaa virheellisesti verkkosivustollaan allekirjoittaneensa tuotteen ympäristötehokkuutta koskevat käytäntösäännöt.

Liitteessä I oleva 2 kohta

Luotettavuus- tai laatumerkinnän tai vastaavan esittäminen ilman tarvittavaa lupaa.

Esimerkki:

EU:n tai kansallisen merkinnän (esimerkiksi EU-ympäristömerkin, pohjoismaisen Joutsenmerkin, Blue Angel -merkin tai muun logon) käyttäminen ilman lupaa.

Liitteessä I oleva 3 kohta

Elinkeinonharjoittajan peräton väite, että julkinen tai muu taho on hyväksynyt käytäntösäännöt.

⁽³¹⁷⁾ Italian kilpailuviranomaisen päätös, 8. helmikuuta 2012, viite PS7235.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittajan peräton väite, että kansallinen ympäristövirasto, ministeriö tai kuluttajajärjestö on hyväksynyt kyseisen autoja valmistavan yrityksen käytäntösäännöt.

Liitteessä I oleva 4 kohta

"Elinkeinonharjoittajan peräton väite, että julkinen tai yksityinen elin on hyväksynyt tai sallinut elinkeinonharjoittajan toiminnan (tämän kaupalliset menettelyt mukaan lukien) tai tuotteen tai antanut tälle/sille luvan taikka tällaisen väitteen esittäminen ilman, että noudatetaan hyväksymiseen, sallimiseen tai luvan antamiseen liittyviä ehtoja."

Esimerkki:

Virheellinen väittäminen siitä, että auto täyttää tyyppihyväksyntälainsäädännön vaatimukset, vaikka autossa on laittomia estolaitteita.

Liitteessä I oleva 10 kohta

"Kuluttajille lainsäädännössä annettujen oikeuksien esittäminen eräänä elinkeinonharjoittajan tarjouksen ominaisena piirteenä."

Tällä säännöksellä selvennetään, että elinkeinonharjoittajat eivät saa johtaa kuluttajia harhaan painottamalla perusteettomasti sääntelyvaatimuksista johtuvia ominaisuuksia.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittajat eivät saa väittää, että tuotteessa ei ole tiettyjä aineita, jos nämä aineet on jo kielletty lainsäädännössä.

4.1.1.7. Vertailevat ympäristöväittämät

Ympäristöväittämällä voidaan antaa ymmärtää, että tuotteella on myönteisempi ympäristövaikutus kuin kilpailevilla tavaroilla tai palveluilla tai yrityksen omien tavaroiden tai palvelujen aikaisemmillä versioilla tai että tuote vahingoittaa ympäristöä vähemmän kuin kilpailevat tavarat tai palvelut tai yrityksen omien tavaroiden tai palvelujen aikaisemmat versiot. Tuotteita, joista esitetään tällaisia vertailevia väittämiä, olisi arvioitava samankaltaisiin tuotteisiin (tai tarvittaessa saman tuotteen aikaisempaan versioon) nähden, ja tällaisen vertailun mahdollistamiseksi on sovellettava johdonmukaisesti samaa arviointimenetelmää.

Kansalliset täytäntöönpanoviranomaiset ja itsesääntelyelimet tulkitsevat yleensä tämän periaatteen tarkoittavan, että **vertailuissa olisi viitattava saman tuoteryhmän tuotteisiin**. Vaikuttaisi kuitenkin yhtä tärkeältä, että **ympäristöväittämien tuottamiseen käytetty menetelmä on sama**, että sitä sovelletaan johdonmukaisesti (eli käytetään samoja menetelmiä koskevia valintoja ja sääntöjä ja tulokset ovat toistettavissa) ja että sovellettu menetelmä mahdollistaa vertailun, sillä muutoin vertailusta tulee harhaanjohtava.⁽³¹⁸⁾ Kyseisistä tuotteista riippuen vertailevat ympäristöväittämät ovat esimerkiksi todennäköisesti harhaanjohtavia, jos niissä ei oteta huomioon kuljetuksen kaltaisia tekijöitä erityisesti silloin, kun tällaiset tekijät vaikuttavat eniten tuotteen ympäristöjalanjälkeen.

Esimerkkejä:

— Yritys esittää vertailevan väittämän, jonka mukaan partahöylä A sisältää vähemmän muovia kuin muut markkinoiden partahöylät. Väittäminen on todennäköisesti harhaanjohtava, jos muut vertailuun valitut partahöylät eivät edusta markkinoita kokonaisuudessaan ja jos partahöylissä olevan muovin määrä on yleensä keskimäärin vähäisempi kuin partahöylässä A.

⁽³¹⁸⁾ Tiettyjen vertailevien ympäristöväittämien esittämistä koskevista edellytyksistä keskustellaan osana komission ympäristöväittämiä koskevaa aloitetta (https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12511-Tuotteiden-ja-yritysten-ymparistotehokkuus-vaitteiden-perusteleminen_fi).

- Lentoyhtiö väittää olevansa ”vihrein lentoyhtiö” ja että sen ”hiilidioksidipäästöt ovat alhaisimmat kaikista suurista lentoyhtiöistä”.⁽³¹⁹⁾ Mainonnassaan lentoyhtiö vertaa matkustajakilometrikohdaisia hiilidioksidipäästöjään neljän muun ”suuren” eurooppalaisen lentoyhtiön hiilidioksidipäästöihin ja osoittaa, että sen matkustajakilometrikohdaiset hiilidioksidipäästöt ovat pienimmät. Väittäjä voi olla harhaanjohtava, jos vertailuja päästöjä ei lasketa samalla tavalla, jos lentoyhtiön kokonaishiilidioksidipäästöt ovat suuremmat kuin muiden lentoyhtiöiden ja jos päästöt ovat lisääntyneet merkittävästi viime vuosina. Olisi selkeämpää väittää, että sen matkustajakilometrikohdaiset hiilidioksidipäästöt ovat alhaisimmat verrattuna neljään muuhun suureen eurooppalaiseen lentoyhtiöön edellyttäen, että menetelmä mahdollistaa tällaisen vertailun ja että lentoyhtiö ei salaa sitä, että sen absoluuttisesti mitatut päästöt ovat lisääntyneet. Jos ilmastoon liittyvät väittämät perustuvat hiili- tai kasvihuonekaasupäästöjen kompensointiin, niiden on oltava läpinäkyviä ja yksityiskohtaisia, kun otetaan huomioon niihin liittyvät viherpesua koskevat riskit. Lisäksi kaikkien olennaisten liikennemuotojen välinen vertailu olisi vielä pelkkää lentomatkustamisen sisäistä vertailua objektiivisempi ja informatiivisempi. Kuluttajien liikkumistarpeet voidaan reitistä riippuen täyttää paitsi lentoliikenteen myös muiden liikennemuotojen avulla. Näin ollen vertailemalla rautatie-, maantie- ja lentoliikenteen keskimääräisiä matkustajakilometrikohdaisia päästöjä vältettäisiin johtamasta kuluttajia harhaan väittämällä, että heidän valintansa on ”vihreä”, vaikka on olemassa toteuttamiskelpoisia vaihtoehtoja, joiden päästöt ovat vähäisemmät.
- Yritys esittää vertailevan väittämän, jonka mukaan sen ”uudelleenvalmistettu tavara” on ympäristöystävällisempi kuin ”uusi tavara”. Väittäjä voi olla harhaanjohtava, jos sovellettavat kierrätys- tai takaisinottoratkaisut ovat suhteellisesti huonompia ja kokonaisympäristöjalanjälki näin ollen merkittävämpi.

Harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetussa direktiivissä 2006/114/EY, joka kattaa yritysten väliset suhteet, vahvistetaan edellytykset, joiden täyttyessä vertaileva mainonta on sallittua. Nämä edellytykset ovat merkityksellisiä myös arvioitaessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin yhteydessä vertailevan mainonnan lainmukaisuutta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä suhteissa. Tuotteiden ympäristöhyötyjen vertailujen suhteen voidaan todeta muun muassa, että

1. ne eivät saa olla harhaanjohtavia direktiivin 6 ja 7 artiklassa tarkoitettulla tavalla
2. niissä on verrattava samoja tarpeita tyydyttäviä tai samaan tarkoitukseen tarkoitettuja tavaroita tai palveluja
3. niissä on vertailtava puolueettomasti näiden tavaroiden tai palvelujen yhtä tai useampaa olennaista, merkityksellistä, todennettavissa olevaa ja edustavaa piirrettä.

Esimerkki:

Kansallinen tuomioistuin piti harhaanjohtavana mainosta, jossa väitettiin, että suodatettu vesi oli ympäristöystävällisempää kuin pullotettu kivennäisvesi, ja annettiin näin kuluttajille vaikutelma, että suodatetun veden kuluttaminen kivennäisveden sijasta edistäisi ympäristönsuojelua. Varsinkin viittausta parempaan ympäristönsuojeluun pidettiin harhaanjohtavana, koska vertailulla ei ollut mitään objektiivista perustaa, kuten vaikutustutkimusta.⁽³²⁰⁾

4.1.2. Suunniteltu vanheneminen

Kuluttajat voivat kohdata suunniteltua vanhenemista koskevia menettelyjä, joissa tavarat kestävät kuluttajien kohtuullisten odotusten mukaista tavanomaista käyttöikää lyhyemmän ajan. **Tavaroiden ennenaikainen vikaantuminen voi johtua teollisen suunnittelun mukaisesta suunnitellusta vanhenemisesta**, joka on kaupallinen toimintaperiaate, jossa tuotteelle tietoisesti suunnitellaan rajoitettu käyttöikä niin, että se vanhenee tai tulee käyttökelvottomaksi tietyn ajan kuluttua. Kuten edellä olevassa 2.3.1 kohdassa selitetään, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi kattaa myös kaupalliset menettelyt, jotka toteutetaan liiketoimen tekemisen jälkeen. Älykkäiden ja yhteen liittyvien tavaroiden tapauksessa tällaiset ostamisen jälkeiset kaupalliset menettelyt voivat muodostua siitä, että tavaroiden toiminnallisuutta heikennetään tai että niiden toimintaa hidastetaan **ohjelmistopäivityksillä** ilman perusteltua syytä.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei ole erityisiä vanhenemista koskevia säännöksiä. Jos elinkeinonharjoittaja, joka voi olla myös valmistaja, kuitenkin toteuttaa kuluttajaan kohdistuvan kaupallisen menettelyn, **se, että elinkeinonharjoittaja ei ilmoita kuluttajalle, että tuote on suunniteltu rajoitetuksi käyttöäksi**, voidaan tapauskohtaisen arvioinnin perusteella katsoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan mukaiseksi olennaisten tietojen mainitsematta jättämiseksi. Tällaiset menettelyt voivat lisäksi olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan mukaisten huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaisia, jos ne ovat omiaan vääristämään olennaisesti keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä.

⁽³¹⁹⁾ Alankomaiden kuluttaja- ja markkinaviranomainen (ACM), Guidelines: Sustainability claims, 28. tammikuuta 2021, s. 10.

⁽³²⁰⁾ Juzgado de lo Mercantil de Barcelona, Sentencia 63/2014.

Esimerkkejä:

- Tietojen antamatta jättäminen siitä, että **älypuhelimien akkua** (joka kuuluu erityisen paljon) ei voida vaihtaa tai että **tulostimen mustepatruunat** on ohjelmoitu niin, että ne on vaihdettava ennen niiden tosiasiallista tyhjenemistä, voi olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan vastaista, vaikka tavaran tämänlaiselle suunnittelulle olisi teknisiä perusteita.
- Kansallinen kuluttajansuojaviranomainen määrsi tulostimen valmistajalle sakkoja harhaanjohtavista ja aggressiivisista menettelyistä, joihin kuului muun muassa se, että myyntipakkauksissa ei korostettu riittävästi rajoituksia, jotka koskevat muiden kuin alkuperäisen valmistajan mustepatruunoiden käyttöä. ⁽³²¹⁾
- Kansalliset kuluttajansuojaviranomaiset ryhtyivät toimiin älypuhelimien ennen aikaisen vanhenemisen vuoksi. ⁽³²²⁾ Uuden käyttöjärjestelmän asentaminen ja myöhemmät päivitykset vaikuttivat tiettyihin älypuhelinmalleihin kielteisesti siten, että akun käyttöikä lyheni ja suorituskyky huononi. Kuluttajille ei tiedotettu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan mukaisesti riittävällä tavalla päivitysten tarkoituksesta ja niiden vaikutuksista tuotteen suorituskykyyn.

Muussa EU:n lainsäädännössä säädetään lisäkeinoista, joilla voidaan torjua tiettyjen tuoteluokkien suunniteltua vanhene-
mistä.

Ekosuunnitteludirektiivissä ⁽³²³⁾ annetaan komissiolle mahdollisuus vahvistaa pakolliset vähimmäisvaatimukset tuotteiden ympäristöhokkuuden parantamiseksi, myös korjattavuuden ja kestävyuden osalta. Pölynimurien (tiettyjen osien) ⁽³²⁴⁾ ja hehkulamppujen ⁽³²⁵⁾ ekologista suunnittelua koskevat **kestävyysvaatimukset** ovat jo olemassa, minkä lisäksi on olemassa muun muassa pesukoneita ⁽³²⁶⁾, astianpesukoneita ⁽³²⁷⁾, jääkaappeja ⁽³²⁸⁾ ja televisioita ⁽³²⁹⁾ koskevat **korjattavuusvaatimukset**. Muita kulutustavaroita, kuten älypuhelimia ja taulutietokoneita ⁽³³⁰⁾, varten valmistellaan uusia ekologista suunnittelua koskevia vaatimuksia kiertotalouden toimintasuunnitelman ja perustana olevan ekologista suunnittelua koskevan työsuunnitelman ⁽³³¹⁾ mukaisesti. Ekologista suunnittelua koskevat vaatimukset liittyvät usein samojen tuotteiden uusiin tai päivitettyihin energiamerkintöihin, joilla annetaan tietoa tuotteen energiatehokkuudesta ja muista parametreista. ⁽³³²⁾

Kestäviä tuotteita koskevan aloitteen yhteydessä tarkastellaan ekosuunnitteludirektiivin muuttamista, jotta sen soveltamis-
alaa voitaisiin laajentaa energiaan liittyviä tuotteita laajemmalle ja jotta sitä voitaisiin soveltaa mahdollisimman monen-
laisiin tuotteisiin. ⁽³³³⁾

⁽³²¹⁾ PS11444 – HP, 9. joulukuuta 2020, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2020/12/PS11444>

⁽³²²⁾ PS11009-PS11039 – Apple, Samsung, 25. syyskuuta 2018, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2018/10/PS11009-PS11039>. DGCCRF, lehdistötiedote 7. helmikuuta 2020, https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/presse/communiqu%C3%A9/2020/CP-Ralentissement-fonctionnement-iPhone20207.pdf

⁽³²³⁾ Direktiivi 2009/125/EY. Komission kestäviä tuotteita koskevassa aloitteessa ehdotetaan tarvittaessa uusia lainsäädäntötoimenpiteitä, joilla parannetaan EU:n markkinoille saatettujen tuotteiden kestävyttä, mukaan lukien ekosuunnitteludirektiivin muuttaminen siten, että se ulotetaan koskemaan uusia tuoteluokkia.

⁽³²⁴⁾ Komission asetus (EU) N:o 666/2013, annettu 8 päivänä heinäkuuta 2013, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY täytäntöönpanemisesta pölynimurien ekologista suunnittelua koskevien vaatimusten osalta (EUVL L 192, 13.7.2013, s. 24).

⁽³²⁵⁾ Komission asetus (EU) N:o 1194/2012, annettu 12 päivänä joulukuuta 2012, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY täytäntöönpanemisesta suunnattujen lamppujen, loistodioilamppujen ja niihin liittyvien laitteiden ekologista suunnittelua koskevien vaatimusten osalta (EUVL L 342, 14.12.2012, s. 1).

⁽³²⁶⁾ Komission asetus (EU) 2019/2023, annettu 1 päivänä lokakuuta 2019, kotitalouksien pyykinpesukoneiden ja kotitalouksien kuivaavien pyykinpesukoneiden ekologista suunnittelua koskevien vaatimusten vahvistamisesta Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY mukaisesti sekä komission asetuksen (EY) N:o 1275/2008 muuttamisesta ja komission asetuksen (EU) N:o 1015/2010 kumoamisesta (EUVL L 315, 5.12.2019, s. 285).

⁽³²⁷⁾ Komission asetus (EU) 2019/2022, annettu 1 päivänä lokakuuta 2019, kotitalouksien astianpesukoneiden ekologista suunnittelua koskevista vaatimuksista Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY nojalla sekä komission asetuksen (EY) N:o 1275/2008 muuttamisesta ja komission asetuksen (EU) N:o 1016/2010 kumoamisesta (EUVL L 315, 5.12.2019, s. 267).

⁽³²⁸⁾ Komission asetus (EU) 2019/2019, annettu 1 päivänä lokakuuta 2019, kylmäsäilytyslaitteiden ekologista suunnittelua koskevien vaatimusten vahvistamisesta Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY mukaisesti ja komission asetuksen (EY) N:o 643/2009 kumoamisesta (EUVL L 315, 5.12.2019, s. 187).

⁽³²⁹⁾ Komission asetus (EU) 2019/2021, annettu 1 päivänä lokakuuta 2019, elektronisten näyttöjen ekologista suunnittelua koskevista vaatimuksista Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2009/125/EY nojalla sekä komission asetuksen (EY) N:o 1275/2008 muuttamisesta ja komission asetuksen (EY) N:o 642/2009 kumoamisesta (EUVL L 315, 5.12.2019, s. 241).

⁽³³⁰⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12797-Matkapuhelinten-ja-tablettien-kestava-suunnittelu-ekosuunnittelu_fi

⁽³³¹⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12852-Energiatohokkuus-ja-kiertotalous-ekologista-suunnittelua-ja-energiamerkitonta-koskeva-tyosuunnitelma-2020-2024_fi

⁽³³²⁾ https://ec.europa.eu/info/news/focus-improved-eu-energy-label-paving-way-more-innovative-and-energy-efficient-products-2021-lut-16_en

⁽³³³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12567-Kestavia-tuotteita-koskeva-aloite_fi

Ympäristömerkkiasetuksella ⁽³³⁴⁾ on perustettu vapaaehtoinen ympäristömerkkijärjestelmä, jonka tarkoituksena on edistää sellaisten tuotteiden myyntiä, joilla on koko elinkaarensa aikana vähemmän haitallisia vaikutuksia ympäristöön, ja antaa kuluttajille täsmällistä tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista. Ympäristömerkin myöntämisperusteissa otetaan huomioon mahdollisuudet vähentää ympäristövaikutuksia tuotteiden kestävyiden ja uudelleenkäytettävyyden avulla esimerkiksi tekstiilituotteiden, elektronisten näyttöjen ja huonekalujen osalta.

Tavarakauppaa koskevilla direktiivillä (EU) 2019/771 suojataan kuluttajia sellaisilta tavarantoimintamukaisuutta koskevilta virheiltiltä, jotka ovat olemassa tavarantoimitusajankohtana ja ilmenevät kahden vuoden kuluessa tavarantoimituksesta ("**lakisääteinen takuu**" – 10 artiklan 1 ja 2 kohta). Jäsenvaltiot voivat kuluttajansuojan parantamiseksi pitää voimassa tai ottaa käyttöön myyjän vastuuta koskevia vielä pidempiä määräaikoja. Lakisääteistä takuuta voidaan soveltaa, jos virheellisyys johtuu suunniteltua vanhenemista koskevista menettelyistä.

Riitatapauksessa kuluttajan on osoitettava virheellisyys. Direktiivin 11 artiklassa selvennetään, että vuoden kuluessa toimituksesta kuluttajan ei tarvitse osoittaa, että virhe oli olemassa jo tavarantoimitusajankohtana. Jäsenvaltiot voivat pitää voimassa tai ottaa käyttöön kahden vuoden määräajan tämän käänteisen todistustaakan osalta.

Direktiivin 7 artiklan 3 kohdassa myyjä myös veloitetaan varmistamaan, että **kuluttajille tarjotaan "älykkäiden tavaroiden" päivityksiä** niin pitkäksi ajaksi kuin kuluttaja voi kohtuudella odottaa (digitaalisen elementin kertatoimituksen osalta) tai koko lakisääteiseksi takuuajaksi (digitaalisen elementin jatkuvan toimittamisen osalta). Lisäksi jos sopimuksessa määrätään, että älykkään tavarantoimitusta sisältöä tai digitaalista palvelua toimitetaan jatkuvasti lakisääteistä takuuajaa pidemmän ajan, myyjän on toimitettava päivitykset kyseiseltä pidemmältä ajanjaksolta.

Lisäksi 7 artiklan 1 kohdan d alakohdassa **kestävyys lisätään objektiiviseksi sopimustoimintamukaisuutta koskevaksi vaatimukseksi** (2 artiklan 13 alakohdassa määritelmän mukaisesti kestävyydellä tarkoitetaan "tavarantoiminnan kykyä säilyttää toiminta- ja suorituskykynsä normaalissa käytössä"). Vaikka tiettyihin tuotetyyppeihin tai -ryhmiin liittyvät tuotekohtaiset vaatimukset on jätetty tuotekohtaisen unionin lainsäädännön soveltamisalaan, direktiivissä todetaan yleisesti, että tavarantoiminta on oltava kestävyydeltään vastaava kuin samantyyppiset tavarat yleensä ja sellainen, mitä kuluttaja voi kohtuudella odottaa, kun otetaan huomioon tavarantoiminnan luonne ja minkä tahansa liiketoimintaketjuun kuuluvan henkilön esittämä tai hänen puolestaan esitetty julkinen lausuma.

Direktiivin 17 artiklan 1 kohdassa viitataan myös tuottajan tarjoamaan "**kaupalliseen kestävyystakuuseen**" vapaaehtoisen "kaupallisen takuun" erityisenä muotona. Tuottaja, joka tarjoaa tällaisen takuun, on koko kaupallisen kestävyystakuun voimassaoloajan vastuussa suoraan kuluttajalle tavarantoiminnan korjaamisesta tai vaihtamisesta 14 artiklan mukaisesti, eli maksutta, kohtuullisen ajan kuluessa ja aiheuttamatta kuluttajalle merkittävää haittaa.

Uudessa kuluttaja-asioiden toimintaohjelmassa ⁽³³⁵⁾ ja **vuoden 2020 kiertotalouden toimintasuunnitelmassa** ⁽³³⁶⁾ esitetään uusia ehdotuksia ennen aikaisen vanhenemisen torjumiseksi.

4.2. Digitaaliala

Direktiivin soveltamisala on laaja, sillä se kattaa kaikki sekä verkossa että muualla suoritettavat elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliset liiketapahtumat. Se on teknologianeutraali ja sitä sovelletaan riippumatta siitä, mitä kanavaa, välinettä tai laitetta elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisen kaupallisen menettelyn toteuttamiseen käytetään. Sitä sovelletaan **verkossa toimiviin välittäjiin, kuten sosiaaliseen mediaan, verkossa toimiviin markkinapaikkoihin ja sovelluskauppoihin, hakukoneisiin, vertailuvälineisiin** ⁽³³⁷⁾ sekä useisiin muihin digitaalialalla toimiviin elinkeinonharjoittajiin.

Direktiiviä sovelletaan myös menettelyihin ja tuotteisiin, joihin liittyy **algoritmien, automatisoidun päätöksenteon ja tekoälyn** kaltaisten teknologioiden käyttöä. Tähän sisältyvät kaikki elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan väliset elinkeinonharjoittajan mainonta- ja myyntivaiheissa ja myynninjalkeisessa vaiheessa toteuttamat kuluttajiin kohdistetut menettelyt, kuten **seuranta- ja kohdentamistechnologioiden, algoritmisen yksilöllistämisen, dynaamisen optimoinnin ja hajautetun tilikirjan teknologian** käyttäminen.

⁽³³⁴⁾ Asetus (EY) N:o 66/2010.

⁽³³⁵⁾ Komission tiedonanto Euroopan parlamentille ja neuvostolle "Uusi kuluttaja-asioiden toimintaohjelma – Kuluttajien selviytymiskyvyn vahvistaminen kestävästä elpymisestä varmistamiseksi" (COM(2020) 696 final, 13.11.2020).

⁽³³⁶⁾ Komission tiedonanto Euroopan parlamentille, neuvostolle, Euroopan talous- ja sosiaaliskomitealle ja alueiden komitealle "Uusi kiertotalouden toimintasuunnitelma – Puhtaamman ja kilpailukykyisemmän Euroopan puolesta" (COM(2020) 98 final, 11.3.2020).

⁽³³⁷⁾ Komissio perusti vuosina 2015–2016 vertailuvälineitä käsittelevän sidosryhmien työryhmän, joka koostuu elinkeinonharjoittajien edustajista, vertailuvälineiden ylläpitäjistä, kansalaisjärjestöistä ja kansallisista viranomaisista. Työryhmä on laatinut ei-sitovia periaatteita, joiden tarkoituksena on erityisesti auttaa vertailuvälineiden ylläpitäjiä noudattamaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä. Vertailuvälineet on ymmärrettävä laajasti, ja ne kattavat muun muassa verkossa toimivien markkinapaikkojen toiminnot ja arvosteluvälineet. Asiakirja on saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/unfair-treatment/unfair-treatment-policy-information_en#comparison-tools

4.2.1. Verkkoalustat ja niiden kaupalliset menettelyt

Verkkoalustat tarjoavat yleensä infrastruktuurin ja mahdollistavat toimittajien ja käyttäjien välisen vuorovaikutuksen tavaroiden, palvelujen, digitaalisen sisällön ja tietojen toimittamiseksi verkossa. Verkkoalustojen liiketoimintamallit vaihtelevat siitä, että niillä annetaan käyttäjille mahdollisuus etsiä kolmansien osapuolten toimittamia tietoja, siihen, että ne mahdollistavat suoraan kolmansien osapuolten ja kuluttajien väliset sopimukseen perustuvat liiketoimet. Alustat voivat myös mainostaa ja myydä omissa nimissään erilaisia tuotteita.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan alustan ja alustaa tuotteiden markkinointiin kuluttajille käyttävien elinkeinonharjoittajien kaupallisiin menettelyihin. Koska sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan ainoastaan elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä tilanteissa, sen soveltamista verkkoalustan tarjoajaan arvioitaessa olisi ensimmäiseksi arvioitava, **voidaanko se katsoa direktiivin 2 artiklan b alakohdassa tarkoitetuksi elinkeinonharjoittajaksi tai elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta toimivaksi henkilöksi**. Tapauskohtaisen arvioinnin mukaan alustan tarjoaja saattaa toimia sen liiketoimintaan liittyvässä tarkoituksessa, jos se esimerkiksi perii provision toimittajien ja käyttäjien välisistä liiketapahtumista, tarjoaa maksullisia lisäpalveluja tai saa tuloja kohdennetusta mainonnasta.

Esimerkkejä:

- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että elintarvikkeiden hintoja vertaileva palvelu oli elinkeinonharjoittajan verkkosivusto ja vertailevan mainonnan väline. ⁽³³⁸⁾
- Kuluttajajärjestön, joka ylläpitää kuluttajille maksua tai tilausta vastaan tietoja tarjoavaa vertailuvälinettä, olisi periaatteessa noudatettava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vaatimuksia. Tämä palvelu voisi olla osa järjestön strategiaa saada kaupallista hyötyä kuluttajille tarjoamistaan palveluista, mikä tekisi siitä direktiivin 2 artiklan b alakohdassa tarkoitetun elinkeinonharjoittajan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin sovellettavuuden arvioinnin toisessa vaiheessa olisi arvioitava, suorittaako alustan tarjoaja 2 artiklan d alakohdassa tarkoitettuja **elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisiä kaupallisia menettelyjä** sellaisia käyttäjiä (toimittajia ja vastaanottajia) kohtaan, jotka **voidaan katsoa kuluttajiksi** 2 artiklan a alakohdassa tarkoitetulla tavalla.

Elinkeinonharjoittajana toimivan alustan on aina noudatettava unionin kuluttajaoikeutta **omien kaupallisten menettelyjensä osalta riippumatta siitä, että nämä menettelyt voivat koskea kolmansien osapuolten toimittamia tuotteita eivätkä itse alustoja**. Tämä on mahdollista siksi, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 3 artiklan 1 kohdassa kaupallinen menettely määritellään hyvin laajasti menettelyksi, joka liittyy välittömästi tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille siten, että tuotteen alkuperälle ei aseteta lisävaatimuksia.

Unionin tuomioistuin vahvisti asiassa Verband Sozialer Wettbewerb antamassaan tuomiossa tämän kaupallisen menettelyn laajan soveltamisalan sellaisessa tapauksessa, joka koski verkkoalustan harjoittamaa mainontaa painetussa mediassa:

*"31. Lopuksi on todettava, että **velvollisuus ilmoittaa** ostokehoituksessa direktiivin 2005/29 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa tarkoitetut tiedot **ei riipu siitä, onko näiden tuotteiden tarjoaja tämän kutsun esittäjä [eli verkkoalusta] vai joku kolmas**. Näin ollen silloin, kun painetussa mediassa olevassa [verkkoalustan] mainoksessa mainostetaan eri tarjoajien tuotteita, tässä säännöksessä vaaditut tiedot ovat välttämättömiä, jollei tämän tuomion 29 kohdassa mainituista paikkaan liittyvistä rajoituksista muuta johdu."* ⁽³³⁹⁾

Avoimuusvelvoitteet

Alustoja koskevat erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklan **avoimuutta koskevat vaatimukset**, joiden mukaan niiden on pidättäydyttävä harhaanjohtavista toimista ja mainitsematta jättämisistä tuotteen myynnin edistämisen, myymisen tai kuluttajille toimittamisen yhteydessä.

Verkkoalustojen olisi esimerkiksi oltava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan nojalla avoimia **palvelujensa pääominaisuuksista**. Alustan erityisestä liiketoimintamallista riippuen kuluttajan kannalta merkityksellisiä voivat olla erilaiset tekijät, kuten **alustan tarjonnan kattavuus** (esimerkiksi toimialat, toimittajatyypit ja toimittajien määrä), tietojen päivitystiheys (erityisesti tuotteiden hinnan ja saatavuuden osalta), se, miten alusta valitsee kauttansa toimivat toimittajat, sekä se, onko alustan kautta toimivien toimittajien luotettavuus tarkistettu, ja jos on, niin millä tavoin.

⁽³³⁸⁾ Tribunal de commerce de Paris – 29. maaliskuuta 2007 – Carrefour c/Galaec (la coopérative groupement d'achat des centres Leclerc).

⁽³³⁹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 30.3.2017, asia C-146/16, Verband Sozialer Wettbewerb.

Tällaisten tietojen avulla kuluttajat voivat ymmärtää, että alustan tuotteiden ja toimittajien luettelo ei ole tyhjentävä ja että he voivat löytää muita tarjouksia eri tietokanavia käyttäen. Ne auttavat myös välttämään riskiä siitä, että sellaisilla ilmauksilla kuin ”paras ostos” tai ”suositeltu valinta” merkityt hakutulokset johtavat kuluttajia harhaan.

Hintojen tai tuotteiden markkinoiminen silloin, kun alusta on kohtuudella tietoinen siitä, että niitä ei tosiasiallisesti ole saatavilla, saattaa olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklan vastaista, ja olosuhteista riippuen vastoin useita sen liitteessä I olevan mustan listan säännöksiä, joissa kielletään kaikissa olosuhteissa **täkymäinonta** (5 kohta), **täkymyynti** (6 kohta) sekä sellaisten sisällöllisesti **virheellisten tietojen levittäminen, jotka koskevat markkinatilannetta** ja joiden tarkoituksena on saada kuluttaja hankkimaan tuote huomattavasti edellytyksillä kuin normaali markkinatilanne mahdollistaa (18 kohta). Harhaanjohtavat lausumat tuotteen **rajallisesta saatavuudesta** saattavat olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan vastaisia.

Jos alusta antaa kuluttajille mahdollisuuden ostaa tuotteita yhdessä edullisempaan hintaan (yhteisostoalustat), sen olisi tiedotettava kuluttajille selvästi tarjouksen ominaisuuksista ja hinnasta sekä sen toimittajasta. Ryhmäostoksena hankitun tuotteen tai palvelun ominaisuudet eivät etenkin saisi olla huomattavasti tavanomaiseen hintaan saatavilla olevat ominaisuudet, ellei tästä ilmoiteta kuluttajille selvästi. Edellytykset, joiden mukaisesti kuluttajat voivat hyötyä tuotteesta (esimerkiksi ostajien vähimmäismäärä ja tarjouksen kesto), on esitettävä selkeästi.

Esimerkki:

- Tiettyä hoitoa hyvinvointikeskuksessa tarjotaan 50 prosentin alennuksella, jos se ostetaan yhteisostoalustalta. Tällainen tarjous kuuluu todennäköisesti 6 artiklan 1 kohdan b ja d alakohdan piiriin (hintaedun harhaanjohtavana ilmoittamisena), jos tarjottu hoito kestää vain 30 minuuttia, vaikka tavallinen täyden hinnan hoito kestää 60 minuuttia, ellei kuluttajille selvästi ilmoiteta tästä.
- Pakettitarjousten eli useiden tuotteiden tai palvelujen yhdistelmien tapauksessa, joissa hinta voi vaihdella ostettavien tuotteiden tai palvelujen lukumäärän tai laajuuden mukaan, paketin kokonaishinta on ilmoitettava, jotta vältetään vaikutelma siitä, että suurempi määrä tuotteita tai palveluita on mahdollista ostaa alempaan hintaan, kun näin ei ole.⁽³⁴⁰⁾

Huolellinen ammatinharjoittaminen

Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan nojalla elinkeinonharjoittajaksi katsottavat alustat eivät saa toimia **huolellisen ammatinharjoittamisen** vaatimusten vastaisesti kaupallisissa menettelyissä kuluttajia kohtaan. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan h alakohdan mukaisesti huolellisella ammatinharjoittamisella tarkoitetaan sellaista erikoistaidon ja huolellisuuden tasoa, jota elinkeinonharjoittajan voidaan kohtuudella odottaa osoittavan kuluttajia kohtaan ja joka vastaa rehellistä markkinatapaa ja/tai vilpittömässä mielessä toimimisen yleistä periaatetta **elinkeinonharjoittajan toimialalla**.

Näiden elinkeinonharjoittajien sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin perustuvat huolellista ammatinharjoittamista koskevat velvollisuudet kuluttajia kohtaan poikkeavat sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 14 artiklassa säädetystä vastuusta koskevien poikkeuksien järjestelmästä **palveluntarjoajien kolmansien osapuolten pyynnöstä säilyttämien laittomien tietojen** osalta, vaikka ne täydentävät sitä. Lisäksi sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 15 artiklan 1 kohdassa kielletään jäsenvaltioita asettamasta tällaisille säilytyspalvelujen tarjoajille yleistä velvollisuutta valvoa tallentamia tietoja tai pyrkiä aktiivisesti saamaan selville tosiasioita.

Sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 1 artiklan 3 kohdassa selvennetään tältä osin, että sähköistä kaupankäyntiä koskeva direktiivi ”täydentää tietoyhteiskunnan palveluihin sovellettavaa yhteisön lainsäädäntöä, heikentämättä kuitenkaan yhteisön säädöksillä ja niiden täytäntöönpanemiseksi annetulla kansallisella lainsäädännöllä vahvistettua suojelun tasoa erityisesti kansanterveyden ja kuluttajien suojelun osalta, sikäli kuin tämä ei rajoita tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisen vapautta”. Tämä tarkoittaa, että sähköistä kaupankäyntiä koskevaa direktiiviä ja asiaankuuluvaa EU:n kuluttajansuojaa koskevaa säännöstöä **sovelletaan periaatteessa toisiaan täydentävästi**.⁽³⁴¹⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisten huolellista ammatinharjoittamista koskevien velvoitteidensa vuoksi alustojen olisi **toteutettava asianmukaisia toimenpiteitä**, joilla mahdollistetaan se, että asianomaiset kolmannet elinkeinonharjoittajat voivat noudattaa EU:n kuluttaja- ja markkinalainsäädännön vaatimuksia, vaikka kyse ei ole yleisestä valvonta- tai tiedonhankintavelvollisuudesta.

⁽³⁴⁰⁾ Latvian kuluttajansuojakeskuksen ohjeasiakirja sopivista kaupallisista käytännöistä yhteisostoissa, 1. heinäkuuta 2013.

⁽³⁴¹⁾ Samasta täydentävästä suhteesta säädetään ehdotuksessa digipalvelusäädökseksi, kuten 1.2.8 kohdassa todetaan.

Tällaiset toimenpiteet voisivat edellyttää esimerkiksi sitä, että alustat **suunnittelevat rajapintansa siten, että ulkopuoliset elinkeinonharjoittajat voivat esittää alustan käyttäjille tietoja** EU:n markkinointi- ja kuluttajalainsäädännön mukaisesti – erityisesti sellaiset tiedot, joita edellytetään sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa ostokehutusten osalta, ja kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklassa edellytetyt tiedot. Verkossa toimivien markkinapaikkojen on esimerkiksi annettava kolmansille toimittajille mahdollisuus ilmoittaa kuluttajille henkilöllisyytensä, yhteystietonsa, tuotteen hinta ja kuluttajalle mahdollisesti aiheutuvat lisäkustannukset, kuten sovelluksen sisäiset ostot.

Jos sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisalaan kuuluvat verkkoalustat eivät noudata tällaisia huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksia taikka muutoin edistävät tuotteen myyntiä tai myyvät tai toimittavat tuotetta käyttäjille sopimattomalla tavalla, niiden voidaan todeta rikkovan EU:n kuluttajalainsäädäntöä. Ne eivät voi vedota sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin mukaiseen välittäjien vastuuta koskevaan poikkeukseen omien kaupallisten menettelyjensä osalta, sillä kyseinen poikkeus koskee ainoastaan kolmansien osapuolten pyynnöstä tallennettuja laittomia tietoja.

4.2.2. Kuluttajasopimusten välittäminen kolmansien osapuolten kanssa

Direktiivillä (EU) 2019/2161 tehtyjen muutosten jälkeen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin sisältyy sellaisen **verkossa toimivan markkinapaikan** erityinen määritelmä, joka on verkkoalusta, jonka avulla asiakkaat voivat ostaa kolmansien toimittajien (elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien) tarjoamia tuotteita suoraan markkinapaikan rajapinnalla. Verkossa toimiva markkinapaikka on teknologianeutraali käsite, johon kuuluvat myös sovelluskaupat, jotka tarjoavat digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja.

Monet verkossa toimivat markkinapaikat tarjoavat kolmansien elinkeinonharjoittajien tuotteiden lisäksi myös omia tuotteitaan. Joillakin markkinapaikoilla toimii vain ammattimaisia kolmansia toimittajia, toisilla on sekoitus yksityishenkilöiden ja ammattimaisten toimijoiden tarjouksia, kun taas jotkin ainoastaan helpottavat vertaiskuluttajien välisiä suhteita (tietty yhteistyö- tai jakamistalousalustat, joissa toimittajat ja käyttäjät jakavat aidosti varoja, resursseja, aikaa ja taitoja voittoa tavoittelematta, kuten autonkyydin antaminen siten, että kustannukset jaetaan).

Verkossa toimivien markkinapaikkojen on toteutettava toimenpiteitä sen varmistamiseksi, että **kuluttajalle tiedotetaan asianmukaisesti elinkeinonharjoittajan henkilöllisyydestä** elinkeinonharjoittajan itsensä antamien tietojen perusteella. Itse asiassa jos se, että markkinapaikka ei ilmoita tosiasiallisen elinkeinonharjoittajan henkilöllisyyttä, antaa sellaisen vaikutelman, että markkinapaikka on tosiasiallinen elinkeinonharjoittaja, markkinapaikka voi **joutua vastuuseen elinkeinonharjoittajan velvollisuuksista**.

Unionin tuomioistuimien tarkasteli kysymystä elinkeinonharjoittajan henkilöllisyydestä asiassa Wathelet antamassaan tuomiossa ⁽³⁴²⁾, jossa käsiteltiin verkon ulkopuolisen välittäjän (autokaupan) vastuuta kuluttajille myytyjen tavaroiden sopimustenmukaisuudesta aiemman kulutustavaroiden kaupasta annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 1999/44/EY ⁽³⁴³⁾ nojalla.

Unionin tuomioistuimien totesi (33–34 kohta), että vaikka direktiivin 1999/44/EY kohteena ei ole välittäjän vastuu kuluttajaan nähden, se ”ei kuitenkaan itsessään estä sitä, että direktiivin 1999/44 1 artiklan 2 kohdan c alakohdassa tarkoitettua **käsitettää ’myyjä’** voidaan tulkita siten, että se kattaa yksityishenkilön lukuun toimivan elinkeinonharjoittajan, joka esiintyy kuluttajan kannalta arvioituna myyjänä, joka sopimuksen nojalla myy elinkeinotoimintaansa harjoittessaan kulutustavaroita. Tällainen elinkeinonharjoittaja voisi nimittäin luoda sekaannuksen kuluttajan mielessä antamalla kuluttajan virheellisesti luulla, että hän toimii tavarantoimittajana myyjänä”.

Unionin tuomioistuimien totesi (44 kohta) myös seuraavaa: ”Tässä yhteydessä merkitystä voi olla erityisesti välittäjän myyntiin osallistumisen ja sen siinä käyttämien ponnistelujen intensiteetillä, olosuhteilla, joissa tavara esitettiin kuluttajalle, ja kuluttajan toiminnalla **sen selvittämiseksi, onko viimeksi mainittu voinut ymmärtää, että välittäjä toimi yksityishenkilön lukuun.**”

Nämä unionin tuomioistuimen muualla kuin verkossa toimivan välittäjän vastuuta tavaroiden sopimustenmukaisuudesta koskevat päätelmät voivat koskea myös **muita välittäjiä ja muita elinkeinonharjoittajien unionin oikeuden mukaisia velvoitteita**, myös verkossa. Verkossa toimivien välittäjien voidaan erityisesti katsoa olevan **vastuussa elinkeinonharjoittajan velvoitteista**, jotka koskevat ennen sopimuksen tekemistä annettavia tietoja tai sopimuksen täyttämistä, **jos ne kuluttajan näkökulmasta esiintyvät elinkeinonharjoittajina (ehdotetun) sopimuksen mukaisesti**.

Unionin tuomioistuimien korosti asiassa Wathelet antamassaan tuomiossa (37 kohta), että ”se, että kuluttaja saa tiedon myyjän henkilöllisyydestä ja **erityisesti hänen asemastaan yksityishenkilönä tai elinkeinonharjoittajana**, on ratkaisevan tärkeää, jotta hän voi saada suojan, joka hänelle direktiivillä 1999/44 myönnetään”. **Vaikka tosiasiallinen toimittaja olisi myös elinkeinonharjoittaja** ja kuluttaja ei näin ollen olisi menettänyt oikeuksiaan, kuluttaja ei välttämättä olisi tehnyt sopimusta, jos tosiasiallisen elinkeinonharjoittajan henkilöllisyys olisi ollut tiedossa, esimerkiksi siksi, että kuluttaja olisi ollut huolissaan tällaisen elinkeinonharjoittajan luotettavuudesta ja mahdollisuudesta käyttää kuluttajan oikeuksia sitä vastaan.

⁽³⁴²⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 9.11.2016, asia C-149/15, Sabrina Wathelet.

⁽³⁴³⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 1999/44/EY, annettu 25 päivänä toukokuuta 1999, kulutustavaroiden kauppaa ja niihin liittyviä takuita koskevista tietyistä seikoista (EYVL L 171, 7.7.1999, s. 12).

Lisäohjeita elinkeinonharjoittajan käsitteestä saadaan todennäköisesti vireillä olevassa asiassa C-536/20, Tiketa, jossa käsitellään sitä, voidaanko verkossa toimivaa välittäjää (lipunmyyntialusta) pitää yhteisvastuullisena palvelua tosiasiallisesti tarjoavan elinkeinonharjoittajan kanssa, jos välittäjä ei ole antanut selvästi tietoja siitä, että se toimii ainoastaan välittäjänä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohtaan on lisätty uusi f alakohta direktiivillä (EU) 2019/2161. Siinä edellytetään erityisesti, että verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajat ilmoittavat kuluttajalle kaikissa ostokehoituksissa, **onko tuotteita tarjoava kolmas osapuoli elinkeinonharjoittaja vai muu kuin elinkeinonharjoittaja (kuten vertaiskuluttaja)**, kyseisen kolmannen toimittajan toimittamien tietojen perusteella. Direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty kuluttajanoikeusdirektiiviin (6 a artikla) samanlaiset tiedotusvaatimukset ja lisätiedotusvaatimuksia verkossa toimivia markkinapaikkoja varten.

7 artikla – Harhaanjohtavat mainitsematta jättämiset

4. Ostokehoutuksissa pidetään olennaisina seuraavia tietoja, jolleivät ne ilmene asiayhteydestä:

- f) kun tuotteita tarjotaan verkossa toimivilla markkinapaikoilla, tieto siitä, onko tuotteet tarjoava kolmas osapuoli elinkeinonharjoittaja vai muu taho, kyseisen kolmannen osapuolen verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajalle tekemän ilmoituksen perusteella.

Tämän tiedotusvaatimuksen tarkoituksena on erityisesti verkossa toimivien kauppapaikkojen osalta varmistaa, että kuluttajat tietävät aina, keneltä he ostavat verkossa toimivassa kauppapaikassa myytävän tuotteen – elinkeinonharjoittajalta vai toiselta kuluttajalta. Virheellinen oletamus siitä, että ulkopuolinen toimittaja on elinkeinonharjoittaja, voi aiheuttaa ongelmia kuluttajalle, jos verkko-ostoksessa menee jokin vikaan (esimerkiksi tavara ei ole sopimuksenmukainen) ja jos sitten käy ilmi, että tehtyyn sopimukseen ei itse asiassa sovelleta kuluttajansuojasääntöjä, kuten 14 päivän peruuttamis-oikeutta tai lakisääteistä takuuta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin (ja kuluttajanoikeusdirektiivin) säännöksissä täsmennetään, että kolmannen toimittajan asemaa koskevien tietojen on perustuttava kyseisen toimittajan ilmoitukseen, jonka verkossa toimiva markkinapaikka sitten välittää kuluttajalle. Verkossa toimiva markkinapaikka voi näin ollen tukeutua ensisijaisesti kolmannen toimittajan antamaan ilmoitukseen. Tämä lähestymistapa vastaa sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin mukaista kieltoa asettaa verkossa toimiville välittäjille yleisiä seurantavelvoitteita siltä osin kuin sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin asiaankuuluvia säännöksiä sovelletaan verkossa toimivaan markkinapaikkaan. Se ei kuitenkaan rajoita markkinapaikalle asetettuja laittomaan sisältöön liittyviä velvoitteita, kuten toimimista sen perusteella, että alustalle ilmoitetaan tietyistä elinkeinonharjoittajien tekemistä vilpillisistä tarjouksista.⁽³⁴⁴⁾

On syytä korostaa, että tämä säännös on tiedotusvaatimus, jolla on tarkoitus lisätä selkeyttä kuluttajille, jotka tekevät ostoksia verkossa toimivilla markkinapaikoilla. Itse tehty ilmoitus on hyvä osoitus toimittajan oikeudellisesta asemasta, mutta se ei korvaa elinkeinonharjoittajan määrittelmää, jota on edelleen sovellettava määrittelyjen perusteiden mukaisesti. Tältä osin olisi viitattava sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevaan 22 kohtaan, jossa kielletään elinkeinonharjoittajia esiintymästä muuna kuin elinkeinonharjoittajana. Tätä kieltoa sovelletaan kaikkiin virheelisiin tai epätarkkoihin tiedotussäännön nojalla annettuihin ilmoituksiin siitä, että kyseessä ei ole elinkeinonharjoittaja.

Jotta elinkeinonharjoittajia kannustettaisiin ilmoittamaan asemansa oikein, kuluttajanoikeusdirektiivin 6 a artiklan 1 kohdan c alakohdassa edellytetään myös, että verkossa toimivan markkinapaikan tarjoaja varoittaa kuluttajaa siitä, että hän pystyy käyttämään kuluttajan oikeuksia, jos kolmas toimittaja on ilmoittanut olevansa muu kuin elinkeinonharjoittaja.

Unionin tuomioistuimien esitti verkkoalustalla toimivaa sellaista myyjää, joka on luonnollinen henkilö, koskevassa asiassa Kamenova antamassaan tuomiossa lisäperusteita sen määrittämiseksi, voidaanko henkilö katsoa elinkeinonharjoittajaksi (ks. elinkeinonharjoittajan käsitettä koskeva 2.2 kohta).

4.2.3. Hakutulosten avoimuus

Hakukoneet mahdollistavat tietojen etsimisen internetistä erityisen algoritmin mukaisesti. Myös muut välittäjät, kuten verkossa toimivat markkinapaikat ja hintavertailupalvelut, tarjoavat mahdollisuuden tehdä hakuja eri tuotteista ja toimitajista, jotka ovat saatavilla niiden palvelujen kautta. Kuluttajat odottavat, että hakutulokset ovat ”luonnollisia” tai ”orgaanisia” ja perustuvat riittävän puolueettomiin kriteereihin. Palveluntarjoajat sisällyttävät kuitenkin hakutuloksiin myös maksettua mainontaa tai parantavat tuotteiden järjestystä sellaisten suorien tai välillisten maksujen perusteella, joita ne saavat asianomaisilta kolmansilta elinkeinonharjoittajilta.

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklaan uusi 4 a kohta, jossa säädetään keskeisiä järjestystä määrittäviä muuttujia koskevasta erityisestä tiedotusvaatimuksesta. Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteeseen I on lisätty uusi 11 a kohta, jossa kielletään sellainen mainonta, jonka maksullisuudesta ei ilmoiteta, ja maksettu järjestyksessä korkeammalle hakutuloksissa asettaminen.

⁽³⁴⁴⁾ Ks. sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 14 artiklan 2 kohta.

Tiedot järjestykseen asettamista koskevista muuttujista

7 artikla

”4 a. Riippumatta siitä, missä liiketoimet viime kädessä toteutetaan, kun kuluttajille annetaan mahdollisuus hakea eri elinkeinonharjoittajien tai kuluttajien tarjoamia tuotteita hakusanan, lausekkeen tai muun syöttötiedon muodossa tehdyn haun perusteella, olennaisina pidetään yleisiä tietoja, jotka on asetettu saataville hakutulosten esittämissivulta suoraan ja helposti saatavilla olevaan tiettyyn verkkorajapinnan osioon ja jotka koskevat keskeisiä kuluttajalle hakukyselyn tuloksena esitettävien tuotteiden järjestystä määrittäviä muuttujia ja näiden muuttujien suhteellista merkitystä verrattuna muihin muuttujiin. Tätä kohtaa ei sovelleta [...] asetuksen (EU) 2019/1150 2 artiklan 6 alakohdassa määriteltyihin verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajiin.”

Uutta 7 artiklan 4 a kohdan mukaista tiedotusvaatimusta sovelletaan ainoastaan elinkeinonharjoittajiin, jotka antavat kuluttajille mahdollisuuden hakea toisen sellaisen elinkeinonharjoittajan tai kuluttajan, joka on kolmas osapuoli, tarjoamia tuotteita, eli verkossa toimiviin markkinapaikkoihin ja vertailuvälineisiin. **Sitä ei sovelleta elinkeinonharjoittajiin, jotka antavat kuluttajilleen mahdollisuuden tehdä hakuja vain omien tuotetarjoustensa joukosta.**

Tiedotusvaatimusta **ei sovelleta** myöskään asetuksessa (EU) 2019/1150, jäljempänä 'P2B-asetus', määriteltyihin **verkossa toimiviin hakukoneisiin**. Tämä johtuu siitä, että P2B-asetuksessa edellytetään jo nyt, että kaikkien verkossa toimivien hakukoneiden tarjoajien on julkaistava keskeisistä muuttujistaan "helposti ja yleisesti saatavilla oleva [...] kuvaus", joka on näin ollen myös kuluttajien eikä ainoastaan yrityskäyttäjien saatavilla.

Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin sisältyvää tiedotusvaatimusta sovelletaan elinkeinonharjoittajiin, kun kuluttaja tekee hakukyselyn. **Sitä ei sitä vastoin sovelleta kuluttajalle näytettävään verkkorajapinnan oletusorganisaatioon, jota ei esitetä tietyn hakukyselyn tuloksena kyseisellä verkkorajapinnalla.**

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on lisätty samanlainen tiedotusvelvollisuus myös kuluttajanoikeusdirektiiviin, jota sovelletaan ainoastaan verkossa toimiviin markkinapaikkoihin eli välittäjiin, jotka mahdollistavat kuluttajasopimusten tekemisen suoraan kolmansien osapuolten kanssa (sekä elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan väliset sopimukset että kuluttajien väliset sopimukset).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan m alakohdassa annetun määritelmän mukaisesti "järjestyksellä" tarkoitetaan "suhteellista sijoitusta, jonka elinkeinonharjoittajat antavat tuotteille, kun ne esittävät, järjestävät tai antavat ne tiedoksi riippumatta teknologisista välineistä, joita esittämiseen, järjestämiseen tai tiedoksiantamiseen käytetään". Samaa määritelmää sovelletaan myös kuluttajanoikeusdirektiivin yhteydessä.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 19 kappaleessa todetaan lisäksi, että "[...] myös kun se on saatu käyttämällä algoritmisia yhdistely-, luokitus- tai arvostelumekanismeja, visuaalisia korostuksia tai muita tärkeysjärjestyksen määrittämis menetelmiä taikka niiden yhdistelmiä".

Alustan on annettava "yleisiä tietoja" keskeisistä muuttujista, jotka määrittävät tuotteiden järjestyksen, sekä näiden muuttujien suhteellisesta merkityksestä verrattuna muihin muuttujiin.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 22 kappaleessa todetaan seuraavaa: "Järjestyksen määrittävillä muuttujilla tarkoitetaan kaikkia yleisiä perusteita, prosesseja, algoritmeihin sisältyviä erityisiä signaaleja tai muita mukautus- tai alentamismekanismeja, joita käytetään järjestykseen asettamisen yhteydessä."

Järjestykseen asettamisesta koskevat tiedot eivät rajoita liikesalaisuuksia koskevan Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2016/943⁽³⁴⁵⁾ soveltamista. Kuten P2B-asetuksen 5 artiklassa säädettyssä kaikkien verkkoalustojen ja verkossa toimivien hakukoneiden järjestystä koskevassa rinnakkaisessa avoimuusvelvollisuudessa todetaan, tämä tarkoittaa sitä, että asianomaisten tarjoajien kaupallisten etujen huomioon ottaminen ei koskaan saisi johtaa siihen, että kieltäydytään keskeisten järjestystä määrittävien muuttujien ilmaisemisesta. Direktiivissä (EU) 2016/943 tai P2B-asetuksessa ei kuitenkaan vaadita ilmoittamaan asianomaisten tarjoajien järjestykseen asettamisen yksityiskohtaisia toimintamekanismeja, kuten algoritmeja.⁽³⁴⁶⁾ Samaa lähestymistapaa sovelletaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaiseen tiedotusvaatimukseen.

Järjestystä määrittävien oletusmuuttujien kuvaus voidaan antaa yleisellä tasolla, eikä sitä tarvitse esittää räätälöidysti kustakin yksittäisestä hakukyselystä.⁽³⁴⁷⁾ Tiedot on toimitettava selvällä ja ymmärrettävällä tavalla sekä etäviestimelle soveltuvalla tavalla. Lisäksi direktiivissä täsmennetään, että tiedot on asetettava saataville tarjousten esittämissivulta suoraan ja helposti saatavilla olevaan tiettyyn verkkorajapinnan osioon.

⁽³⁴⁵⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2016/943, annettu 8 päivänä kesäkuuta 2016, julkistamattoman taitotiedon ja liiketoimintatiedon (liikesalaisuuksien) suojaamisesta laittomalta hankinnalta, käytöltä ja ilmaisemiselta (EUVL L 157, 15.6.2016, s. 1).

⁽³⁴⁶⁾ Ks. direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 23 kappale ja P2B-asetuksen johdanto-osan 27 kappale.

⁽³⁴⁷⁾ Ks. direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 23 kappale.

Tiedotusvelvollisuutta sovelletaan myös silloin, kun elinkeinonharjoittaja mahdollistaa verkkorajapinnalla tehtävän haun **äänikomennoilla** ("digiaivustajien" avulla) kirjoittamisen sijaan. Myös tässä tapauksessa tiedot on myös asetettava saataville elinkeinonharjoittajan verkkosivustolle tai sovellukseen "tiettyyn verkkorajapinnan osioon".

Kuluttajiin kohdistuvaa järjestyksen määrittämisen avoimuutta koskevissa uusissa säännöissä (kuluttajanoikeusdirektiivissä ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä) järjestys määritellään olennaisilta osin samalla tavalla kuin P2B-asetuksessa. P2B-asetuksessa edellytetään, että alustat antavat tiedot yrityskäyttäjilleen yritysten välisissä ehdoissaan tai asettavat tiedot saataville sopimuksen tekemistä edeltävässä vaiheessa.

Vaikka kummatkin tiedotusvaatimukset ovat samanlaiset, niiden "yleisöt" ovat erilaiset. Tämän vuoksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin (ja kuluttajanoikeusdirektiivin) uusissa säännöksissä edellytetään ainoastaan "yleisten tietojen" antamista keskeisistä järjestystä määrittävistä muuttujista ja niiden suhteellisesta merkityksestä. Tämä ero P2B-asetukseen on **niiden kuluttajien tietotarpeiden mukainen, jotka tarvitsevat tietoja helposti ymmärrettävässä ja tiiviissä muodossa**. Samasta syystä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja kuluttajanoikeusdirektiivin säännöissä ei myöskään edellytetä perusteluja P2B-asetuksessa vaadittujen keskeisten järjestystä määrittävien muuttujien suhteelliselle merkitykselle.

Käytännössä verkossa toimivien välityspalvelujen tarjoajat voivat käyttää P2B-asetuksen nojalla yrityskäyttäjilleen antamiin yksityiskohtaisempia tietoja perustana järjestystä määrittävien muuttujien kuluttajille suunnatun selityksen suunnittelulle. Komissio on antanut suuntaviivat⁽³⁴⁸⁾ järjestykseen asettamisen avoimuudesta P2B-asetuksen nojalla. Näissä suuntaviivoissa käsitellään useita kysymyksiä, kuten "keskeisten muuttujien", "suhteellisen sijoituksen" ja "suoran tai välillisen korvauksen" käsitteitä, jotka ovat merkityksellisiä myös sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja kuluttajanoikeusdirektiivin sääntöjen soveltamisessa järjestykseen asettamisen avoimuuden osalta.

Maksetusta mainonnasta ja järjestykseen asettamisesta ilmoittaminen

Liitteessä I oleva 11 a kohta

"11 a. Hakutulosten antaminen kuluttajan verkossa tekemään hakukyselyyn ilmoittamatta selvästi maksetusta mainonnasta tai maksusta, jonka nimenomaisena tarkoituksena on tuotteiden asettaminen järjestyksessä korkeammalle hakutuloksissa."

Uutta 11 a kohtaa sovelletaan kaikkiin elinkeinonharjoittajiin, jotka tarjoavat mahdollisuuden hakea tuotteita (eli tavaroita, palveluja ja digitaalista sisältöä), mukaan lukien hakukoneet.

Siinä ei kielletä mainoksia tai järjestyksessä korkeammalle sijoittamista asianomaisilta elinkeinonharjoittajilta saatujen maksujen perusteella, mutta siinä edellytetään, että hakutoiminnon tarjoaja ilmoittaa kuluttajalle selkeästi, jos hakutulokseen sisältyy sellaisten elinkeinonharjoittajien tuotteita, verkkosivustoja tai URL-osoitteita, **jotka ovat maksaneet tullakseen sisällytetyksi hakutuloksiin** (mainos), tai kun suorilla tai välillisillä maksuilla on **vaikutusta järjestykseen**.

Mainoksella tarkoitetaan sellaisten tulosten lisäämistä tulosten korkeimmalle sijalle tai "luonnollisten" tulosten joukkoon, joita ei sovellettavien objektiivisten hakuperusteiden mukaisesti muutoin olisi esitetty kuluttajalle.

Korkeammalla sijoituksella tarkoitetaan tilanteita, joissa yhden tai useamman luetteloidun tuotteen sijoitusta järjestyksessä on parannettu suorien tai välillisten maksujen perusteella. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 20 kappaleessa annetaan tyhjentämättömiä esimerkkejä välillisistä maksuista, joita maksetaan korkeamman sijoituksen saamiseksi:

- elinkeinonharjoittaja hyväksyy lisävelvoitteita verkossa toimivan hakutoiminnon tarjoajaa kohtaan
- suurempi liiketoimikohtainen toimituspalkkio
- erilaiset korvausjärjestelmät, jotka nimenomaisesti johtavat järjestyksessä korkeammalle sijalle asettamiseen.

Välilliseksi maksuiksi ei sen sijaan katsota maksuja, jotka liittyvät yleisiin palveluihin, kuten valikoimaan ottamisesta perittäviä maksuja tai jäsenmaksuja, jotka kattavat monenlaisia toimintoja, jos tällaisia maksuja ei ole tarkoitettu sijoituksen parantamiseksi.

Hakutuloksiin sisällytetyt mainokset ja sellaiset hakutulokset, joiden korkeammasta sijoituksesta on nimenomaisesti maksettu, on korostettava **selvästi ja näkyvästi**. Tiedot mainoksesta tai maksusta, jonka nimenomaisena tarkoituksena on tuotteiden asettaminen järjestyksessä korkeammalle hakutuloksissa, on esitettävä asiaankuuluvan hakutuloksen **välitömässä yhteydessä visuaalisesti korostetulla tavalla**, joka erottuu muusta yleisestä verkkorajapinnasta, ja siten, että kuluttaja ei voi välttyä huomaamasta tietoja mainoksesta tai maksusta hakutuloksen nähdessään.

Jos kuitenkin maksut, jotka suoritetaan nimenomaisesti korkeamman sijoituksen saavuttamiseksi, ovat osa järjestystä määrittäviä muuttujia ja vaikuttavat **kaikkien esitettävien tulosten** järjestykseen, **tällaisista maksuista voidaan antaa tietoa myös yhdellä selkeällä ja näkyvällä maininnalla** sillä sivulla, jolla hakutulokset esitetään. Tällaisen maininnan

⁽³⁴⁸⁾ Komission tiedonanto "Suuntaviivat järjestykseen asettamisen avoimuudesta asetuksen (EU) 2019/1150 nojalla" (EUVL C 424, 8.12.2020, s. 1).

olisi oltava erillinen, ja sillä olisi täydennettävä järjestystä määrittäviä muuttujia koskevia yleisiä tietoja, jotka elinkeinonharjoittajien on toimitettava edellä mainitun sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 a kohdan mukaisesti.

Komissio ja kuluttajansuojaa koskevaan yhteistyöverkostoon kuuluvat kansalliset kuluttajaviranomaiset käsittelivät Booking.com- ja Expedia-alustoja⁽³⁴⁹⁾ koskevista yhteisissä toimituksissa ilmoittamista mainonnasta ja hakutulosten maksullisista sijoituksista (ks. myös 4.3.6 kohta). Näiden toimien seurauksena nämä alustat hyväksyivät sen, että ne näyttävät hakutulosten esittämishetkellä, kun maksut vaikuttavat majoitusten järjestykseen. Ne ovat myös lisänneet linkin lisäselvityksiä varten ja merkinneet selvästi tällaiset ominaisuudet. Lisäksi aiempi merkintä "sponsored" (sponsoroitu) korvattiin selkeämmillä merkinnöillä "Ad", "Advert" ja "Advertisement" (mainos) tai vastaavalla paikallisella kielellä esitetyllä merkinnällä, ja näistä merkinnöistä tehtiin näkyvämpiä.

Esimerkkejä:

- Hintavertailusivusto tarjosi lisämaksun maksavien elinkeinonharjoittajien tuotteille parhaan sijoituksen tulostulostalla. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että vertaileva esitys, jolla kuluttajat eivät ehkä usko olevan kaupallista tarkoitusta tai tavoitetta, saattaa vaikuttaa heidän kaupallisiin ratkaisuihinsa. Tällä perusteella vertailusivuston kaupallisen menettelyn katsottiin olevan harhaanjohtava. Tuomioistuin katsoi, että se, ettei vertailuväline selvästi merkinnyt tämän parhaan sijoituksen olevan maksettu, oli omiaan vääristämään olennaisesti kuluttajien taloudellista käyttäytymistä.⁽³⁵⁰⁾
- Kansallinen tuomioistuin katsoi, että suuren vertailu- ja varauspalvelun tarjoajan menettely, jossa hotellit voivat manipuloida järjestystä maksamalla korkeampia maksuja, oli harhaanjohtava.⁽³⁵¹⁾

4.2.4. Käyttäjäravastelut

Monet verkkoalustat ja myös yksittäiset elinkeinonharjoittajat tarjoavat kuluttajille mahdollisuuden ilmoittaa muille kuluttajille kokemuksistaan eri tuotteista tai elinkeinonharjoittajista. Usein arvostelutoimintoja sisältyy verkossa toimiviin markkinapaikkoihin, hakukoneisiin, erikoistuneisiin matkailuvarustoihin, vertailuvälineisiin ja sosiaalisiin verkostoihin. **Se, että arvostelut vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin**, on osoitettu useissa tutkimuksissa. Sen vuoksi on tärkeää, että elinkeinonharjoittajat, jotka antavat mahdollisuuden kuluttajien tekemisiin **arvosteluihin**, toteuttavat kohtuullisia ja oikeasuhtaisia toimia sen varmistamiseksi, että ne vastaavat todellisten kuluttajien kokemuksia kyseisestä tuotteesta. Arvostelun käsitettä olisi tulkittava laajasti siten, että siihen sisältyvät myös luokituksiin liittyvät menettelyt.

Tällä alalla on kuitenkin havaittu useita sopimattomia menettelyjä. Elinkeinonharjoittajat käyttävät erilaisia tekniikoita lisätäksään tuotteidensa myönteisten arvostelujen määrää alustoilla tai vähentääksään kielteisten arviointien määrää tai piilottaakseen niitä. Jotkin **elinkeinonharjoittajat hankkivat tuotteidensa arvostelujen parantamiseksi tekaistuja myönteisiä arvosteluja** esimerkiksi käyttämällä erikoistuneita yrityksiä, jotka palkkaavat todellisia kuluttajia sosiaalisten verkostojen kautta tai muilla keinoin. Nämä kuluttajat ostavat sitten kyseisten elinkeinonharjoittajien tuotteita verkkoalustoilta ja antavat viiden tähden arvosteluja vastineeksi tietyistä eduista. Elinkeinonharjoittajat myös **kannustavat kuluttajia testaamaan tuotteitaan vastineeksi arvostelujen julkaisemisesta** (sponsoroitu arvostelu) ilmoittamatta siitä, että kyse on sponsoroituista arvosteluista.

Kannustetut ja tekaistut arvostelut voivat lisäksi vaikuttaa tuotteen sijoitukseen hakutuloksissa ja siten näkyvyyteen alustalla, jos alustan hakuparametreissa otetaan arvostelut huomioon.

Tällaiset menettelyt vääristävät kuluttajien valintoja. Vaikka jotkin alustat ovat ilmoittaneet ryhtyneensä toimenpiteisiin tekaistujen arvostelujen rajoittamiseksi, ongelma vaikuttaa kasvavan, ja se on johtanut yhä useampiin julkisiin tähtäntöönpanotoimiin. Näiden harhaanjohtavien menettelyjen vaikutusta pahentaa tavanomaisten arvostelujen jatkuva tarjontatavaje erityisesti uusien tuotteiden tai markkinoiden uusien toimijoiden osalta.⁽³⁵²⁾

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ei sovelleta ainoastaan sellaisten verkkoalustojen ja muiden elinkeinonharjoittajien kaupallisiin menettelyihin, jotka asettavat kuluttaja-arvosteluja saataville tai tarjoavat niihin pääsyn, vaan myös **kaikkiin elinkeinonharjoittajiin, jotka toimittavat arvosteluja muiden elinkeinonharjoittajien hyväksi**. Kuten kaupallisen menettelyn määritelmää koskevassa 2.3 kohdassa selitetään, elinkeinonharjoittajan kaupallisiin menettelyihin sovelletaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä riippumatta siitä, edistetäänkö tällaisilla kaupallisilla menettelyillä elinkeinonharjoittajan omien tuotteiden vai muiden elinkeinonharjoittajien toimittamien tuotteiden myyntiä.

⁽³⁴⁹⁾ Lehdistötiedote 18. joulukuuta 2020, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

⁽³⁵⁰⁾ Cass. Com. 4 décembre 2012, 11-27729, Publicité Sté Pewterpassion.com c/ Sté Leguide.com.

⁽³⁵¹⁾ LG Berlin, 25.8.2011, Az.16 O 418/11.

⁽³⁵²⁾ Esimerkiksi Saksan liittovaltion kartellivirasto (Bundeskartellamt) on arvioinut, että ainoastaan yksi prosentti kuluttajista arvostelea tuotteen ostamisen jälkeen. Ks. Konsultationspapier zur Sektoruntersuchung Nutzerbewertungen, E 1.2 kohta (https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2020/18_06_2020_SU_Nutzerbewertungen_Konsultation.html).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä **ei sen sijaan sovelleta kuluttajiin, jotka antavat tietoa kokemuksistaan** tuotteista tai palveluista, paitsi jos heidän voidaan katsoa toimivan ”elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta” (ks. vaikuttajamarkkinointia koskeva 4.2.6 kohta).

Kuluttaja-arvosteluihin ja suositteluihin liittyvät harhaanjohtavat menettelyt voivat rikkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohtaa, jossa säädetään, että elinkeinonharjoittajien on mainittava kaupallisen menettelyn kaupallinen tarkoitus, ellei se ilmene asiayhteydestä.

Direktiivillä (EU) 2019/2161 on vahvistettu sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä **ottamalla käyttöön erityisiä kuluttaja-arvosteluja ja suositteluja koskevia säännöksiä**. Tarkemmin sanottuna liitteessä I olevassa 23 b kohdassa kielletään elinkeinonharjoittajia ilmoittamasta, että tuotearvostelut ovat kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, toteuttamatta kohtuullisia toimia sen tarkistamiseksi, että arvostelut ovat peräisin tällaisilta kuluttajilta. Liitteessä I olevassa 23 c kohdassa kielletään nimenomaisesti tekaistujen kuluttaja-arvostelujen esittäminen tai tämän antaminen toimeksi muulle oikeushenkilölle tai luonnolliselle henkilölle tuotteiden myynnin edistämiseksi. Siinä kielletään myös kuluttaja-arvostelujen vääristeleminen tuotteiden myynnin edistämiseksi. Lisäksi sellaisten elinkeinonharjoittajien, jotka asettavat saataville arvosteluja, on 7 artiklan 6 kohdan mukaisesti ilmoitettava kuluttajille, varmistavatko ne, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, ja miten ne varmistavat tämän.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliin menettelyihin, jotka liittyvät suoraan tuotteen myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille. Siten näissä arvosteluja koskevissa uusissa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksissä olevalla viittauksella tuotteisiin pyritään korostamaan, että säännöksiä ei sovelleta muunlaisiin arvosteluihin, jotka eivät liity tuotteen myynnin edistämiseen, myyntiin tai toimittamiseen.

Näin ollen näitä säännöksiä sovelletaan myös niihin arvosteluihin, joissa ei käsitellä varsinaisesti tuotteita tai niiden ominaisuuksia vaan joiden pääasiallisena kohteena ovat **elinkeinonharjoittajien ominaisuudet ja suorituskkyky**, kun ne tarjoavat tai myyvät näitä tuotteita. Jos elinkeinonharjoittajien suorituskkykyä koskevia arvosteluja käytetään tässä kehyksessä välineenä, jolla edistetään elinkeinonharjoittajan tuotteiden myyntiä, kyseisiä arvosteluja voidaan pitää myös kuluttajan kannalta olennaisina, kun hän tekee kyseisen elinkeinonharjoittajan tuotteita koskevan kaupallisen ratkaisun. Erityisesti silloin, kun arvosteluissa arvioidaan elinkeinonharjoittajan tuotteiden laadun, luotettavuuden tai toimitusnopeuden kaltaisten tekijöiden osalta, tällaisilla arvosteluilla voidaan pyrkiä elinkeinonharjoittajan tuotteiden myynnin edistämiseen tai ne voidaan yhdistää elinkeinonharjoittajan tuotteiden myynnin edistämiseen. Näin ollen tällaisiin arvosteluihin voidaan soveltaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin uusia säännöksiä.

Sitä vastoin arvostelut, joissa arvioidaan elinkeinonharjoittajan ja kuluttajan välisen yhteyden ulkopuolisia elinkeinonharjoittajan ominaisuuksia, kuten sosiaalista vastuuta, työoloja, verotusta, markkinajohtajuutta ja eettisiä näkökohtia, jäävät todennäköisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin, mukaan lukien kuluttaja-arvosteluja koskevat uudet säännökset, soveltamisalan ulkopuolelle.

Arviointien käsittelyä koskevat tiedot

7 artiklan 6 kohta

6. Kun elinkeinonharjoittaja asettaa saataville **tuotteita koskevia kuluttaja-arvosteluja**, olennaisena pidetään tietoa siitä, varmistaako elinkeinonharjoittaja, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, ja miten elinkeinonharjoittaja varmistaa tämän.

Uutta tiedotusvelvollisuutta sovelletaan kaikkiin elinkeinonharjoittajiin, jotka tarjoavat pääsyn kuluttaja-arvosteluihin, mukaan lukien tapaukset, joissa elinkeinonharjoittaja mainostaa verkkorajapinnallaan toisen elinkeinonharjoittajan, kuten erikoistuneen arvosteluvälineen, saataville asettamia arvosteluja. Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 47 kappaleessa selitetään laajasti vaatimuksen soveltamisala. Tietojen on katettava paitsi erityiset toimenpiteet, joilla varmistetaan, että arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, **mutta myös arvostelujen käsittely yleisemmin**. Tähän sisältyvät tiedot siitä, julkaistaanko kaikki arvostelut, miten ne hankitaan sekä se, miten keskimääräiset arvostelupisteet lasketaan ja vaikuttavatko niihin sponsoroidut arvostelut tai sopimussuhteet alustalla toimiviin elinkeinonharjoittajiin.

Elinkeinonharjoittajien tiedot toimista, jotka on toteutettu sen varmistamiseksi, että julkaistut arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, ovat tärkeitä myös siksi, että niitä analysoidaan sen arvioimiseksi, voiko elinkeinonharjoittaja tosiasiallisesti esittää arvostelut kuluttaja-arvosteluina liitteessä I olevan uuden 23 b kohdan mukaisesti.

Näiden tietojen on oltava selkeitä ja ymmärrettäviä, ja ne on asetettava saataville, ”kun elinkeinonharjoittaja asettaa saataville tuotteita koskevia kuluttaja-arvosteluja”, eli tietojen olisi oltava saatavilla sillä rajapinnalla, jossa arvosteluja julkaistaan, myös selkeästi yksilöityjen ja näkyvästi esillä olevien hyperlinkkien kautta.

Kielletyt menettelyt

Liitteessä I oleva 23 b kohta

23b. Ilmoitus, jonka mukaan tuotearvostelut ovat kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen, toteuttamatta kohtuullisia ja oikeasuhteisia toimia sen tarkistamiseksi, että arvostelut ovat peräisin tällaisilta kuluttajilta.

Liitteessä I olevalla uudella 23 b kohdalla estetään elinkeinonharjoittajia johtamasta käyttäjiään harhaan arvostelujen alkuperän suhteen, ja elinkeinonharjoittajat eivät saa ilmoittaa, että niiden saataville asettamat arvostelut ovat peräisin todellisilta käyttäjiltä, elleivät ne toteuta kohtuullisia ja oikeasuhteisia toimia, joilla **lisätään sen todennäköisyyttä, että tällaiset arvostelut vastaavat todellisten käyttäjien kokemuksia**, ilman, että kyseessä on yleinen velvollisuus valvoa tietoja tai toteuttaa tiedonhankintaa (ks. sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 15 artiklan 1 kohta).

Se, onko elinkeinonharjoittajan toteuttama arvostelujen esittäminen sen ilmoittamista, että "tuotearvostelut ovat kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen", määräytyy sen mukaan, miten keskivertokuluttaja kokee asian. Arvosteluja ei välttämättä tarvitse esittää tällä tavoin, vaan myös yleisluonteisemmat viittaukset kuluttaja-, asiakas- tai käyttäjäarvosteluihin voivat johtaa siihen, että keskivertokuluttaja mieltää ne muiden sellaisten kuluttajien antamiksi arvosteluiksi, jotka ovat käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen.

Tarpeellisten kohtuullisten ja oikeasuhteisten toimien arvioinnissa on otettava huomioon muun muassa elinkeinonharjoittajan liiketoimintamalli, sillä verkossa toimiva markkinapaikka, joka esittää omien asiakkaidensa arvosteluja, voi joutua soveltamaan erilaisia toimia kuin erikoistunut arvostelupalvelu, joka vastaanottaa arvosteluja laajemmalla yleisöllä ilman sopimussuhdetta. Myös elinkeinonharjoittajan toiminnan laajuus ja riskitaso olisi otettava huomioon määritettäessä, mikä on kyseisen elinkeinonharjoittajan kannalta kohtuullista ja oikeasuhteista. Esimerkiksi suurten alustojen, joilla on suuri vilpillisen toiminnan riski ja suuremmat resurssit, odotetaan käyttävän merkittävämpiä keinoja kuluttaja-arvosteluihin liittyvien petoksien torjuntaan kuin pienempien elinkeinonharjoittajien.

Arvostelujen alkuperän tarkistamista koskevien toimien olisi kuitenkin oltava oikeasuhteisia myös sillä tavalla, että ne eivät saisi vaikeuttaa arvostelujen julkaisemista kohtuuttomasti ja siten estää kuluttajia, jotka ovat tosiasiallisesti ostaneet tuotteen tai käyttäneet sitä, julkaisemasta arvosteluja.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 47 kappaleessa selitetään, että kohtuullisiin ja oikeasuhteisiin toimiin voisi kuulua "tietojen pyytäminen sen tarkistamiseksi, että kuluttaja on tosiasiallisesti käyttänyt tuotetta tai ostanut sen". Tällainen tieto voisi olla esimerkiksi varausnumero. Muita "kohtuullisia ja oikeasuhteisia toimia" voisivat olla seuraavat:

- Vaaditaan arvostelijoita rekisteröitymään.
- Käytetään teknisiä keinoja sen varmistamiseksi, että arvostelija todella on kuluttaja (esimerkiksi IP-osoitteen tarkistaminen tai sähköpostitodennus).
- Asetetaan arvostelijoille selkeät säännöt, joissa kielletään tekaistut arvostelut ja sponsoroidut arvostelut, joiden ei ole ilmoitettu olevan sellaisia.
- Otetaan käyttöön sellaisia välineitä, joita käytetään vilpillisen toiminnan havaitsemiseksi automaattisesti.
- Varmistetaan, että on olemassa riittävät toimenpiteet ja resurssit epäilyttäviä arvosteluja koskeviin valituksiin vastauksiksi myös silloin, kun elinkeinonharjoittaja, jota arvostelut koskevat, esittää näyttöä siitä, että tuotearvostelut eivät ole kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen.

Sekä käyttäjien että täytäntöönpanoviranomaisten odotetaan elinkeinonharjoittajien 7 artiklan 6 kohdan mukaisesti julkaisemien tietojen ansiosta pystyvän arvioimaan elinkeinonharjoittajan toteuttamia toimia ja vertaamaan niitä alan parhaisiin käytäntöihin, jotka saattavat kehittyä ajan mittaan. Lisäksi on olemassa verkon kuluttaja-arvosteluja koskeva ISO-standardi "Online consumer reviews: Principles and requirements for their collection, moderation and publication" (ISO 20488:2018).

Liitteessä I oleva 23 c kohta

23c. Tekaistujen kuluttaja-arvostelujen tai suosittelujen esittäminen tai tämän antaminen toimeksi muulle oikeushenkilölle tai luonnolliselle henkilölle taikka kuluttaja-arvostelujen tai sosiaalisen median suosittelujen vääristeleminen **tuotteiden myynnin edistämiseksi**.

Uudella 23 c kohdalla katetaan kahdenlaiset sopimattomat kaupalliset menettelyt:

- Ensimmäinen osa on tarkoitettu elinkeinonharjoittajille, jotka esittävät tekaistuja arvosteluja tai suositteluja tai antavat tämän toimeksi muille (esimerkiksi "tykkäys-tehtaat" tai luonnolliset henkilöt), mukaan lukien muilta ostaminen. Se kattaa erityisesti menettelyn, jossa tuotteen ostavat todelliset kuluttajat pestataan ja he saavat korvauksen myönteisistä arvosteluista. Liitteessä I olevan 23 c kohdan tätä osaa sovelletaan sekä elinkeinonharjoittajiin että kuluttajiin, jotka

osallistuvat tällaiseen harhaanjohtavaan toimintaan, jos ne "toimivat elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta". Sitä ei kuitenkaan sovelleta elinkeinonharjoittajiin ja etenkin verkkopalustoihin, jotka säilyttävät kuluttaja-arvosteluja ja antavat niihin pääsyn ilman, että ne osallistuvat niiden julkaisemiseen.

- Toinen osa on tarkoitettu elinkeinonharjoittajille, mukaan lukien verkkopalustat, jotka antavat pääsyn kuluttaja-arvosteluihin tai sosiaalisen median suositteluihin ja vääristelevät niitä esimerkiksi pyytämällä ja asettamalla saataville ainoastaan myönteisiä arvioita ja poistamalla kielteisiä arvosteluja.

Suosittelun käsitettä olisi tulkittava laajasti siten, että se kattaa myös tekaistuihin seuraajiin, reaktioihin ja katsomiskertoihin liittyvät menettelyt.

Ensimmäisen osan tarkoituksena on varmistaa, että kuluttaja-arvostelut **vastaavat todellisten kuluttajien mielipiteitä, havaintoja, uskomuksia tai kokemuksia**. Näin ollen siinä kielletään elinkeinonharjoittajia julkaisemasta tekaistuja arvosteluja tai pyytämästä niiden julkaisemista muilta henkilöiltä, kuten todellisilta kuluttajilta.

Direktiivin (EU) 2019/2161 johdanto-osan 49 kappaleessa annetaan seuraavat esimerkit kielletystä manipuloinnista, jotka koskevat toista osaa, jolla kielletään kuluttaja-arvostelujen tai sosiaalisen median suosittelujen vääristely:

- vain myönteisten arvostelujen julkaiseminen ja kielteisten arvostelujen poistaminen
- kuluttajien suosittelujen linkittäminen sisältöön, joka poikkeaa kuluttajan tarkoittamasta sisällöstä.

Muita esimerkkejä manipuloinnista ovat tilanteet, joissa elinkeinonharjoittaja

- tarjoaa kuluttajille esitetyttä myönteisten arvostelujen malleja
- on yhteydessä kuluttajiin moderointiprosessin aikana kannustaakseen heitä muuttamaan arvosteluaan tai peruuttamaan kielteiset arvostelut
- esittää yhdistetty arvostelut julkistamattomien ja/tai läpinäkyvättömien kriteerien perusteella.

Kuluttaja-arvostelujen vääristelyä koskeva kielto ei rajoita arvosteluja saataville asettavan elinkeinonharjoittajan oikeuksia ja velvollisuuksia torjua tekaistuja kielteisiä arvosteluja osana toimia, joilla varmistetaan, että arvostelut ovat peräisin kuluttajilta, jotka ovat tosiasiallisesti käyttäneet tuotetta tai ostaneet sen.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteeseen I sisältyvissä uusissa säännöksissä kielletään kyseiset käyttäjäarvosteluja koskevat kaupalliset menettelyt kaikissa olosuhteissa. Voidaan kuitenkin todeta, että elinkeinonharjoittajat, jotka asettavat arvosteluja saataville mutta **torjuvat kielteisiä kuluttaja-arvosteluja** ilman perusteltua syytä, voivat myös aiheuttaa sen, että verkkoarvosteluja lukevat keskivertokuluttajat jatkavat elinkeinonharjoittajan palvelujen käyttöä tai, jos kyseessä ovat alustat, päättävät ottaa yhteyttä elinkeinonharjoittajaan, mitä he eivät olisi tehneet, jos olisivat tienneet, että kielteiset arvostelut on poistettu.

Lisäksi elinkeinonharjoittajat, jotka ovat yhteydessä kuluttajiin ja/tai muihin elinkeinonharjoittajiin, jotka asettavat arvosteluja saataville, **estääkseen niitä koskevien kielteisten arvostelujen julkaisemisen tai poistaakseen kielteisiä arvosteluja julkaisemisen jälkeen**, voivat myös saada keskivertokuluttajan (joka ei ole vielä ollut yhteydessä kyseiseen elinkeinonharjoittajaan) valitsemaan kyseisen elinkeinonharjoittajan sellaisen kilpailijan sijasta, joka ei ole käyttänyt tällaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä.

Esimerkki:

Elinkeinonharjoittaja julkaisi hampaidenhoitotuotteidensa "tykkäyksiä" omalla verkkosivustollaan väittäen niitä "taatusti aidoksi asiakasarvosteluiksi" ja linkitti tämän jälkeen "tykkäykset" arvostelusivustolle, jolla myönteisiä asiakasarvosteluja suosittiin suhteessa neutraaleihin tai kielteisiin arvioihin. Kansallinen tuomioistuin katsoi, että elinkeinonharjoittajan menettely, jossa tämä väitti arvosteluja "taatusti aidoksi asiakasarvosteluiksi" oli harhaanjohtavaa.⁽³⁵³⁾

4.2.5. Sosiaalinen media

Sosiaalisen median alustat, kuten Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ja TikTok, antavat käyttäjille mahdollisuuden luoda käyttäjäprofiilin ja viestiä keskenään, minkä lisäksi he voivat jakaa tietoja ja sisältöjä. Sosiaalisen median alustoilla on yhä useammin kaupallisia menettelyjä, jotka voivat olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin ja laajemmin unionin kuluttajaoikeuden kannalta ongelmallisia. Tällaisia menettelyjä ovat muun muassa

- sosiaalisen median alustan tai kolmansien osapuolten harjoittama piilomainonta, mukaan lukien harhaanjohtava vaikuttajamarkkinointi
- kohtuuttomat vakiosopimusehdot
- sosiaalisen median palvelujen esittäminen kuluttajille ilmaisina, vaikka ne perustuvat mainosmalliin, jossa käsitellään suuria määriä henkilötietoja käytön vastikkeeksi

⁽³⁵³⁾ OLG Düsseldorf, 19.2.2013, Az. I – 20 U 55/12.

- ongelmalliset algoritmiset menettelyt, kuten manipuloiva kohdennettu mainonta tai menettelyt, joilla kiinnitetään kuluttajan huomio, jotta he jatkavat palvelun käyttöä (ks. myös 4.2.7 kohta)
- sopimattomat menettelyt, jotka liittyvät alustan sisäisiin ostoihin, kuten virtuaalisiin tavaroihin
- kaupalliset menettelyt, joita kolmannet elinkeinonharjoittajat ovat ottaneet käyttöön sosiaalisen median alustoilla, mukaan lukien huijaukset ja petokset, tekaistut tai harhaanjohtavat käyttäjäarvostelut tai suosittelut, lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset, roskaposti sekä tilausansat.

Joistakin sosiaalisen median alustoista on tullut mainonta-, tuotesijoittelu- ja kuluttaja-arvosteluympäristöjä. Tästä syystä niillä voi olla suurempi **piilomainonnan** riski, sillä kaupalliset elementit sekoittuvat käyttäjien tuottamaan sosiaaliseen ja kulttuuriseen sisältöön. Kuluttajat eivät myöskään ole aina tietoisia siitä, että elinkeinonharjoittajat käyttävät sosiaalista mediaa markkinointitarkoituksiin.

Sosiaalisen median alustoilla on erityyppistä mainontaa, kuten **natiivimainontaa**, jossa kaupallinen sisältö sekoitetaan muuhun kuin kaupalliseen sisältöön ja joka esitetään usein samassa muodossa ja samassa paikassa kuin käyttäjien tuottama sisältö (esimerkiksi käyttäjän henkilökohtaisessa syöteessä). Se on myös käytetympää mobiiliympäristöissä, sillä sisältö saattaa peittää pienemmän näyttöruudun kokonaan. Sisällön kehittävät usein mainostajat, jotka käyttävät mainonta-alustalla saatavilla olevia julkaisuvaihtoehtoja. Toinen yleinen mainonnan muoto on **vaikuttajien** käyttö, jota selitetään tarkemmin seuraavassa kohdassa.

Kaikenlainen kaupallinen viestintä sosiaalisen median alustoilla on julkistettava selkeästi. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohtaan ja liitteessä I olevaan 22 kohtaan sisältyviin piilomainontaa koskeviin kieltoihin voitaisiin vedota sekä sosiaalisen median alustoja että sosiaalisen median alustoja käyttäviä kolmansia osapuolia vastaan. Samanlainen julkistamisvaatimus perustuu sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 6 artiklan a alakohtaan ja audiovisuaalisia mediapalveluja koskevan direktiivin 9, 10 ja 28 b artiklaan. Ehdotetussa digipalvelusäädöksessä ja ehdotetussa digimarkkinasäädöksessä sosiaalisen median alustojen velvoitteita voidaan entisestään tiukentaa verkkomainonnan osalta.

Lisäksi monet sosiaalisen median käyttäjät ovat **lapsia ja nuoria**. Näin ollen sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 3 kohta voi olla merkityksellinen oikeusperusta haavoittuvien kuluttajien suojelemiseksi, ja kaupallisesta viestinnästä ilmoittamisen on oltava todennäköisen kohdeyleisön ymmärrettävissä, kun otetaan huomioon kunkin tapauksen erityiset olosuhteet ja tietyn sosiaalisen median alustan ympäristö. Lisäksi liitteessä I olevassa 28 kohdassa kielletään **lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset** kaupallisessa viestinnässä. Kohdennettu mainonta, jossa keskitytään lapsiin kohderyhmänä, ei näin ollen saa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisesti sisältää suoria kehotuksia ostaa mainostettuja tuotteita. Lisäksi yleisessä tietosuojasetuksessa on erityisiä sääntöjä, jotka koskevat lasten suostumuksen pätevyyttä ja tietojen antamista silloin, kun tietoyhteiskunnan palveluja tarjotaan suoraan lapsille. Kohdennettu mainonta voi myös kuulua yleisen tietosuojasetuksen 22 artiklassa säädettyjen automaattista päätöksentekoa koskevien sääntöjen soveltamisalaan. ⁽³⁵⁴⁾

Vuosina 2016–2019 komissio ja kansalliset viranomaiset saivat **Facebookilta, Twitteriltä ja Google+ltä** sitoumuksia saattaa käytäntönsä unionin kuluttajaoikeuden mukaisiksi. Niissä käsiteltiin käytäntöjä, kuten niiden liiketoimintamallin läpinäkyvyyden puutetta kuluttajien kannalta ja niiden käyttöehtojen ⁽³⁵⁵⁾ erilaisia ehtoja, joihin sisältyi alustan vastuun rajoittaminen tai täydellinen poissulkeminen palvelun suorittamisen ja kaupallisen viestinnän tunnistamisen yhteydessä. EU:n pakollisista kuluttajan oikeuksista luopuminen ja se, että kuluttajilta riistettiin heidän unionin oikeuteen perustuvat oikeutensa lainkäyttöalueen ja sovellettavan lainsäädännön osalta.

4.2.6. Vaikuttajamarkkinointi

Vaikuttajamarkkinoinnilla tarkoitetaan tiettyjen tuotemerkkien tai tuotteiden markkinointia vaikuttajien avulla käyttämällä myönteistä vaikutusta, joka vaikuttajilla todennäköisesti on kuluttajien käsityksiin. Vaikuttajalla tarkoitetaan yleensä **luonnollista henkilöä tai virtuaalista hahmoa** ⁽³⁵⁶⁾, jolla on keskimääräistä suurempi tavoitavuus kyseisellä alustalla. Useimpiin muihin verkkomainonnan muotoihin verrattuna vaikuttajamarkkinoinnissa on vielä vähemmän ominaisuuksia, joiden avulla kuluttajat voivat tunnistaa sisällön olevan kaupallista sisältöä. Vaikka vaikuttaja käyttäisi vastuuvapauslausekkeita kaupallisen viestinnän korostamiseen, keskivertokuluttaja, erityisesti lapset ja nuoret, voi olettaa, että sisältö esitetään ainakin osittain henkilökohtaisena ja muuna kuin kaupallisena suositteluna eikä suorana ja selvästi tunnistettavana mainoksena.

⁽³⁵⁴⁾ Euroopan tietosuojaneuvoston suuntaviivat 8/2020 sosiaalisen median käyttäjiin suunnatusta kohdentamisesta, esimerkki 8 ja 85–88 kohta. Suuntaviivat ovat saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf

⁽³⁵⁵⁾ Lehdistötiedote 9. huhtikuuta 2019, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_19_2048; lehdistötiedote 15. helmikuuta 2018, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_18_761; lehdistötiedote 17. maaliskuuta 2017, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_17_631

⁽³⁵⁶⁾ Digitaalinen hahmo, joka on elinkeinonharjoittajan tai elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta toimivan henkilön vastuulla.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovellettaessa vaikuttajaa pidetään elinkeinonharjoittajana tai vaihtoehtoisesti elinkeinonharjoittajan nimissä tai puolesta toimivana henkilönä. Henkilöt, jotka toteuttavat usein kuluttajille suunnattuja myynninedistämistoimia sosiaalisen median tileillään, katsotaan todennäköisesti elinkeinonharjoittajiksi niiden seuraajakunnan koosta riippumatta. Elinkeinonharjoittajan käsitettä koskevassa 2.2 kohdassa on esimerkkejä teki-joistä, jotka on otettava huomioon tässä määrittelyssä. Kaupallisen viestinnän selkeyttä koskevat velvoitteet koskevat elinkeinonharjoittajia riippumatta siitä, ovatko ne tuotteiden toimittajia. ⁽³⁵⁷⁾

Se, että vaikuttajan sisältöön tai menettelyyn sisältyvää kaupallista elementtiä ei ilmoiteta selvästi, voi olla **6 ja 7 artiklassa** tarkoitettu harhaanjohtava menettely, kuten myös muiden piilomarkkinoinnin muotojen tapauksessa. Vaikuttajan suositte-
lut kattavat erilaisia menettelyjä, kuten maksetut julkaisut, kumppanuussisältö (vaikuttaja esimerkiksi jakaa yleisölleen alennuskoodin tai linkin palkkiota vastaan), uudelleentwiittaukset tai kauppiaan tai tuotemerkin taggaaminen. Direktiivin **7 artiklan 2 kohdan** mukaisesti kaikesta kaupallisesta viestinnästä on ilmoitettava selvästi, ellei se ilmene asiayhteydestä. Sen lisäksi, että sovelletaan 6 ja 7 artiklaa, joita sovelletaan kaikkeen vaikuttajamarkkinointiin, liitteessä I olevassa **11 kohdassa** kielletään menettelyt, joista ei käy selvästi ilmi, että elinkeinonharjoittaja on maksanut tuotteen myynnin edistämistä toimituksellisessa sisällössä. Toimituksellisen sisällön käsitettä olisi tulkittava laajasti siten, että se kattaa joissain tapauksissa myös **vaikuttajan tuottaman tai sosiaalisen median alustoilla julkaiseman sisällön**. Unionin tuomioistuimien vahvisti asiassa Peek & Cloppenburg antamassaan tuomiossa ⁽³⁵⁸⁾, että 11 kohtaa on tulkittava tavalla, joka vastaa journalistisen käytännön ja mainoskäytännön todellisuutta. Asia koski maksun käsitteen tulkintaa, jota selitetään tarkemmin jäljempänä. Kiellon tehokkuuden varmistamisen osalta unionin tuomioistuin korosti sen tärkeyttä, että ”internetissä tapahtuvasta piilomainonnasta, joka tehdään sosiaalisissa verkoissa, forumeissa tai blogeissa jaettavien kommenttien kautta, jotka vaikuttavat olevan peräisin kuluttajilta itseltään, vaikka kyse on todellisuudessa mainosviesteistä tai kaupallisista viesteistä, jotka ovat suoraan tai välillisesti taloudellisten toimijoiden luomia tai rahoittamia, ja se korosti tällaisten menettelyjen haitallisia vaikutuksia kuluttajien luottamukseen”. ⁽³⁵⁹⁾ Lisäksi se, että kyseinen vaikuttaja ei ole antanut tietoja asianmukaisesti, lisää riskiä rikkoa liitteessä I olevaa **22 kohtaa**, jossa kielletään vilpillinen esiintyminen kuluttajana.

Kaupallisesta elementistä ilmoittamisen on oltava selkeää ja asianmukaista, ja siinä on otettava huomioon viestintäväline, jossa markkinointi toteutetaan, mukaan lukien **asiayhteys, sijoitus, ajoitus, kesto, kieli, kohdeyleisö ja muut näkökohdat**. Ilmoituksen on oltava riittävän näkyvä, jotta sisällön vastaanottavalle keskivertokuluttajalle tai haavoittuvalle kuluttajalle voidaan antaa riittävät tiedot. Ilmoitusta ei esimerkiksi voida pitää riittävänä, jos kaupallista viestintää koskevat tiedot eivät ole näkyvästi esillä (esimerkiksi aihetunnisteet pitkän vastuuvapauslausekkeen lopussa tai pelkkä elinkeinonharjoittajan taggaaminen) tai jos kuluttajan on ryhdyttävä lisätoimiin (esimerkiksi napsautettava lue lisää -painiketta). ⁽³⁶⁰⁾

On myös tarpeen **merkitä jokainen kaupallinen viesti erikseen**, kun se tavoittaa kuluttajat, vaikka vaikuttaja olisikin mukana laajemmassa suositte-
lujärjestelyssä elinkeinonharjoittajan tai tuotemerkin kanssa.

Kaupallisen elementin katsotaan olevan olemassa aina, kun vaikuttaja saa **suositte-
lusta jonkinlaista vastiketta**, kuten maksuja, alennuksia, kumppanuusjärjestelyjä, prosenttiosuuden kumppanuuslinkeistä, ilmaisia tuotteita (mukaan lukien tilaamattomat lahjat), matkoja tai tapahtumakutsuja. Sopimuksen ja rahallisen maksun olemassaolo ei ole välttämätöntä näiden sääntöjen soveltamisen aloittamiseksi. Unionin tuomioistuin vahvisti asiassa Peek & Cloppenburg antamassaan tuomiossa, että elinkeinonharjoittaja on maksanut toimituksellisesta sisällöstä myös silloin, kun maksu ei ole rahallinen. Se katsoi, että on oltava olemassa rahanarvoinen vastike ja että kyseisen elinkeinonharjoittajan suorittaman maksun ja kyseisen sisällön välillä on oltava selkeä yhteys. Erityisellä maksutavalla ei kuitenkaan ole merkitystä kuluttajansuojan kannalta. Vastikkeen katsottiin olevan olemassa esimerkiksi silloin, kun elinkeinonharjoittaja asettaa maksutta saataville tekijänoikeudella suojattuja kuvia, joissa näkyvät elinkeinonharjoittajan liiketilat ja tuotteet, joita se tarjoaa myyntiin. Unionin tuomioistuin totesi myös, ettei ole olemassa maksun vähimmäismäärää tai kyseisen maksun osuutta asiaankuuluvan mainoskampanjan kokonaiskustannuksia koskevaa vaatimusta. ⁽³⁶¹⁾

Tapauksen olosuhteista riippuen **rikkomuksen voidaan katsoa johtuvan sekä vaikuttajasta että siitä elinkeinonharjoittajasta tai tuotemerkestä**, joka on käyttänyt vaikuttajaa ja joka hyötyy suositte-
lusta. Se, että elinkeinonharjoittajalla on **toimituksellinen vastuu**, ei ole tarpeen näiden sääntöjen soveltamisen aloittamiseksi, mutta sitä voitaisiin käyttää tekijänä määritettäessä sen vastuuta. Elinkeinonharjoittaja tai tuotemerkki on vastuussa edellä mainittujen säännösten rikkomisesta ja erityisesti **5 artiklan** mukaisen huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksen rikkomisesta. Jollei tapauksen olosuhteiden arvioinnista muuta johdu, tällaista vastuuta ei todennäköisesti ole tilanteessa, jossa vaikuttajalla ei ole mitään yhteyksiä elinkeinonharjoittajaan tai tuotemerkkiin (eli hän esittää harhaanjohtavasti toimivansa elinkeinonharjoittajan puolesta). Vaikuttaja olisi vastuussa omien sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisten velvoitteidensa noudattamisesta edellyttäen, että sitä voidaan pitää elinkeinonharjoittajana, kuten edellä on selitetty.

⁽³⁵⁷⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 30.3.2017, asia C-146/16, Verband Sozialer Wettbewerb, 31 kohta.

⁽³⁵⁸⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 2.9.2021, asia C-371/20, Peek & Cloppenburg, 41 ja 42 kohta.

⁽³⁵⁹⁾ Ks. edellinen alaviite, 43 kohta.

⁽³⁶⁰⁾ Kansalliset mainonnan itsesääntelyelimet ovat esimerkiksi antaneet itsesääntelyä koskevaa lisäohjeistusta erityisistä näkökohdista ja vaikuttajamarkkinointiin liittyviä vastikkeitä koskevia esimerkkejä.

⁽³⁶¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 2.9.2021, asia C-371/20, Peek & Cloppenburg, 41, 46 ja 47 kohta.

Esimerkkejä:

Elinkeinonharjoittaja uudelleenjulkaisi sellaisten vaikuttajien sosiaalisen median julkaisuja, jotka mainostivat sen tuotteita vastiketta vastaan mutta jotka eivät luokitelleet julkaisujaan kaupalliseksi viestinnäksi. Kansallinen tuomioistuin katsoi elinkeinonharjoittajan olevan vastuussa siitä, ettei se toteuttanut kuluttajaoikeuden noudattamisen edellyttämiä toimenpiteitä, kuten avoimuuden takaamista, vaikuttajien valistamista ja valvontamekanismeja rikkomusten lopettamiseksi. ⁽³⁶²⁾

Jos vaikuttaja suosittelee **omia tuotteitaan tai omaa yritystään**, sovelletaan samoja sääntöjä. Tällaisissa tapauksissa on aina ilmoitettava viestinnän kaupallinen tarkoitus, erityisesti kun otetaan huomioon liitteessä I oleva **22 kohta**, jossa kielletään perättömän väitteen esittäminen tai perättömän vaikutelman luominen siitä, että elinkeinonharjoittaja ei toimi tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino- tai ammattitoimintaansa, tai esiintyminen vilpillisesti kuluttajana. Asianmukainen ilmoittaminen on tarpeen myös silloin, kun vaikuttajat suosittelevat merkkejä tai tuotteita, jotka liittyvät näkyvästi heihin esimerkiksi siten, että niissä on vaikuttajan nimi tai kasvot.

Esimerkkejä:

Instagramissa toimiva vaikuttaja mainosti sellaisen yrityksen tuotteita, jonka toimitusjohtaja, pääosakas ja hallituksen ainoa jäsen hän oli. Tuomioistuin katsoi, että Instagram-julkaisut olivat harhaanjohtavia, sillä kaupallinen tarkoitus oli epäselvä keskivertokuluttajalle. Eräessä julkaisussa, jossa mainostettiin kalaöljyä, esitettiin epäsuoria väittämiä immuunitoiminnan vahvistamisesta ja siten covid-19-taudilta suojautumisesta. Koska tällaisten väittämien tueksi ei esitetty näyttöä, julkaisun katsottiin olevan sekä harhaanjohtava että aggressiivinen. ⁽³⁶³⁾

Kun lisäksi otetaan huomioon, että vaikuttajan suhde yleisöön perustuu usein luottamukseen ja henkilökohtaiseen yhteyteen, vaikuttajan käyttäytyminen voisi joissakin tapauksissa olla aggressiivinen kaupallinen menettely, joka perustuu **8–9 artiklassa** kiellettyyn sopimattomaan vaikuttamiseen. Tämä on erityisen oleellista silloin, kun vaikuttajan pääasialliseen kohderyhmään kuuluu haavoittuvia kuluttajia, kuten lapsia ja nuoria. Lisäksi liitteessä I olevassa **28 kohdassa** kielletään lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset kaikissa olosuhteissa.

Vaikuttajien ja tuotemerkkien velvoitteiden lisäksi myynninedistämistoimiin käytettävään **verkkoalustaan** sovelletaan sen omia sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisia huolellisen ammatinharjoittamisen velvoitteita, kuten edellisissä kohdissa on todettu. Tähän sisältyy velvoite toteuttaa asianmukaisia toimenpiteitä, jotta kolmannet elinkeinonharjoittajat voivat täyttää unionin oikeuden mukaiset velvoitteensa, esimerkiksi **erityisten ja asianmukaisten julkistamisvälineiden tarjoaminen alustan rajapinnassa**. ⁽³⁶⁴⁾

4.2.7. Datavetoiset menettelyt ja dark pattern -tekniikat

Digitaaliselle ympäristölle on yhä enenevässä määrin ominaista se, että **tuotetaan, kerätään ja hallitaan valtavia määriä kuluttajia koskevia tietoja**, jotka voidaan yhdistää algoritmien ja tekoälyn avulla siten, että tiedot muutetaan kaupallisiin tarkoituksiin käyttökelpoiseksi tiedoksi. Nämä tiedot voivat muun muassa antaa arvokasta tietoa sosiodemografisista ominaisuuksista, kuten iästä, sukupuolesta tai taloudellisesta tilanteesta, sekä henkilökohtaisista tai psykologisista ominaisuuksista, kuten kiinnostuksen kohteista, mieltymyksistä, psykologisesta profiilista ja mielialasta. Näin elinkeinonharjoittajat saavat lisätietoja kuluttajista, myös heidän haavoittuvuuksistaan.

Elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisen suhteen datavetoisiin yksilöimismenettelyihin sisältyvät muun muassa mainonnan yksilöinti, suosittelevajärjestelmät, hinnoittelu ja tarjousten järjestys hakutuloksissa. **Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin periaatteisiin perustuvia säännöksiä ja kieltoja voidaan käyttää sopimattomiin datavetoisiin elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisiin kaupallisiin menettelyihin puuttumiseksi** EU:n oikeudellisen kehyksen muiden välineiden, kuten sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin, yleisen tietosuojasetuksen tai verkkopalustoihin sovellettavan alakohtaisen lainsäädännön, lisäksi. Tietosuojaviranomaisten voimassa olevat päätökset, jotka koskevat elinkeinonharjoittajan tietosuojasääntöjen noudattamista tai noudattamatta jättämistä, olisi otettava huomioon arvioitaessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisen menettelyn yleistä sopivuutta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi kattaa mainonta- ja myyntivaiheet ja sopimuksen toteuttamisvaiheen, mukaan lukien suostumus henkilötietojen käsittelyyn ja henkilötietojen käyttöön yksilöidyn sisällön toimittamiseksi sekä sopimussuhteen päättäminen. Lisäksi direktiivin soveltamisala on laaja, ja se kattaa kaikki elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliset kaupalliset menettelyt, eikä se edellytä sopimussuhteen olemassaoloa tai tuotteen ostamista. Direktiivin

⁽³⁶²⁾ Norjan markkinaneuvosto, MR-2021-349: Sports Nutrition AS.

⁽³⁶³⁾ Stockholms Tingsrätt Patent- och marknadsdomstolen, Mål nr PMT 5929-20, 10. joulukuuta 2020.

⁽³⁶⁴⁾ Ks. myös direktiivin 2010/13/EU (audiovisuaalisia mediapalveluja koskeva direktiivi) 28 b artiklan 3 kohdan c alakohtaan sisältyvä videonjakoalustoja koskeva velvoite.

soveltamisalaan kuuluvat esimerkiksi sellaiset kaupalliset menettelyt kuin kuluttajan huomion kiinnittäminen, joka johtaa kaupallisiin ratkaisuihin, kuten **palvelun käytön jatkamiseen** (esimerkiksi syötteen selaaminen), **mainossisällön katse- luun** tai **linkin napsauttamiseen**.

Kuluttajien houkutteleva käyttäminen elinkeinonharjoittajan sisältöä on olennainen osa kaupallisia menettelyjä ja erityisesti mainontaa sekä verkossa että sen ulkopuolella. Digitaalinen ympäristö antaa kuitenkin elinkeinonharjoittajille mahdollisuuden käyttää menettelyjään tehokkaammin kuluttajietojen perusteella, hyvin skaalautuvasti ja jopa dynaamisesti reaaliajassa. Elinkeinonharjoittajat voivat kehittää **yksilöityä houkuttelumenettelyä**, sillä niillä on paljon tietoa, joka perustuu kuluttajien käyttäytymistä ja mieltymyksiä koskeviin yhdistettyihin tietoihin, joita ne saavat esimerkiksi yhdistämällä eri lähteistä saatavia tietoja. Elinkeinonharjoittajilla voi myös olla mahdollisuus tehdä mukautuksia käyttäjänsä tehokkuuden parantamiseksi, sillä ne testaavat jatkuvasti menettelyjensä vaikutuksia kuluttajiin ja saavat näin enemmän tietoa heidän käyttäytymisestään (esimerkiksi A/B-testauksen avulla). Lisäksi tällaisia menettelyjä voidaan usein käyttää ilman, että kuluttaja on siitä täysin tietoinen. Näiden tekijöiden olemassaolo ja niiden läpinäkyvyyttä erottavat erittäin vakuuttavat mainonta- tai myyntitekniikat sellaisista kaupallisista menettelyistä, jotka **voivat olla manipuloivia** ja siten kuluttajaoikeuden nojalla sopimattomia. Lisäksi ne saattavat rikkoa yleisen tietosuoja-asetuksen tai sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin mukaisia läpinäkyvyyttä koskevia velvoitteita.

Kaikki elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien väliset menettelyt, jotka vääristävät olennaisesti tai ovat omiaan vääristämään olennaisesti keskivertokuluttajan tai haavoittuvan kuluttajan taloudellista käyttäytymistä, saattavat tapauksen erityisistä olosuhteista riippuen rikkoa elinkeinonharjoittajan **huolellista ammatinharjoittamista** koskevia vaatimuksia (5 artikla) tai olla **harhaanjohtavia menettelyjä** (6–7 artikla) tai **aggressiivisia menettelyjä** (8–9 artikla).

Tässä arvioinnissa mittapuuna käytetyn **keskivertokuluttajan tai haavoittuvan kuluttajan** määritelmää voidaan muokata kohderyhmään, ja jos menettely on erittäin yksilöity, se voidaan jopa muotoilla sellaisen **yksittäisen henkilön näkökulmasta**, johon tiettyä yksilöintiä on sovellettu.

Tällaisilla menettelyillä voi myös olla merkittävämpi vaikutus **haavoittuviin kuluttajiin**. Kuten 2.6 kohdassa selitetään, 5 artiklan 3 kohdassa tarkoitetut haavoittuvuutta määrittävät ominaisuudet ovat suuntaa-antavia eivätkä tyhjentäviä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukainen alttiuden käsite on **dynaaminen ja tilannekohtainen**, mikä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kuluttaja voi olla haavoittuvassa asemassa yhdessä mutta ei muissa tilanteissa. Tietty kuluttajat saattavat esimerkiksi olla erityisen alttiita yksilöidylle houkuttelumenettelyille digitaalisessa ympäristössä, mutta vähemmän alttiita menettelyille fyysisissä liiketiloissa ja muissa verkon ulkopuolisissa ympäristöissä.

Tiettyjen kuluttajien tai tietyn kuluttajaryhmän haavoittuvuutta koskevien tietojen käyttäminen kaupallisiin tarkoituksiin todennäköisesti vaikuttaa kuluttajien kaupalliseen ratkaisuun. Tapauksen olosuhteista riippuen tällaiset menettelyt voivat olla eräänlaista manipulointia, jossa **elinkeinonharjoittaja käyttää sopimatonta vaikuttamista kuluttajaan, mikä johtaa** sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **8 ja 9 artiklassa kiellettyyn aggressiiviseen kaupalliseen menettelyyn**. Arvioitaessa sopimattoman vaikuttamisen olemassaoloa 9 artiklan c alakohdan mukaisesti olisi otettava huomioon sellaisten elinkeinonharjoittajan tiedossa olevien erityisten vastoinikäymisten tai seikkojen hyväksikäyttö, jotka ovat niin vakavia, että ne heikentävät kuluttajan arvostelukykyä.

Lisäksi jos menettely **kohdistuu lapsiin, liitteessä I oleva 28 kohta** on erityisen merkityksellinen, sillä siinä **kielletään lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset**. Lapsiin suunnatun kohdistamisen mahdolliset haittavaikutukset edellyttävät myös erityistä suojaa yleisen tietosuoja-asetuksen nojalla. ⁽³⁶⁵⁾

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittaja tunnistaa, että teini-ikäinen on haavoittuvassa asemassa yksityiselämänsä tapahtumien vuoksi. Näitä tietoja käytetään myöhemmin siihen, että teini-ikäiselle suunnataan tiettyä ajankohtana tunteisiin perustuvia mainoksia.
- Elinkeinonharjoittaja on tietoinen kuluttajan rahoituspalveluihin liittyvästä menneisyydestä ja siitä, että luottolaitos on kieltänyt ne maksukyvyttömyyden vuoksi. Tämän jälkeen kuluttaja saa luottolaitokselta erityisiä tarjouksia, joiden tarkoituksena on hyödyntää kuluttajan taloudellista tilannetta.
- Elinkeinonharjoittaja on tietoinen kuluttajan ostohistoriasta uhkapelien ja videopelin sattumanvaraisen sisällön osalta. Kuluttajaan kohdistetaan myöhemmin yksilöityä kaupallista viestintää, joka sisältää samankaltaisia elementtejä ja jonka tarkoituksena on hyödyntää kuluttajan suurempaa todennäköisyyttä sitoutua tällaisiin tuotteisiin.

⁽³⁶⁵⁾ Ks. Euroopan tietosuojaneuvoston suuntaviivat 8/2020 sosiaalisen median käyttäjiin suunnatusta kohdentamisesta. Suuntaviivat ovat saatavilla osoitteessa https://edpb.europa.eu/system/files/2021-04/edpb_guidelines_082020_on_the_targeting_of_social_media_users_en.pdf. Ks. myös 29 artiklan mukaisen tietosuojatyöryhmän automatisoiduista yksittäispäätöksistä ja profiloinnista asetuksen (EU) 2016/679 täytäntöön panemiseksi annettujen suuntaviivojen lapsia ja profilointia koskeva V luku. Suuntaviivat ovat saatavilla osoitteessa <https://ec.europa.eu/newsroom/article29/items/612053>

Manipuloivien menettelyjen luokassa käytetään käsitettä ”**dark pattern**” viittaamaan sellaiseen pahantahtoiseen nudge-toimintatapaan, joka on yleensä sisällytetty digitaalisiin suunnittelurajapintoihin. Dark pattern -tekniikat voivat olla datavetoisia ja yksilöityjä, tai niitä voidaan soveltaa yleisemmin siten, että käytetään heuristiikkaa ja käyttäytymisen vinoumia, kuten oletusvaikutuksia tai niukkuusvinoumia ⁽³⁶⁶⁾.

Käsiteellä ’dark pattern’ ei ole direktiivin mukaista oikeudellista määritelmää. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan kaikkiin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin, jotka täyttävät direktiivin aineellisen soveltamisalan vaatimukset, niiden luokittelusta riippumatta. Jos dark pattern -tekniikoita sovelletaan elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisissä kaupallisissa suhteissa, direktiiviä voidaan käyttää tällaisten menettelyjen sopivuuden kyseenalaistamiseen muiden EU:n oikeudellisen kehityksen välineiden, kuten yleisen tietosuojasetuksen, lisäksi.

Kuten edellä on selitetty, kaikki manipuloivat menettelyt, jotka vääristävät olennaisesti tai ovat omiaan vääristämään olennaisesti keskivertokuluttajan tai haavoittuvan kuluttajan taloudellista käyttäytymistä, saattavat tietystä sovelletusta dark pattern -tekniikasta riippuen rikkoa elinkeinonharjoittajan **huolellista ammatinharjoittamista** koskevia vaatimuksia (5 artikla) tai olla **harhaanjohtavia menettelyjä** (6–7 artikla) tai **aggressiivisia menettelyjä** (8–9 artikla). Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä **ei edellytetä aikomusta** ottaa käyttöön dark pattern -tekniikoita. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan mukainen huolellista ammatinharjoittamista koskeva vaatimus voi sisältää rajapintojen suunnittelun osalta periaatteita, jotka perustuvat eettistä suunnittelua koskeviin kansainvälisiin standardeihin ja käytännesääntöihin. Yleisenä periaatteena on, että elinkeinonharjoittajien olisi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan mukaisen huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten mukaisesti toteutettava asianmukaiset toimenpiteet sen varmistamiseksi, että **niiden rajapinnan suunnittelu** ei vääristä kuluttajien kaupallisia ratkaisuja.

Manipuloiviin menettelyihin voivat sisältyä tärkeiden tietojen **visuaalinen peittäminen** tai niiden järjesteleminen tietyn vaihtoehdon suosimiseksi (esimerkiksi yksi painike on hyvin näkyvissä, mutta toinen on piilossa; yksi polku on hyvin pitkä, toinen on toinen lyhyempi) ja kuluttajaa hämmentävä **monitulkintaisten kysymysten ja monitulkintaisen kielen** (esimerkiksi kaksinkertaisten kieltojen käyttö). Tällaisia menettelyjä pidetään todennäköisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan mukaisina harhaanjohtavina toimina tai sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan mukaisina harhaanjohtavina mainitsematta jättämisinä, sille niillä annetaan tietoa käsittämättömällä tai moniselitteisellä tavalla. Lisäksi tunteiden käyttäminen ohjaamaan käyttäjiä pois tietyn valinnan tekemisestä (esimerkiksi saamalla kuluttaja tuntemaan syyllisyyttä kieltäytymisestä [confirmshaming]) voi olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8 artiklassa tarkoitettu aggressiivinen menettely, sillä kuluttajan päätöksentekoa heikennetään sopimattoman vaikutuksen keinoin.

Esimerkkejä:

Verkossa toimivan markkinapaikan tilausprosessin aikana kuluttajaa pyydetään useita kertoja valitsemaan ”kyllä” ja ”ei”: ”Haluatko, että keromme sinulle vastaavista tarjouksista? Haluatko tilata uutiskirjeen? Voimmeko käyttää tietojasi tarjouksemme yksilöimiseen?” Napsautussarjan puolivälissä painikkeet ”kyllä” ja ”ei” käännetään tarkoituksellisesti päinvastaisiksi. Kuluttaja on napsauttanut ”ei” useita kertoja, mutta nyt hän napsauttaa ”kyllä” ja tilaa vahingossa uutiskirjeen.

Rajapinnan oletusasetukset vaikuttavat merkittävästi keskivertokuluttajan kaupalliseen ratkaisuun. Elinkeinonharjoittajat voivat paitsi vaikuttaa kuluttajiin, jotta nämä ryhtyisivät tiettyihin toimiin, myös ryhtyä erityisiin toimiin heidän sijastaan esimerkiksi käyttämällä **ennalta rastitettuja ruutuja**, mukaan lukien lisäpalveluista veloittaminen, mikä on kielletty kuluttajanoikeusdirektiivin 22 artiklassa. Tällaiset menettelyt voivat myös rikkoa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sekä tietosuojaa ja yksityisyyttä koskevia sääntöjä. ⁽³⁶⁷⁾

Tiettyjä menettelyjä, joita usein pidetään dark pattern -tekniikoina, on jo nimenomaisesti kielletty kaikissa olosuhteissa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I:

- Niin kutsutut **täkymyyntimenettelyt**, joihin kuuluu tuotteiden tarjoaminen tiettyyn hintaan ilman, että ilmoitetaan kohtuullisista syistä, joiden vuoksi tuotetta ei pystytä toimittamaan, tai tuotteen tarjoaminen ja sen jälkeen kieltäytyminen ottamasta sitä koskevia tilauksia vastaan tai toimittamasta sitä kohtuullisessa ajassa siten, että tarkoituksena on edistää sen sijaan toisen tuotteen myyntiä (liitteessä I olevat 5 ja 6 kohta);
- Kiireellisuuden luominen ilmoittamalla perättömästi, että tuote on saatavilla vain hyvin rajoitetun ajan tai että se on saatavilla tietyillä ehdoilla vain hyvin rajoitetun ajan (liitteessä I oleva 7 kohta). Tähän sisältyvät esimerkiksi verkkosivustojen **tekaistut ajastimet** ja **rajallista saatavuutta koskevat väittämät**;
- **Sellaisten virheellisten tietojen antaminen, jotka koskevat markkinatilannetta tai mahdollisuutta löytää tuote** ja joiden tarkoituksena on saada kuluttaja hankkimaan tuote huonommilla edellytyksillä (liitteessä I oleva 18 kohta);

⁽³⁶⁶⁾ Oletusvaikutuksella tarkoitetaan yksilöiden taipumusta pitäytyä inertiaan vuoksi vaihtoehdoissa, jotka heille on annettu oletusarvoisesti. Niukkuusvinoumalla tarkoitetaan yksilöiden taipumusta pitää sellaisia asioita arvokkaampina, joita on vähemmän.

⁽³⁶⁷⁾ Esimerkiksi ennalta rastitetut ruudut, joilla väitettävästi suostutaan henkilötietojen käsittelyyn, eivät ole sallittuja yleisen tietosuojasetuksen nojalla. Sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivissä edellytetään vastaavasti loppukäyttäjien suostumusta evästeiden ja muiden tunnistetietojen tallentamiseksi päätelaitteelle, paitsi hyvin erityisissä olosuhteissa. Lisäksi jos suostumus on annettu, sen peruuttamisen on oltava yhtä helppoa kuin sen antamisen.

- Sellaisen väitteen esittäminen, jonka mukaan kuluttaja on **voittanut palkinnon**, ilman että ilmoitettu tai kohtuullinen vastaava palkinto annetaan (liitteessä I olevat 19 ja 31 kohta) tai tuotteen kuvaaminen virheellisesti ”**ilmaiseksi**” (liitteessä I oleva 20 kohta);
- Toistuvien keskeytysten tekeminen tavanomaisen vuorovaikutuksen aikana, jotta kuluttaja saataisiin tekemään tai hyväksymään jotain (eli **ruinaaminen**), voi olla sinnikäs ja ei-toivottu myyntiyhteydenotto (liitteessä I oleva 26 kohta). ⁽³⁶⁸⁾

Lisäksi dark pattern -tekniikoiksi katsotaan myös erilaiset harhaanjohtavat menettelyt, jotka rikkovat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklaa, kuten **harhaanjohtavat ilmaiset kokeilut ja tilausansat**, joita käsitellään tarkemmin 2.9.6 kohdassa. Suunnitellessaan rajapintojaan elinkeinonharjoittajien olisi noudatettava periaatetta, jonka mukaan **palvelun tilauksen lopettamisen olisi oltava yhtä helppoa kuin palvelun tilaaminen**. Tilauksen lopettamisessa voitaisiin käyttää samoja menetelmiä, joita on aiemmin käytetty palvelun tilaamisessa, tai erilaisia menetelmiä, kunhan kuluttajille esitetään selkeitä ja vapaita vaihtoehtoja, jotka ovat oikeassa suhteessa päätöksiin, joita heitä pyydetään tekemään.

Esimerkkejä:

Lopettaakseen digitaalisen palvelun tilauksen kuluttaja joutuu toteuttamaan lukuisia epäintuitiivisia vaiheita päästäkseen peruutuslinkkiin. Näitä vaiheita ovat muun muassa ”confirmshaming”, jossa kuluttajaa kehoitetaan ilman perusteltua syytä harkitsemaan valintaansa uudelleen tunteellisilla viesteillä useita kertoja (”Olemme surullisia, että lähdet” ja ”Tässä ovat ne edut, jotka menetät”) ja ”visuaalinen häirintä”, kuten silmiinpistävät kuvat, joissa kannustetaan käyttäjää jatkamaan tilausta sen lopettamisen sijaan. ⁽³⁶⁹⁾ Tällaiset menettelyt voivat olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan ja 9 artiklan d alakohdan vastaisia.

4.2.8. Hinnoittelukäytännöt

Hinnan pilkkominen kattaa tilanteet, joissa elinkeinonharjoittajat lisäävät kustannuksia ostoprosessin aikana esimerkiksi lisäämällä maksuja, jotka ovat väistämättömiä ja jotka olisi pitänyt sisällyttää hintaan alusta alkaen, tai muutoin mieltävaltaisesti korottamalla lopullista hintaa. Tämä voi saada kuluttajat tekemään kaupallisia ratkaisuja, joita he eivät olisi tehneet, jos koko hinta olisi ilmoitettu ensimmäisessä ostokehottuksessa. Tällainen menettely voi näin ollen olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen harhaanjohtava toimi tai mainitsematta jättäminen.

Dynaamisella hinnoittelulla (jota kutsutaan myös reaaliaikaiseksi hinnoitteluksi) tarkoitetaan tuotteen hinnan muuttamista hyvin joustavasti ja nopeasti markkinoiden kysynnän mukaan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla elinkeinonharjoittajat voivat vapaasti määrittää tuotteidensa hinnat, kunhan ne antavat kuluttajille riittävät tiedot kokonaiskustannuksista ja niiden laskentatavasta, ellei tuotteen luonteesta johtuen hintaa voida kohtuudella laskea etukäteen (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohta ja 7 artiklan 4 kohdan c alakohta). Joissain tilanteissa dynaamisen hinnoittelumenettelyt voivat kuitenkin täyttää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä annetun ’sopimattoman’ määritelmän.

Esimerkki:

Dynaamista hinnoittelukäytäntöä, jossa elinkeinonharjoittaja nostaa tuotteen hintaa varausprosessin aikana, erityisesti sen jälkeen, kun kuluttaja on asettanut sen digitaaliseen ostoskoriinsa tai siirtynyt maksamaan, antamatta kuluttajalle kohtuullisesti aikaa saattaa liiketoimi päätökseen, voidaan pitää huolellisen ammatinharjoittamisen vastaisena tai aggressiivisena menettelynä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8 ja 9 artiklan mukaisesti.

Hintasyrjintää on se, että elinkeinonharjoittaja perii samoista tavaroista tai palveluista eri hintoja eri kuluttajilta tai kuluttajaryhmiltä. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä ei sinänsä kielletä elinkeinonharjoittajia harjoittamasta hintasyrjintää, kunhan ne ilmoittavat kuluttajalle asianmukaisesti kokonaishinnasta tai sen laskentatavasta. Hintasyrjintä voidaan kuitenkin kieltää muilla säännöillä.

Palveludirektiivi ⁽³⁷⁰⁾ sisältää erityisesti kansallisuuteen ja asuinpaikkaan perustuvan hintasyrjinnän yleisen kiellon. Palveludirektiivin 20 artiklassa säädetään, että ”*palvelun käytön yleiset edellytykset, jotka palveluntarjoaja saattaa yleiseen tietoon*”, eivät

⁽³⁶⁸⁾ Ks. myös vireillä oleva asia C-102/20, StWL Städtische Werke Lauf a.d. Pegnitz, jossa todennäköisesti selvennetään tämän kiellon soveltamista sähköpostikansiossa näkyvään mainontaan.

⁽³⁶⁹⁾ Forbrukerrådet, You can log out, but you can never leave, 14. tammikuuta 2021.

⁽³⁷⁰⁾ Direktiivi 2006/123/EY.

saa sisältää ”vastaanottajan kansallisuuteen tai asuinpaikkaan perustuvia syrjiviä ehtoja”. Tämän direktiivin 20 artiklassa ei kuitenkaan suljeta pois ”mahdollisuutta vahvistaa objektiivisin perustein suoraan perusteltavissa olevia erilaisia käytön edellytyksiä”.

Lisäksi loppuasiakkaan kansallisuuteen tai asuinpaikkaan tai liikenteenharjoittajien tai lipunmyyjien unionissa sijaitsevaan sijoittautumispaikkaan perustuva suora tai epäsuora hintasyrjintä kielletään nimenomaisesti useissa alakohtaisissa EU:n säädöksissä. Tämä koskee lento-⁽³⁷¹⁾, meri-⁽³⁷²⁾, rautatie-⁽³⁷³⁾ ja linja-autoliikennettä⁽³⁷⁴⁾.

Hintasyrjintä voi ilmetä **yksilöitynä hinnoitteluna**, joka perustuu verkossa tapahtuvaan seurantaan ja kuluttajan käyttämisen profilointiin.⁽³⁷⁵⁾

Esimerkki:

Kuluttaja, joka luokitellaan sellaiseksi, että hänellä on ”suurempi ostovoima”, voidaan tunnistaa joko tietokoneen IP-osoitteen avulla tai muilla keinoin, kuluttajan vieraillessa elinkeinonharjoittajan verkkosivustolla kotitietokoneeltaan. Tälle kuluttajalle tarjottavat hinnat voivat olla esimerkiksi keskimäärin kymmenen prosenttia korkeammat kuin uudelle kuluttajalle tai ”pienemmän ostovoiman” kuluttajaksi luokitellulle kuluttajalle tarjottavat hinnat.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä ei estetä elinkeinonharjoittajia yksilöimästä hintojaan verkossa tapahtuvan seurannan ja profiloinnin perusteella. **Kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklan 1 kohdan e a alakohdassa**, joka on lisätty direktiivillä (EU) 2019/2161, **edellytetään** etäsopimusten ja muualla kuin elinkeinonharjoittajan toimitiloissa tehtyjen sopimusten osalta, **että elinkeinonharjoittajat ilmoittavat kuluttajille, että hinta on yksilöity** automaattisen päätöksenteon perusteella. Yksilöityyn hinnoitteluun ja yksilöityihin tarjouksiin voidaan lisäksi yhdistää erilaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä, esimerkiksi silloin, kun elinkeinonharjoittajat soveltavat datavetoisen yksilöinnin yhteydessä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8 ja 9 artiklan mukaista sopimatonta vaikuttamista kuluttajaan.

Sellaisten elinkeinonharjoittajien, jotka yksilöivät hintoja kuluttajien henkilötietoja käyttämällä, on myös **noudatettava yleistä tietosuojaa-asetusta ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiiviä**. Tähän sisältyy vaatimus käyttää suoramarkkinoinnissa ainoastaan automaattisia soittolaitteita, telekopiolaitteita (fakseja) tai sähköpostia, jos tilaajat tai käyttäjät ovat antaneet siihen ennakkosuostumuksensa (sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivin 13 artikla), ja vaatimus, jonka mukaan rekisterinpitäjän on lopetettava suoramarkkinointi, jos sitä vastaanottava henkilö vastustaa henkilötietojensa käsittelyä tätä tarkoitusta varten, kuten yleisen tietosuojaa-asetuksen 21 artiklassa säädetään. Lisäksi yleisen tietosuojaa-asetuksen 12–14 artiklassa säädetään henkilötietojen käsittelyä koskevista tiedotusvelvoitteista, mukaan lukien oikeus saada merkityksellisiä tietoja automaattisen päätöksenteon olemassaolosta, ja yleisen tietosuojaa-asetuksen 22 artiklassa annetaan rekisteröidylle oikeus olla joutumatta sellaisen päätöksen kohteeksi, jolla on häntä koskevia oikeusvaikutuksia tai joka vaikuttaa häneen vastaavalla tavalla merkittävästi ja joka perustuu pelkästään tietojen automaattiseen käsittelyyn, mukaan lukien profilointi.

4.2.9. Pelit

Videopelit, mobiilipelit ja verkkopelit sisältävät erilaisia kaupallisia menettelyjä, jotka voivat johtaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisiin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin. Tämä koskee erityisesti haavoittuvia kuluttajia, kuten lapsia ja teini-ikäisiä, joiden erityisesti suojasta on säädetty sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 3 kohdassa (ks. haavoittuvia kuluttajia koskeva 2.6 kohta).

Peleihin voi sisältyä **pelin sisäisiä myynninedistämistoimia ja mainoksia**, jotka lisäävät piilomarkkinoinnin riskiä ja voivat olla **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklassa tarkoitettuja harhaanjohtavia menettelyjä**, ellei kaupallista elementtiä esitetä riittävän selvästi ja erotettavissa itse pelistä. Tämä koskee sekä pelin sisäisiä ostoja että pelin ulkopuolella saatavilla olevia tuotteita. Ilmoittamisessa on otettava huomioon viestintäväline, jossa markkinointi toteutetaan, mukaan lukien asiayhteys, sijoitus, ajoitus, kesto, kieli ja kohdeyleisö.

⁽³⁷¹⁾ Ks. lentoliikenteen harjoittamisen yhteisistä säännöistä yhteisössä annetun asetuksen (EY) N:o 1008/2008 23 artiklan 2 kohta.

⁽³⁷²⁾ Ks. matkustajien oikeuksista meri- ja sisävesiliikenteessä annetun asetuksen (EU) N:o 1177/2010 4 artiklan 2 kohta.

⁽³⁷³⁾ Ks. rautatieliikenteen matkustajien oikeuksista ja velvollisuuksista annetun asetuksen (EU) 2021/782 5 artikla.

⁽³⁷⁴⁾ Ks. matkustajien oikeuksista linja-autoliikenteessä annetun asetuksen (EU) N:o 181/2011 4 artiklan 2 kohta.

⁽³⁷⁵⁾ Tämän alan elinkeinonharjoittajien menettelyt ovat edelleen kehittymässä. Vuonna 2018 tehdyssä komission tutkimuksessa ei saatu näyttöä johdonmukaisesta ja järjestelmällisestä yksilöidystä hinnoittelusta tutkimuksen kattamissa jäsenvaltioissa ja kattamilla markkinoilla. Yksilöintiä ja yksilöimättä jättämistä koskevien skenaarioiden välillä havaittiin hintaeroja vain kuudessa prosentissa tapauksista, joissa tuotteet olivat samanlaisia. Havaitut hintaerot olivat pieniä, ja mediaaniero oli alle 1,6 prosenttia. Euroopan komissio, Consumer market study on online market segmentation through personalised pricing/offers in the European Union (EAHC/2013/CP/04), saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/publications/consumer-market-study-online-market-segmentation-through-personalised-pricing-offers-european-union_en.

Lisäksi **liitteessä I olevassa 28 kohdassa** kielletään lapsiin kohdistuvat suorat kehotukset ostaa tuotteita. Tämä sisältää sen, että lasta painostetaan ostamaan suoraan pelin lisäominaisuuksia tai suostuttelemaan aikuinen ostamaan niitä heille. Tutkimukset ovat osoittaneet, että lapset havaitsevat ja ymmärtävät epätodennäköisemmin pelien sisäisen mainonnan kaupallisen tarkoituksen kuin televisiomainosten kaupallisen tarkoituksen. ⁽³⁷⁶⁾

Tarjotessaan pelin sisäisiä ostoja elinkeinonharjoittajien on varmistettava, että ne noudattavat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklassa ja kuluttajanoikeusdirektiivissä säädettyjä tiedotusvelvoitteita. **Tuotteen pääominaisuudet** on kuvattava selkeästi, ja **virtuaalisten tavaroiden hinnat on esitettävä selvästi ja näkyvästi (myös) todellisenä valuuttana**. Jos hintaa ei voida kohtuudella laskea etukäteen, elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava hinnan laskutapa. Virtuaalisten tavaroiden hinnat on esitettävä selvästi ja näkyvästi todellisenä valuuttana, kun liiketoimi toteutetaan.

Tarjotessaan **"early access -pelejä"** eli sellaisia pelejä, jotka ovat vielä kehitteillä, elinkeinonharjoittajien olisi kerrottava selvästi siitä, mitä kuluttaja voi odottaa esimerkiksi early access -pelin sisällön ja sen kehitysnäköymien osalta.

Elinkeinonharjoittajien olisi hyödynnettävä sillä **alustalla tarjottua lapsilukkoa**, jolla peli on saatavilla (esimerkiksi lapsilukko, jonka avulla vanhemmat voivat estää maksujen tekemisen).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 2 kohdan ja 4 kohdan d alakohdan sekä kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklan 1 kohdan g alakohdan nojalla kuluttajille on ilmoitettava selkeästi **maksujärjestelyistä** ennen jokaista ostoa. Kuluttajanoikeusdirektiivin mukaisesti kaikki ostot edellyttävät kuluttajan nimenomaista suostumusta ja elinkeinonharjoittajan on annettava kuluttajalle tarvittavat tiedot. Lisäksi maksupalveluista annetun direktiivin (EU) 2015/2366 64 artiklassa edellytetään maksajan suostumusta maksutapahtuman toteuttamiseen ja säädetään, että tällaisen suostumuksen puuttuessa maksutapahtuma katsotaan oikeudettomaksi. Maksujen oletusasetus ei myöskään saisi olla sellainen, että ostoja voidaan tehdä ilman kuluttajan nimenomaista suostumusta (esimerkiksi käyttämällä salasanaa). Jos järjestelmässä on aikaraja todentamisen voimassaololle (esimerkiksi 15 minuutin aikaraja), elinkeinonharjoittajien pitäisi pyytää kuluttajan nimenomaista suostumusta voimassaolon kestolle.

Tietyt pelien kaupalliset menettelyt, mukaan lukien upotetut mainokset, voivat olla **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8–9 artiklan mukaisia aggressiivisia menettelyjä**. Näin voi olla, jos menettelyihin liittyy käyttäytymisen vinoutumia tai manipuloivia menettelyjä, jotka liittyvät esimerkiksi pelissä tarjottavien tarjousten ajoitukseen (esimerkiksi mikrotransaktioiden tarjoaminen pelin kriittisinä hetkinä), laajamittaiseen ruinaamiseen tai visuaalisten ja akustisten tehosteiden käyttöön siten, että pelaajaa painostetaan kohtuuttomasti. Lisäksi kaupallisia menettelyjä voidaan mukauttaa ja niissä voidaan ottaa huomioon erityiset pelaajien haavoittuvuuksia koskevat tiedot. Pelissä käytettävien menettelyjen yhdistelmä (esimerkiksi vetoaminen lapsiin tai muihin haavoittuvassa asemassa oleviin ryhmiin, mikrotransaktioiden käyttö sekä upotettu ja läpinäkymätön mainonta) lisää kuluttajiin kohdistuvaa vaikutusta. Lapsiin ja nuoriin liittyvien huolenaiheiden lisäksi lisääntynyt altistuminen kaupalliselle viestinnälle ja manipuloiville menettelyille voi vaikuttaa myös aikuisiin pelaajiin erityisesti pitkissä ja mukaansatempaavissa peleissä.

Toinen huolenaihe koskee sellaista pelisisältöä, jossa on **rahapelielementtejä**, kuten riippuvuutta aiheuttavia rajapintamalleja, joihin liittyy rahapeliautomaatteja, tiettyjä saalis- tai mysteerilaatikoita tai vedonlyöntiä. Jotkin jäsenvaltiot katsovat, että tällaiset elementit kuuluvat rahapelejä koskevan lainsäädännön soveltamisalaan, mikä saattaa edellyttää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ⁽³⁷⁷⁾ tiukempia vaatimuksia, kuten toimilupia tai peleissä olevien rahapelielementtien käytön kieltämistä kokonaan.

Esimerkkejä:

Verkkopelissä käytetään algoritmeja käyttäjän pelitottumuksiin perustuvien "riskinottopisteiden" määrittämiseen, jotta voidaan yksilöidä pelissä tarjottavien saalislaatikoiden ajoitus, mahdollisuudet saada arvokas esine saalislaatikosta ja pelissä olevien vastustajien voimakkuus siten, että pelaaja pysyisi pelissä ja lisäksi pelin sisäistä rahankäyttöään. Algoritmeja käytetään erityisesti riippuvuussalttiin pelaajiin suuntautuvaan kohdentamiseen. Tämä saattaa olla aggressiivinen menettely.

⁽³⁷⁶⁾ Euroopan komissio, tutkimus sosiaalisen median, verkkopelien ja mobiilisovellusten kautta tapahtuvan markkinoinnin vaikutuksesta lasten käyttäytymiseen (EACH/FWC/2013 85 08), saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/online_marketing_children_final_report_en.pdf

⁽³⁷⁷⁾ Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin johdanto-osan 9 kappaleessa annetaan jäsenvaltioille mahdollisuus säätää tarkemmin yritysten välisiä kaupallisia menettelyjä, joihin liittyy rahapelitoimintaa. Esimerkiksi Belgian, Alankomaiden ja Slovakian rahapelilain sääntelyviranomaiset ovat katsoneet, että tiettytyypiset saalislaatikot täyttävät rahapelaamisen edellytykset.

Maksullisen satunnaissisällön (esimerkiksi saalislaatikot, korttipakkaukset ja palkinto-onnenpyörät) olemassaolosta olisi ilmoitettava kuluttajalle selvästi, mukaan lukien selostus **satunnaisten tavarain saamisen todennäköisyyksistä**. Esimerkiksi **saalis- tai mysteerilaatikot** ovat pelin sisäistä sisältöä, ja ne yleensä sisältävät pelissä merkityksellisiä sattumanvaraisia tavaroita (esimerkiksi aseet, mukautetut ulkonäöt (skin), pelivaluutta ja etenemisvaihtoehdot).⁽³⁷⁸⁾ Saalislaatikoiden myynnissä on noudatettava kuluttajanoikeusdirektiivin ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisia tiedotusvelvoitteita, jotka koskevat tuotteen hintaa ja pääominaisuuksia.

Esimerkkejä:

Kansallinen viranomaisiin on annettu ohjeita pelintuottajalle pelin sisäisiä ostoja koskevia sitoumuksia, mukaan lukien saalislaatikot. Viranomaisiin on annettu ohjeita, että kuluttajille ja vanhemmille on annettava mahdollisimman selkeää ja avointa tietoa siitä, voidaanko tällaisia ostoja tehdä, erityisesti kun on kyse saalislaatikoista, joissa satunnaisuus on keskeinen piirre.⁽³⁷⁹⁾

Komissio ja kansalliset viranomaiset puuttuivat vuosina 2013–2014 pelisovellusten sopimattomiin menettelyihin, jotka koskivat sellaisia **pelejä, joissa tarjotaan sovelluksen sisäisiä ostoja** ja jotka todennäköisesti vetoavat lapsiin tai joita lapset todennäköisesti pelaavat.⁽³⁸⁰⁾ Niiden yhteisessä kannassa korostettiin, että sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevan 20 kohdan ja 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan sekä kuluttajanoikeusdirektiivin 6 artiklan 1 kohdan e alakohdan nojalla **ainoastaan sellaisia pelejä, joissa sovelluksen sisäiset ostot ovat valinnaisia, voidaan kutsua ilmaisiksi ilman, että kuluttajaa johdetaan harhaan**. Sitä vastoin peliä ei voida markkinoida ilmaisenä, jos kuluttaja ei voi pelata peliä tavalla, jota voidaan kohtuudella odottaa, tekemättä sovelluksen sisäisiä ostoja. Tämä on arvioitava tapauskohtaisesti kunkin sisäisiä ostoja sisältävän sovelluksen osalta. Lisäksi korostettiin, että sellaista peliä, jonka todetaan olevan liitteessä I olevan 20 kohdan mukainen ilmaisen ”ilmainen” käytön osalta, voidaan edelleen arvioida muiden sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännösten, kuten 6–9 artiklan, nojalla, jotta varmistetaan, että muut osatekijät, kuten hintatietojen esittäminen, eivät ole harhaanjohtavia tai aggressiivisia. Lisäksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin liitteessä I olevassa 28 kohdassa ja 5 artiklan 3 kohdassa säädetään, että lapsille suunnatut pelit tai sellaiset pelit, joiden elinkeinonharjoittajat voivat kohtuudella olettaa vetoavan lapsiin, eivät saa sisältää lapsiin kohdistuvia suoria kehotuksia ostaa lisää pelin sisäisiä tavaroita.

4.2.10. Sijainninpaikantamistekniikojen käyttö

Tehdessään ostoksia toisessa tai toisesta jäsenvaltiosta kuluttajat törmäävät joskus siihen, että elinkeinonharjoittajat suoranaisesti kieltäytyvät myymästä heille, tai kuluttajan asuinpaikkaan tai kansallisuuteen perustuvaan hintasyrjintään. Tällaisia menettelyjä voi tapahtua sekä verkossa että perinteisissä fyysisissä kaupoissa. Elinkeinonharjoittajat saattavat käyttää sijainninpaikantamistekniikkoja, jotka perustuvat esimerkiksi kuluttajan IP-osoitteeseen, kotiosoitteeseen tai maahan, jossa hänen luottokorttinsa on myönnetty, kieltäytyäkseen myymästä tuotetta kuluttajalle, uudelleenohjatakseen hänet automaattisesti paikalliseen verkkokauppaan tai hintasyrjintätarkoituksiin.

Elinkeinonharjoittajilla saattaa olla erilaisia syitä kieltäytyä myymästä tuotetta tai soveltaa eri hintoja sijaintitietojen perusteella, kuten korkeammat toimituskustannukset tai elinkeinonharjoittajan lakisääteiset lisävelvoitteet. Myynnistä kieltäytymisen tai uudelleenohjauksen osalta elinkeinonharjoittajien on kuluttajanoikeusdirektiivin 8 artiklan 3 kohdan mukaisesti ilmoitettava kuluttajille toimitusta koskevasta rajoituksista viimeistään tilausmenettelyn alkaessa. Nämä vaadittavat tiedot ovat olennaisia sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdan perusteella. Toisaalta jos elinkeinonharjoittaja noudattaa kuluttajanoikeusdirektiivin 8 artiklan 3 kohdan tiedotusvaatimusta, tällainen myymästä kieltäytyminen tai uudelleenohjaus ei sinänsä ole sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla sopimaton kaupallinen menettely. Kunkin yksittäisen tapauksen tosiseikoista riippuen tällaiset menettelyt voivat kuitenkin johtaa sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin.

Tällaiset menettelyt voivat myös merkitä unionin oikeuden muiden alojen rikkomista. **Maarajoituksia koskevassa asetuksessa**⁽³⁸¹⁾, jota on sovellettu 3. joulukuuta 2018 alkaen, kielletään verkossa toimivia elinkeinonharjoittajia syrjimästä EU:n asiakkaita heidän kansallisuutensa tai asuin- tai sijoittautumispaikkansa perusteella. Komissio on antanut kysymys- ja vastausasiakirjassaan⁽³⁸²⁾ yksityiskohtaisia ohjeita asetuksen soveltamisesta. Tekijänoikeudella suojattuihin muihin kuin audiovisuaalisiin teoksiin (kuten sähköiset kirjat, videopelit, musiikki ja ohjelmistot) liittyviin verkkopalveluihin ei sovelleta asetuksen mukaista syrjimättömyyssäännöstä eli velvollisuutta antaa ulkomaisille asiakkaille mahdollisuus nähdä ja hyödyntää samoja tarjouksia kuin paikalliset asiakkaat. Edellä mainittuihin palveluihin sovelletaan kuitenkin muita maarajoituksia koskevan asetuksen säännöksiä, jotka koskevat esimerkiksi syrjivää pääsyn estämistä verkkorajapintoihin ja ohjaamista verkkorajapinnan yhdestä versiosta toiseen ilman asiakkaan suostumusta (3 artikla) sekä maksuun liittyviin syihin perustuvaa syrjintää (5 artikla).

⁽³⁷⁸⁾ Lisätietoja saalislaatikoista on Euroopan parlamentin tutkimuksessa ”Loot boxes in online games and their effect on consumers, in particular young consumers” (PE 652.727).

⁽³⁷⁹⁾ AGCM, Electronic Arts, tiedote nro 41-20 5 ratkaisu 30. syyskuuta 2020.

⁽³⁸⁰⁾ Lehdistötiedote 18. heinäkuuta 2014, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_14_847.

⁽³⁸¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2018/302, annettu 28 päivänä helmikuuta 2018, perusteettomien maarajoitusten ja muiden asiakkaiden kansallisuuteen tai asuin- tai sijoittautumispaikkaan perustuvien syrjinnän muotojen torjumisesta sisämarkkinoilla ja asetusten (EY) N:o 2006/2004 ja (EU) 2017/2394 sekä direktiivin 2009/22/EY muuttamisesta (EUVL L 60, 2.3.2018, s. 1).

⁽³⁸²⁾ Euroopan komissio, Kysymyksiä ja vastauksia maarajoituksia koskevan asetuksen soveltamisesta sähköisessä kaupankäynnissä, 22. maaliskuuta 2018.

Lisäksi palveludirektiivin 20 artiklassa veloitetaan jäsenvaltiot varmistamaan, että yritykset eivät kohtele kuluttajia eri tavoin kansalaisuuden tai asuinpaikan perusteella, ellei sitä voida perustella objektiivisilla perusteilla. Molemmat säädökset koskevat sekä suoranaista myymästä kieltäytymistä, mukaan lukien automaattinen uudelleenohjaus, että erilaisten hintojen soveltamista verkossa ja sen ulkopuolella.

Maarajoitukset tai suodatus voivat myös olla **kilpailulainsäädännön** vastaista. ⁽³⁸³⁾ Komissio esimerkiksi määräsi 20. tammikuuta 2021 sakkoja viidelle videopelien julkaisijalle ja yhdelle pelialustalle niiden maarajoituksia koskevien käytäntöjen vuoksi. ⁽³⁸⁴⁾

4.2.11. Kuluttajien lukkiutuminen

Kuluttajien valinnanvara saattaa joskus olla rajallinen, jos heidän ostamiensa tuotteiden laatu heikkenee, sopimusehdot muuttuvat epäsuotuisammiksi ja/tai he joutuvat maksamaan korkeita hintoja tarjoajalukkiutumisen vuoksi. Tätä aiheuttavat tuotteet tai markkinointi, joiden tarkoituksena on johtaa lukkiutumiseen, sekä markkinat, joilla ei ole kilpailua tai avoimuutta. Tämä koskee erityisesti digitaalisia markkinoita, joilla on omat standardit, jotka edistävät yhteentoimivuuden puutetta.

Kun kuluttaja esimerkiksi valitsee matkapuhelimen, hän valitsee myös käyttöjärjestelmään kuuluvan sovelluskaupan. Hän myös käynnistää polkuriippuvaisen prosessin, joka vahvistaa lukkiutumista, kun kuluttaja ostaa muita esineiden internetin tuotteita, jotka ovat yhteentoimivia vain puhelimen mobiilikosysteemin kanssa. Kun tämä valinta on tehty, kuluttajien on vaikea siirtyä ekosysteemien välillä ilman taloudellisia menetyksiä (sovellukset ja muut [esineiden internetin] laitteet), ajan menetystä (muun muassa henkilötietojen palauttaminen ja asetusten asettaminen) ja tietojen menettämistä. Muita esimerkkejä ovat ostettu digitaalinen media, jota ei välttämättä voida enää käyttää, kun elinkeinonharjoittajan kanssa tehty sopimus päättyy, tai auton korjaukset, jotka kuluttajan on suoritettava autonvalmistajan sertifioimissa korjaamoissa sen vuoksi, että vain niillä on pääsy kaikkiin diagnostisiin tietoihin. Kuluttajat voivat myös lukkiutua tietyn ekosysteemin tiettyyn (kansalliseen) versioon esimerkiksi käyttäjäprofiiliin rekisteröinnissä annettujen sijaintitietojen perusteella, jolloin saman profiilin käyttäminen rajapinnan tai ekosysteemin toisessa versiossa voi johtaa alkuperäisen version kaikkien tietojen ja kaiken siinä hankitun sisällön menettämiseen.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä vähennetään yleisesti kuluttajien lukkiutumisen riskiä, sillä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 9 artiklan d alakohdassa **kielletään elinkeinonharjoittajia asettamasta esteitä sopimuksen vaihtamiselle tai sen päättämiseksi**. Siinä säädetään, että sen arvioimisessa, onko menettely aggressiivinen, on otettava huomioon ”elinkeinonharjoittajan asettamat vaikeat ja kohtuuttomat sopimuksen ulkopuoliset esteet, kun kuluttaja haluaa käyttää sopimukseen sisältyviä oikeuksiaan, mukaan lukien oikeutta päättää sopimus tai vaihtaa tuotetta tai elinkeinonharjoittajaa”. Tämän säännöksen soveltamisala on laaja, ja se voi kattaa useita sopimuksen ulkopuolisia esteitä.

Unionin tuomioistuin on antanut lisäohjeita tietyistä lukkiutumisskenaariosta. Asiassa Sony antamassaan tuomiossa ⁽³⁸⁵⁾ unionin tuomioistuin tarkasteli menettelyä, jossa myytiin **tietokone, jossa on esiasennettuja ohjelmistoja** (mukaan lukien käyttöjärjestelmä). Unionin tuomioistuin katsoi, että tietokoneen myynti siten, että kuluttajalla ei ole mahdollisuutta ostaa samanlaista tietokonetta, jossa ei ole esiasennettuja ohjelmistoja, ei sellaisenaan ole **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa** tarkoitettu sopimaton kaupallinen menettely, ellei ole olemassa muita seikkoja, jotka tekevät menettelystä huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaisen ja olennaisesti vääristävät tai ovat omiaan olennaisesti vääristämään keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä kyseiseen tuotteen nähdessä. Tältä osin tuomioistuin on jo todennut, että erityisesti silloin, kun kuluttajille annetaan oikeaa tietoa, eri tuotteiden tai palvelujen yhdistetty tarjous voi täyttää direktiivissä 2005/29/EY säädetyt sopivuudelle asetetut edellytykset. ⁽³⁸⁶⁾ Lisäksi unionin tuomioistuin vahvisti asiassa Sony antamassaan tuomiossa, että se, että ei ole erikseen ilmoitettu kunkin edellä mainitun tietokoneelle esiasennetun ohjelmiston hintaa, ei **ole sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 4 kohdan a alakohdassa ja 7 artiklassa** tarkoitettu harhaanjohtava kaupallinen menettely. ⁽³⁸⁷⁾

⁽³⁸³⁾ Ks. komission yksiköiden valmisteluasiakirjan ”Commission Staff Working Document accompanying the document Report from the Commission to the Council and the European Parliament Final report on the E-commerce Sector Inquiry” (SWD(2017) 0154 final) 4.3.2.5 kohta.

⁽³⁸⁴⁾ Lehdistötiedote 20. tammikuuta 2021, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_21_170

⁽³⁸⁵⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 7.9.2016, asia C-310/15, Sony.

⁽³⁸⁶⁾ Yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 23.4.2009, yhdistetyt asiat C-261/07 ja C-299/07, VTB-VAB, 66 kohta.

⁽³⁸⁷⁾ Ks. edellinen alaviite, 47–52 kohta.

EU:n kuluttajansuojasääntöjen lisäksi EU:n kilpailusääntöjä sovelletaan markkinoiden epätasapainon estämiseksi. Esineiden internetin laitteiden puutteellisesta yhteentoimivuudesta kuluttajille mahdollisesti aiheutuvat lukkiutumiskäsit olivat osa 16. heinäkuuta 2020 käynnistettyä kuluttajien esineiden internetiä koskevaa toimialatutkintaa.⁽³⁸⁸⁾ Lisäksi komission ehdotuksessa digimarkkinasäädöksiä pyritään puuttamaan kuluttajien lukkiutumiskäsitteihin portinvartija-alustoja koskevilla uusilla velvoitteilla.⁽³⁸⁹⁾

Yleisen tietosuojasetuksen 20 artiklassa ja **digitaalista sisältöä koskevan direktiivin**⁽³⁹⁰⁾ 16 artiklan 4 kohdassa annetaan yksityishenkilöille oikeus ottaa palveluntarjoajaa vaihtaessaan mukaansa kaikki sisältö, pois lukien henkilötiedot, jonka kuluttaja on luovuttanut tai luonut käyttäessään elinkeinonharjoittajan toimittamaa digitaalista sisältöä tai digitaalista palvelua, mikä rajoittaa lukkiutumismenettelyjen vaikutuksia.⁽³⁹¹⁾ Lisäksi **kuluttajanoikeusdirektiivin** 5 artiklan 1 kohdan g ja h alakohdalla ja 6 artiklan 1 kohdan r ja s alakohdalla autetaan kuluttajia tunnistamaan lukkiutumistilanteet etukäteen, sillä niissä edellytetään, että elinkeinonharjoittajan on ilmoitettava kuluttajalle ennen sopimuksen tekemistä sellaisten tavaroiden toimivuudesta, yhteensopivuudesta ja yhteentoimivuudesta, joihin sisältyy digitaalisia elementtejä, digitaalista sisältöä ja digitaalisia palveluja. Maarajoituksia koskevan asetuksen⁽³⁹²⁾ 3 artiklassa varmistetaan pääsy verkkorajapintaan (mukaan lukien sovelluskaupat) asiakkaan kansallisuudesta tai asuin- tai sijoittautumispaikasta riippumatta.

4.3. Matkailu- ja liikenneala

4.3.1. Monialaiset kysymykset

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä, kuten harhaanjohtavaa mainontaa ja muita manipuloivia menettelyjä, olennaisten tietojen ilmoittamatta jättämistä tai harhaanjohtavien tietojen antamista, hinnan pilkkomista koskevia menettelyjä, kohutuuttomia sopimusehtoja, peruutuksiin liittyviä ongelmia, avun riittämättömyyttä viivästymis- tai peruuttamistapauksissa sekä tehottomia valitusten käsittelyjärjestelmiä, voi esiintyä matka- ja kuljetuspalvelujen ennakkovaraus- ja varausvaiheissa ja varauksen jälkeisessä vaiheessa.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä ei sovelleta ainoastaan elinkeinonharjoittajaan, joka tosiasiallisesti toteuttaa matka- ja kuljetuspalvelun, vaan myös kaikkiin muihin tämän ”nimissä tai puolesta” toimiviin henkilöihin (2 artiklan b alakohta). Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä ja erityisesti sen 6 ja 7 artiklassa säädettyjä tiedotusvaatimuksia sovelletaan lentoyhtiöiden, hotellien ja autonvuokraamojen lisäksi myös **välittäjiin**, kuten matkavarauksiväestöihin, vertailuvälineisiin tai metahakusivustoihin, jotka toimivat niiden ja kuluttajien välillä.

Esimerkki:

Sekä lentoyhtiön että lentolippuja kuluttajille⁽³⁹³⁾ verkossa lentoyhtiön nimissä tai puolesta tarjoavan matkatoimiston on ilmoitettava kuluttajille, sisältyvätkö matkatavarat lennon hintaan vai onko niistä maksettava lisämaksu. Molempien on myös ilmoitettava matkustajille, voiko lennon siirtää tai sen hinnan saada takaisin.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdassa luetellaan tiettyjä esimerkiksi lento- tai junalippua, majoitusta tai vuokra-autoa koskevissa **ostokehoituksissa** olennaisiksi katsottavia tietoja, jos ne eivät ilmene asiayhteydestä. Näiden tietojen antamatta jättämistä voidaan joissain tapauksissa pitää harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä. Kyseisessä kohdassa tarkoitettut tiedot koskevat muun muassa

- tuotteen pääominaisuuksia
- elinkeinonharjoittajan henkilöllisyyttä

⁽³⁸⁸⁾ Commission Decision of 16.7.2020 initiating an inquiry into the sector for consumer Internet of Things related products and services pursuant to Article 17 of Council Regulation (EC) No 1/2003 (C(2020) 4754 final). Ks. 9. kesäkuuta 2021 julkaistu alustava raportti, jossa tuodaan esiin huoli yhteentoimivuuden puutteesta esimerkiksi tiettyjen digitaalisten palvelujen ja käyttöjärjestelmien tarjoajien osalta. Raportti on saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_21_2884

⁽³⁸⁹⁾ Ehdotus asetukseksi kilpailullisista ja oikeudenmukaisista markkinoista digitaalisella (COM(2020) 842 final).

⁽³⁹⁰⁾ Direktiivi (EU) 2019/770.

⁽³⁹¹⁾ Yleisen tietosuojasetuksen mukaista oikeutta sovelletaan vain silloin, kun henkilötietoja käsitellään suostumuksen tai sopimuksen perusteella ja niitä siirretään eri rekisterinpitäjien välillä. Tätä oikeutta ei kuitenkaan sovelleta silloin, jos siirto on siirto sellaisen saman elinkeinonharjoittajan tarjoaman palvelun eri versioihin, joka on yleisen tietosuojasetuksen nojalla sama rekisterinpitäjä.

⁽³⁹²⁾ Asetus (EU) 2018/302. Ks. myös komission kanta Euroopan parlamentin kysymykseen 470/21. Vastaus on saatavilla osoitteessa https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2021-000470-ASW_EN.html

⁽³⁹³⁾ Matkustajan käsitettä ei ole määritelty matkustajien oikeuksia koskevissa alakohtaisissa asetuksissa, joten se on laajempi kuin sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukainen kuluttajan käsite siten, että matkustajien oikeuksia koskevia säännöksiä sovelletaan kaikkiin matkustajiin tekemättä eroa matkan tarkoituksen suhteen. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan toisaalta ainoastaan liikennepalvelujen kuluttajaan (ks. sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan a alakohta – selitys 4.4.2 kohdassa).

- hintaa veroineen
- maksujärjestelyjä
- valitusten käsittelyihin sovellettavaa käytäntöä.

Ostokehotuksia käsitellään tarkemmin 2.9.5 kohdassa.

Direktiivin 7 artiklan 4 kohdan b alakohdassa edellytetään, että elinkeinonharjoittajat ilmoittavat **maantieteellisen osoitteensa ja henkilöllisyytensä**. Direktiivin 7 artiklan 5 kohdan sekä sähköistä kaupankäyntiä koskevan direktiivin 5 artiklan 1 kohdan c alakohdan mukaan myös elinkeinonharjoittajan sähköpostiosoite on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukainen olennainen tieto. Tämän tiedon olisi oltava helposti löydettävissä (eli ei vain yleisissä ehdoissa tai erillisillä tietosivuilla tai -linkeissä) ja saatavilla välittömästi ja pysyvästi.

Valitusten käsittelyihin sovellettavan käytännön osalta kuluttajalle olisi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan d alakohdan nojalla oltava selvää, kenen puoleen heidän on käännettävä, jos heillä on kysymyksiä tai valituksia. Kuluttajalle on annettava selkeät ohjeet siitä, miten he voivat valittaa ongelmatapauksissa, esimerkiksi sähköpostiosoite ja puhelinnumero.

Lisätietoja ehtojen kieltä koskevista kysymyksistä on tiettyjen tietojen toimittamista toisella kielellä koskevassa 2.9.3 kohdassa.

Elinkeinonharjoittajien, mukaan lukien yritysten ja kuluttajien välisiä liiketapahtumia helpottavat välittäjät, on varmistettava, että lippujen hinnat ovat läpinäkyviä alusta lähtien, jo mainostamisvaiheessa sekä myös varausmenettelyn aikana.

Lippujen hintoihin liittyvää syrjintää käsitellään hinnoittelukäytäntöjä koskevassa 4.2.8 kohdassa.

Erityisesti 6 artiklan 1 kohdan d alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan nojalla **maksettava kokonaishinta on aina ilmoitettava** ja siihen on sisällyttävä julkaisu- tai varaushetkellä pakolliset ja ennakoitavat maksut, myös tietyn maksuväliseen käytöstä perittävät lisämaksut. Esimerkiksi lentoliikenteen alakohtaisessa lainsäädännössä ⁽³⁹⁴⁾ edellytetään, lopullinen hinta on aina ilmoitettava, ja sen on sisällyttävä sovellettava lentohinta tai kuljetusmaksu sekä julkaisuhetkellä pakolliset ja ennakoitavat sovellettavat verot, maksut, lisämaksut ja palvelumaksut.

Lentojen tai hotellihuoneiden hinnat voivat muuttua hyvin nopeasti. Esimerkiksi kuluttajan etsiessä lentolippua verkkomatkatuomiston alustalta, hinta saattaa muuttua siitä hetkestä, kun kuluttaja aloittaa lipun etsimisen, siihen hetkeen, jona hän tekee ostopäätöksen. Jos tällaiset hinnanmuutokset todella johtuvat markkinoiden dynamisesta luonteesta eivätkä siten ole verkkomatkatuomiston hallittavissa, ne vaikuttavat verkkomatkatuomiston mahdollisuuksiin varmistaa, että sen mainostama hinta on aina täysin oikea. Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohtaan sisältyvä huolellisen ammatinharjoittamisen velvoite viittaa siihen, että äkillisistä hinnanmuutoksista tietoisten elinkeinonharjoittajien on **ilmoitettava tästä selvästi kuluttajille hintoja mainostaessaan**.

Esimerkkejä:

- *Pakettilomia tarjoava elinkeinonharjoittaja mainitsi vakuutuksen hinnan tuotteen kokonaishinnassa. Vakuutus ei kuitenkaan ollut pakollinen, vaan vapaaehtoinen. Kansallinen viranomainen piti tätä harhaanjohtavana.* ⁽³⁹⁵⁾
- *Kansallinen viranomainen katsoi, että ylimääräisten polttoainekustannusten periminen matkailijoilta ilmoittamatta, miten tämä maksu laskettiin ja esittämättä kuluttajille asianmukaisia asiakirjoja, oli harhaanjohtava mainitsematta jättäminen, harhaanjohtava toimi ja aggressiivinen menettely.* ⁽³⁹⁶⁾
- *Loma-asuntoja tarjoava elinkeinonharjoittaja jätti ilmoittamatta hinnassa pakollisia kustannuksia, kuten siivouskustannukset, kaupungin perimät verot ja tilauksesta perittävät ylimääräiset palvelumaksut. Kansallinen tuomioistuin katsoi tämän menettelyn olevan huolellisen ammatinharjoittamisen vastainen ja piti sitä harhaanjohtavana mainitsematta jättämisinä.* ⁽³⁹⁷⁾

Jos elinkeinonharjoittaja tarjoaa (valinnaisia) lisäpalveluja ostettavaksi, **valinnaisia maksuja koskevat tiedot olisi esitettävä näkyvästi** ja erotettava pääasiallisesta palvelusta, ja elinkeinonharjoittajat **eivät saisi johtaa kuluttajia harhaan lisäpalvelujen ostamisesta**. Valinnaisia kustannuksia voivat olla esimerkiksi yhden hengen huoneen lisähinta, vapaaehtoinen vakuutus, istumapaikan valintamahdollisuus tai ruumaan sijoitettavat matkatavarat (käsimatkatavaroiden

⁽³⁹⁴⁾ Lentoliikenneasetuksen (EY) N:o 1008/2008 23 artiklan 1 kohta.

⁽³⁹⁵⁾ 1 As 59/2001 – 61, Blue Style s.r.o. v. Tšekin elinkeinonvalvontaviranomainen, 22. kesäkuuta 2011.

⁽³⁹⁶⁾ PS3083, Teorema Tour – Adeguamento costo carburante aereo, 26. elokuuta 2009.

⁽³⁹⁷⁾ OLG Hamm, 6. kesäkuuta 2013, Az. I-4 U 22/13.

sijaan).⁽³⁹⁸⁾ Kuluttajille on ilmoitettava vapaaehtoisista kustannuksista ostokehoituksissa ja joka tapauksessa **viimeistään varausprosessin alussa**. Olisi myös **ilmaistava selvästi, että nämä kustannukset ovat valinnaisia**, eikä kuluttajia **saa johtaa harhaan** heidän lisäpalveluja koskevan ostopäätöksensä suhteen.⁽³⁹⁹⁾

Nämä vaatimukset johtuvat erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b ja d alakohdasta sekä 7 artiklan 4 kohdan a ja c alakohdasta. Näiden periaatteiden vastaisia menettelyjä voidaan olosuhteista riippuen pitää myös huolellista ammatinharjoittamista koskevien vaatimusten vastaisina (vrt. sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohta).

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin sääntöjen lisäksi kuluttajanoikeusdirektiivin mukaisesti elinkeinonharjoittajat eivät saa käyttää oletusvalintoja, jotka kuluttajan on hylättävä välttääkseen lisämaksut (kuten verkkosivustoilla olevia ennalta rastitettuja ruutuja), vaan niiden on pyydettävä **kuluttajan nimenomainen suostumus lisämaksuihin**. Kyseisen direktiivin 22 artiklassa säädetään, että "[j]os elinkeinonharjoittaja ei ole hankkinut kuluttajan nimenomaista suostumusta, vaan on päättellyt sen käyttämällä oletusvalintoja, jotka kuluttajan on hylättävä välttääkseen lisämaksun, kuluttajalla on oikeus saada tällainen maksu takaisin".

Ennalta rastitettujen ruutujen lisäksi saattaa olla muita tapauksia, joissa palvelujaan verkossa markkinoivat elinkeinonharjoittajat tarjoavat lisäpalveluja epäselvällä tai moniselitteisellä tavalla, kuten piilottamalla vaihtoehdon **olla tilaamatta** mitään lisäpalveluja (ks. myös dark pattern -tekniikoita koskeva 4.2.7 kohta). Tällaisia kaupallisia menettelyjä voidaan pitää harhaanjohtavina, aggressiivisina tai yhteensopimattomina huolellisen ammatinharjoittamisen kanssa.

Koska tällaisia menettelyjä on havaittu erityisesti lentoliikennealalla ja koska tällä alalla on olemassa täydentäviä sääntöjä, 4.3.4 kohdassa annetaan tätä koskevia esimerkkejä.

4.3.2. Matkapaketit

Matkapaketeista ja yhdistetyistä matkajärjestelyistä annettu direktiivi (EU) 2015/2302, jäljempänä 'matkapakettidirektiivi', sisältää säännöksiä matkustajille tarjottavien erilaisten matkapalvelujen, kuten matkustajien kuljettamisen, majoituksen, moottoriajoneuvojen vuokrauksen⁽⁴⁰⁰⁾ ja muiden matkailupalvelujen, yhdistämisestä.

Matkapakettidirektiivillä säännellään muun muassa tietoja, jotka elinkeinonharjoittajien on annettava ennen sopimuksen tekemistä matkustajille. Niihin kuuluvat erityiset tiedot pakettiin sisältyvistä palveluista ja paketin hinta veroineen sekä soveltuvin osin kaikki lisämaksut ja muut kustannukset. Elinkeinonharjoittajien on direktiivin mukaisesti myös **ilmoitettava näkyvästi, tarjoavatko ne matkapakettia vai ainoastaan yhdistettyä matkajärjestelyä**, jonka suojan taso on alempi, ja annettava tietoja kulloiseenkin vaihtoehtoon sovellettavan suojan tasosta vakiomuotoisilla tietolomakkeilla.

Elinkeinonharjoittajat ovat myös velvollisia ilmoittamaan matkustajille valinnaisesta tai pakollisesta vakuutuksesta niiden kustannusten korvaamiseksi, joita aiheutuu, jos matkustaja purkaa sopimuksen, taikka tapaturmasta, sairaudesta tai kuolemasta aiheutuvien avustuskustannusten korvaamiseksi.

Matkapakettidirektiivi ei estä **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamista matkapaketteihin ja yhdistettyihin matkajärjestelyihin sen erityisten sääntöjen täydentämiseksi**.

4.3.3. Aikaosuussopimukset

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivillä 2008/122/EY⁽⁴⁰¹⁾, jäljempänä 'aikaosuusdirektiivi', säädetään tietyistä kuluttajansuojaa koskevista oikeuksista, jotka liittyvät aikaosuuksiin, pitkäkestoisiin lomatuotteisiin, jälleenmyyntiin ja vaihtoa koskeviin sopimuksiin. Siinä säädetään erityisesti

- ennen sopimuksen tekoa annettavaa tietoa sekä sopimustietoja koskevista tiukoista säännöistä elinkeinonharjoittajille
- kuluttajan oikeudesta peruuttaa sopimus 14 kalenteripäivän kuluessa
- peruuttamiskauden aikana suoritettavien ennakkomaksujen kiellosta

⁽³⁹⁸⁾ Asiassa C-487/12, Vueling Airlines, 18. syyskuuta 2014 antamassaan tuomiossa unionin tuomioistuin katsoi, että käsimatkatavaroiden on lähtökohtaisesti katsottava olevan matkustajien kuljettukseen liittyvä pakollinen tekijä, joiden kuljettamiseen ei näin ollen voida soveltaa lisämaksua, jos tällainen käsimatkatavara on painoa ja kokoa koskevien kohtuullisten edellytysten mukainen ja täyttää sovellettavat turvallisuusmääräykset.

⁽³⁹⁹⁾ Lentoliikenneasetuksen 23 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että valinnaiset lisämaksut ilmoitetaan lentoliikenteen osalta selkeästi, avoimesti ja yksiselitteisesti varausmenettelyn alussa, ja että asiakkaan on voitava hyväksyä ne vapaaehtoisesti.

⁽⁴⁰⁰⁾ Erillinen matkailupalvelujen tyyppi vain direktiivin (EU) 2015/2302 mukaisesti.

⁽⁴⁰¹⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2008/122/EY, annettu 14 päivänä tammikuuta 2009, kuluttajien suojaamisesta aikaosuuksia, pitkäkestoisia lomatuotteita, jälleenmyyntiä ja vaihtoa koskeviin sopimuksiin liittyvien tiettyjen seikkojen osalta (EUVL L 33, 3.2.2009, s. 10).

— tällaisten tuotteiden sijoituksena markkinoinnin tai myynnin kiellosta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä tarjotaan kuluttajille aikaosuusdirektiivin tarjoamaa suojaa täydentävän suojaa.

Aikaosuusdirektiiviä koskevan komission arviointikertomuksen ⁽⁴⁰²⁾ tueksi tehdyssä tutkimuksessa havaittiin tiettyjä toistuvia ongelmia tällä alalla erityisesti joidenkin EU:n jäsenvaltioiden eräissä suosituissa lomakohteissa:

- **Harhaanjohtavat tiedot** ennen sopimuksen tekemistä, joilla ostajille annetaan perätön vaikutelma siitä, että mahdollisuudet valita eri aikaosuuskiinteistöistä on miltei rajaton tai että sopimuksen myyminen tai vaihtaminen on helppoa. Kuluttajat havaitsevat usein vasta jonkin aikaa sopimuksen allekirjoittamisen jälkeen, että nämä tiedot eivät pidä paikkaansa.
- **Aggressiiviset myyntimenetelmät**, joissa mahdollisia ostajia painostetaan huomattavasti esimerkiksi ”lukitsemalla” heidät huoneeseen, jossa pidetään loputtomia esityksiä ja josta heidän ei joskus anneta poistua, elleivät he allekirjoita sopimusta.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä puututaan näihin menettelyihin harhaanjohtavia toimia koskevilla säännöksillä (erityisesti 6 artiklan 1 kohdan b alakohhta) ja aggressiivisia kaupallisia menettelyjä koskevilla säännöksillä (8 ja 9 artikla).

Lisäksi komission kertomuksessa aikaosuusdirektiivistä huomautettiin usein esiintyvistä kuluttajien vaikeuksista irtisanoa aikaosuussopimuksensa. Kertomuksessa pääteltiin, että tähän seikkaan voidaan puuttua onnistuneesti kansallisen lainsäädännön tasolla ja asiaa koskevien unionin kuluttajaoikeuden säädösten täytäntöönpanon parantamisella.

4.3.4. Erityisesti lentoliikennettä koskevat kysymykset

Lentovaihtoehtoja mainostaessaan elinkeinonharjoittajien olisi varmistettava, että tiedot **istuinpaikkojen ja lentojen saatavuudesta** (esimerkiksi ”viimeinen saatavilla oleva paikka”) annetaan selkeästi ja totuudenmukaisesti. Näihin lausuntoihin sisältyy tarvittaessa asianmukaisia täsmennyksiä (esimerkiksi ”viimeinen tällä verkkosivustolla tällä summalla saatavilla oleva istuinpaikka”). **Ilmoitettaessa lentovaihtoehtojen erityisistä hinnoista** (esimerkiksi ”hinnat alkaen 19,99 euroa”) tarjottuun hintaan myytäviä lippuja on oltava saatavilla kohtuullisia määriä, kun otetaan huomioon mainonnan laajuus. Lisäksi elinkeinonharjoittajien olisi **kutsuttava tarjouksia määräaikaisiksi** ainoastaan, jos lippuja ei ole saatavilla samaan hintaan myöhemmin.

Sen lisäksi, että edellä mainittuihin menettelyihin liittyy sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan mukaista ammatinharjoittamista ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklan mukaisia harhaanjohtavia menettelyjä koskevia huolenaiheita, ne voivat kuulua liitteessä I olevassa 5 kohdassa (täkymainonta), 7 kohdassa (perättömät tai harhaanjohtavat niukkuutta koskevat väittämät) ja 18 kohdassa (virheelliset tiedot, jotka koskevat markkinatilannetta tai mahdollisuutta löytää tuote) säädettyjen kieltojen soveltamisalaan.

Lennon sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdassa ja 7 artiklan 4 kohdan a alakohdassa tarkoitettuja **pääominaisuuksia** ovat muun muassa mahdolliset välilaskut, täsmällinen tieto lennon määränpäästä ja arvioitu lentoaika.

Tämä on erityisen merkittävää sellaisten lentoyhtiöiden osalta, jotka joskus järjestävät lentoja jonkin matkan päässä suuresta kaupungista sijaitsevilta lentoasemilta, mutta käyttävät näiden kaupunkien nimiä markkinoinnissaan. Joissain tapauksissa tällaiset kaupalliset menettelyt saattavat johtaa kuluttajia harhaan lentoaseman todellisen sijainnin suhteen ja saada kuluttajat todennäköisesti tekemään kaupallisia ratkaisuja, joita he eivät muutoin olisi tehneet. Jotkut kuluttajat maksavat mieluummin korkeamman hinnan siitä, että he saapuvat määräkaupunkia lähempänä olevalle lentoasemalle.

Esimerkki:

Barcelonan ilmoittaminen määränpääksi, kun lentoasema itse asiassa sijaitsee Reusin kaupungissa 100 kilometrin päässä Barcelonasta, katsotaan todennäköisesti harhaanjohtavaksi.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan vaatimusten lisäksi, joiden mukaisesti ilmoitettuun **hintaan** on sisällyttävä pakolliset ja ennakoitavat maksut ja verot, **lentoliikenneasetuksen (EY) N:o 1008/2008** 23 artiklan 1 kohdassa säädetään, että ”[l]opullinen hinta on aina ilmoitettava, ja sen on sisällettävä sovellettava lentohinta tai kuljetusmaksu sekä julkaisuhetkellä pakolliset ja ennakoitavat sovellettavat verot, maksut, lisämaksut ja palvelumaksut”.

Asetuksessa edellytetään myös, että

- ilmoitettu **lopullinen hinta eritellään sen osiin** (esimerkiksi lentohinta, verot, lentoasemamaksut sekä muut maksut)
- **valinnaiset lisämaksut** on ilmoitettava selkeästi, avoimesti ja yksiselitteisesti varausmenettelyn alussa

⁽⁴⁰²⁾ Kuluttajien suojaamisesta aikaosuuksia, pitkäkestoisia lomatuotteita, jälleenmyyntiä ja vaihtoa koskeviin sopimuksiin liittyvien tiettyjen seikkojen osalta annetun direktiivin 2008/122/EY arviointikertomus (COM(2015) 0644 final).

— asiakkaan **on voitava hyväksyä valinnaiset lisämaksut vapaaehtoisesti.**

Unionin tuomioistuin on selventänyt, että lähtöselvitysmaksut, joiden maksamiselta ei voida välttää, koska vaihtoehtoista maksutonta lähtöselvitystapaa ei ole, maan sisäisiin lentoihin liittyviin hintoihin sovellettava arvonlisävero sekä muulla kuin lentoliikenteen harjoittajan hyväksymällä luottokortilla suoritettuja ostoja koskevat hallinnolliset maksut ovat 23 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuja pakollisia ja ennakoitavia hinnanosia. Sen sijaan valinnaisiin lisämaksuihin sisältyvät matkustajien lähtöselvitysmaksut, joiden maksaminen voidaan välttää käyttämällä maksutonta lähtöselvitystapaa, ja arvonlisävero, jota sovelletaan kotimaan lentoja koskeviin valinnaisiin lisämaksuihin. ⁽⁴⁰³⁾

Jos verkossa palvelujaan markkinoivat matkailupalvelujen tarjoajat rikkovat kuluttajanoikeusdirektiiviä tai lentoliikenneasetusta, ne rikkovien menettelyjen näkökohdat, joita ei erityisesti säännellä näiden alakohtaisten säästöjen artikloilla, voidaan katsoa sopimattomiksi sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla, mikäli ne todennäköisesti saavat keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän muutoin ei olisi tehnyt. Tämä on arvioitava tapauskohtaisesti.

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittaja käyttää ennalta rastitettuja ruutuja tai tarjoaa lisäpalveluja epäselvällä tai moniselitteisellä tavalla salaamalla mahdollisuuden olla tilaamatta lisäpalveluja tai tekemällä lisäpalvelujen valitsematta jättämisen vaikeaksi kuluttajille. Tällä tavoin elinkeinonharjoittaja voi saada kuluttajat hyväksymään lisäpalveluja, joita he muutoin eivät olisi valinneet.
- Lentolippujen hintaan ei useimmiten sisälly matkavakuutuksen hintaa. Menettely, jossa kuluttajien, jotka eivät halua ostaa matkavakuutusta, tarvitsee napsauttaa "ei vakuutusta" -vaihtoehtoa lentolippua varatessaan, kuuluu todennäköisesti kuluttajanoikeusdirektiivin 22 artiklan ja lentoliikenneasetuksen 23 artiklan 1 kohdan soveltamisalaan. Eräät kansalliset viranomaiset olivat ryhtyneet jo ennen kuluttajansuojadirektiivin soveltamisen aloittamista toimiin tällaisia menettelyjä vastaan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla. Kansallinen viranomainen katsoi vastaavasti, että menettely, jossa kuluttajien, jotka eivät halua ostaa matkavakuutusta, täytyy lentolippua varatessaan valita "ei vakuutusta" -vaihtoehto, joka on piilotettu luetteloon mahdollisista asuinvaltioista, oli sopimaton, koska se oli huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohta) tai harhaanjohtava (6 tai 7 artikla).

Lentoliikenneasetuksen tiedotusvaatimuksia pidetään **sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 5 kohdan mukaisina olennaisina tietoina.** Ne täydentävät sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 4 kohdan vaatimuksia lentolipun kokonaishinnan ilmoittamisen osalta, mukaan luettuna se, tarvitseeko kuluttajien maksaa kehittämismaksu lähtö- tai määrä lentoasemalla. Lisäksi on syytä muistaa, että kuten 1.2.1 kohdassa todetaan, jos alakohtaista tai muuta EU:n lainsäädäntöä on olemassa ja sen säännökset ovat päällekkäisiä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännösten kanssa, erityissäännöksen vastaavilla säännöksillä on etusija.

Liikenteenharjoittajan tai matkatoimiston on ilmoitettava näkyvästi varausmenettelyn alussa tiedot varausmenettelyn jälkeen maksettavista pakollisista maksuista, jotka maksetaan esimerkiksi suoraan lentoasemalla (kuten kaikilta tietyiltä irlantilaisilta ja englantilaisilta lentoasemilta lähteviltä lentoasemilta perittävä kehittämismaksu).

Jos lentolippuja myyvät lentoyhtiöt tai välittäjät yhdistävät lisämaksun kustannukset käytettävään **maksutapaan,** alkupe-
räisen hinnan olisi sisällettävä yleisimmän maksutavan kustannukset ja, kuten asiassa Ryanair annetussa tuomiossa ⁽⁴⁰⁴⁾ selvennetään, muulla kuin lentoliikenteen harjoittajan hyväksymällä luottokortilla suoritettuja ostoja koskevat hallinnolliset maksut. Jos tällaisia maksuja ei voida laskea etukäteen, kuluttajille on ilmoitettava asianmukaisesti hinnan laskutapa sekä se, että kuluttaja voi joutua maksamaan tällaisia lisämaksuja.

Esimerkki:

Jos lentoyhtiön kanta-asiakaskortilla maksamisesta peritään 1,5 euroa, kun luottokortin käyttö maksaa 6 euroa, osto-kehotuksessa ja varausmenettelyn alussa ilmoitettavaan hintaan on sisällyttävä luottokortin käytön hinta. Useimmat kuluttajat eivät lisäksi luultavasti pysty maksamaan lentoyhtiön kanta-asiakaskortilla.

⁽⁴⁰³⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 23.4.2020, asia C-28/19, Ryanair.

⁽⁴⁰⁴⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 23.4.2020, asia C-28/19, Ryanair.

Lisäksi kuluttajanoikeusdirektiivin 19 artiklassa kielletään elinkeinonharjoittajia **perimästä kuluttajilta tietyn maksuvälineen käytöstä maksuja, jotka ylittävät elinkeinonharjoittajalle tämän välineen käytöstä aiheutuvat kustannukset**. Tätä olisi sovellettava kaikenlaisiin maksuihin, jotka liittyvät suoraan johonkin maksuvälineeseen, riippumatta siitä, miten ne esitetään kuluttajille.

Esimerkki:

Hallinto-, varaus- tai käsittelykuluiksi kutsuttujen maksujen, joita käytetään yleisesti erityisesti lento- ja laivayhtiöiden lippujen verkkomyynissä samoin kuin eri tapahtumien lippujen verkkomyynissä, olisi kuuluttava 19 artiklan soveltamisalaan, jos niitä ei peritä käytettäessä tiettyä maksuvälinettä.

Lentoliikenneasetuksen 23 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että yleisön saatavilla oleviin lentoliikenteen lentohintoihin ja kuljetusmaksuihin on sisällyttävä sovellettavat ehdot, kun lentohintoja ja kuljetusmaksuja tarjotaan tai julkaistaan missä tahansa muodossa. Unionin tuomioistuin myös korosti asiassa *Air Berlin* antamassaan tuomiossa ⁽⁴⁰⁵⁾, että lentoliikenneasetuksen 23 artiklan 1 kohdassa edellytetään, että verkossa toimivien varausjärjestelmien on ilmoitettava kuluttajille lopullinen hinta aina, kun lentoliikennepalvelujen hinnat mainitaan.

Myös **matkatavarakäytäntöjä** koskevat tiedot, mukaan lukien käsimatkatavaroiden sallittu enimmäismäärä, matkatavaroiden koko ja kaikki sovellettavat maksut, olisi esitettävä näkyvästi. Kaikki lisäkustannukset tai -maksut on ilmoitettava selkeästi. ⁽⁴⁰⁶⁾ Olemassa oleviin matkatavarakäytäntöihin tehtävistä muutoksista on tiedotettava huolellisesti kuluttajille, jotta heitä ei johdeta erityisesti sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1, 4 ja 5 kohdan mukaisesti harhaan. Keskivertokuluttajalla saattaa olla kohtuullisia odotuksia matkatavarakäytäntöjen sisällöstä, kuten sellaisten käsimatkatavaroiden sisällyttämisestä lipun hintaan, jotka ovat painoa ja kokoa koskevien kohtuullisten edellytysten mukaisia. ⁽⁴⁰⁷⁾

Esimerkkejä:

Kansallinen tuomioistuin määräsi lentoyhtiön hyvittämään asiakkaan maksaman maksun, jonka hän oli maksanut siksi, että ottanut käsimatkatavaralaukun mukaan lennolle ilman erillistä lippua, ja kehotti lentoyhtiötä poistamaan lausekkeen käyttöehdoistaan. Lentoyhtiö salli pienten matkatavaroiden tuomisen matkustamoon vain, jos ne voitiin sijoittaa edessä olevan istuimen alle, mutta suuremmista matkatavaroista, joiden paino on enintään kymmenen kiloa, vaadittiin matkatavaramaksu tai maksullinen etuoikeutettu tarkastuskortti. Tuomioistuin katsoi, että käsimatkatavarakäytäntö aiheuttaa vakavan epätasapainon osapuolten sopimussuhteeseen kuluttajan vahingoksi. ⁽⁴⁰⁸⁾

Lentoliikenneasetuksen 23 artiklan 1 kohdan mukaisesti **istumapaikan valintaan liittyvät valinnaiset maksut** (vaihtoehtona on sattumanvarainen istuinpaikkojen jakaminen ilma-aluksen eri osiin) on ilmoitettava selkeästi, avoimesti ja yksiselitteisesti varausmenettelyn alussa.

Kun elinkeinonharjoittajat mainostavat tiettyä lentolippua, niiden on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla myös ilmoitettava kyseiseen lippuun sovellettavat **peruuttamiskäytännöt** (esimerkiksi palautetaanko hinta tai onko lipun vaihtaminen mahdollista). Tämä on erityisen merkityksellistä, jos lentoliikenteen harjoittajan tai matkatoimiston lipun peruuttamisesta kuluttajalta perimät hallinnolliset maksut ovat yhtä suuret kuin itse lipun hinta. Jos lentoyhtiöiden perimät peruutusmaksut ovat jopa suuremmat kuin lipusta maksettu hinta, elinkeinonharjoittajien esittämät väittämät siitä, että peruuttaminen on mahdollista, ovat todennäköisesti harhaanjohtavia.

Käyttöön otetut menettelyt eivät myöskään saisi vaikeuttaa **perusteettomasti perittävien verojen ja maksujen perimistä takaisin**. Muussa tapauksessa tämä voi olla huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastaista sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan merkityksessä sekä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 8 ja 9 artiklassa, erityisesti 9 artiklan d alakohdassa, tarkoitettu aggressiivinen menettely.

⁽⁴⁰⁵⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 15.1.2015, asia C-573/13, *Air Berlin*.

⁽⁴⁰⁶⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 18.9.2014, asia C-487/12, *Vueling*, 36 kohta.

⁽⁴⁰⁷⁾ Ks. edellinen alaviite, 40 kohta.

⁽⁴⁰⁸⁾ Juzgado de lo Mercantil no 13 de Madrid – Juicio Verbal (250.2) 678/2019, 24. lokakuuta 2019. Päätös perustui kohtuuttomia sopimusehtoja koskevaan lainsäädäntöön.

Jos **lentoyhtiö peruuttaa lennon**, sen on annettava matkustajille selkeät tiedot lentomatkustajien oikeuksista annetun asetuksen (EY) N:o 261/2004 mukaisista matkustajien oikeuksista ja menettelyistä, joita kuluttajan on noudatettava. Se, että näitä tietoja ei toimiteta oikea-aikaisesti ja täsmällisesti, saattaa muodostaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan mukaisen huolellista ammatinharjoittamista koskevan vaatimuksen rikkomisen, minkä vuoksi sitä voidaan pitää harhaanjohtavana sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla. Esimerkiksi tiedot sovellettavista oikeuksista ja menettelyistä olisi esitettävä selkeästi, ja niissä olisi korostettava samalla tavalla niitä erilaisia lakisääteisiä vaihtoehtoja, jotka matkustajalla on lennon viivästyessä tai peruuntuessa. Tiedot olisi ilmoitettava matkustajalle oikea-aikaisesti ja käyttäjäystävällisesti esimerkiksi sähköpostissa tai tekstiviestissä olevan hyperlinkin avulla.

Esimerkkejä:

- Useat täytöntöönpanoviranomaiset ryhtyivät vuonna 2017 toimiin, kun lentoyhtiö peruutti suuren määrän lentoja **miehistön ja lentoliikenteen lakkojen** vuoksi. Lentoyhtiön todettiin toimivan harhaanjohtavasti ilmoittaessaan matkustajille peruutuksista, koska se ei antanut täydellisiä ja riittäviä tietoja kuluttajien asetuksen (EY) N:o 261/2004 mukaisista oikeuksista korvaukseen. Useat viranomaiset kehottivat lentoyhtiötä ilmoittamaan kuluttajille peruutuksesta johtuvista oikeuksista ja noudatettavista menettelyistä. ⁽⁴⁰⁹⁾
- Komissio antoi vuonna 2020 lisäohjeita EU:n matkustajien oikeuksista ja suosituksen matkakupongeista **covid-19-pandemian** aiheuttamien massiivisten peruutusten johdosta. ⁽⁴¹⁰⁾ Jos lentoyhtiö peruuttaa lentoja, liikennepalvelun tarjoajan on korvattava peruutetut lennot tai uudelleenreititettävä matkustajat. Matkakupongin muodossa tapahtuva korvaus edellyttää matkustajan suostumusta. Jos matkustajat päättävät itse peruuttaa matkansa, lipun palautusta (rahalla tai matkakupongilla) ei säännellä asetuksella (EY) N:o 261/2004, minkä vuoksi palautus riippuu lentoliikenteen harjoittajan ehdoista. ⁽⁴¹¹⁾
- Vuonna 2021 kuluttajaviranomainen määräsi kolmelle lentoyhtiölle yhteensä 8,4 miljoonan euron sakot sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin rikkomisesta covid-19-pandemian yhteydessä. Lentoyhtiöiden havaittiin rikkovan huolellista ammatinharjoittamista koskevia sääntöjä, kun ne jatkoivat lentojen peruuttamista terveydellisistä syistä sellaisina aikoina, jolloin matkustusrajoitukset oli poistettu, ja myönsivät matkustajille matkakupongeja sen sijaan, että ne olisivat tarjonneet matkustajille hinnan palauttamista lipuista. Viranomainen totesi myös, että lentoyhtiöt antoivat harhaanjohtavia tietoja ja jättivät tietoja mainitsematta, muun muassa käyttämällä menettelyjä, joilla kuluttajia kannustettiin tai pakotettiin valitsemaan matkakupongit rahallisen korvauksen sijaan. Joidenkin sakot saaneiden lentoyhtiöiden todettiin myös asettaneen matkakupongien haltijoille lisäesteitä, kuten sen, että heitä vaadittiin soittamaan tiettyyn puhelinnumeroon matkakupongien lunastamiseksi. ⁽⁴¹²⁾
- Kuluttajaviranomaisten kuluttajansuojaa koskeva yhteistyöverkosto käynnisti vuonna 2021 useita lentoyhtiötä kattaneen koordinoitun kyselyn, joka koski niiden lentojen peruutus- ja korvauskäytäntöjä covid-19-pandemian aikana ja jossa karotoitettiin koko toimialan kannalta ongelmallisia menettelyjä. Kuluttajansuojaa koskeva yhteistyöverkosto havaitsi erityisesti, että korvaukset esitettiin kuluttajille usein vähemmän näkyvästi kuin matkakupongit ja että lentoyhtiöt eivät tiedottaneet ennakoivasti asianomaisille kuluttajille heidän oikeuksistaan, mukaan lukien asetuksen (EY) N:o 261/2004 mukaisesti vaaditut tiedot. ⁽⁴¹³⁾

Lipuissa olevien nimien korjaamista koskevien menettelyjen olisi oltava avoimia ja oikeasuhteisia tapauksen olosuhteet huomioon ottaen. Menettelyjen harhaanjohtavuuteen liittyvien huolenaiheiden lisäksi lisämaksujen periminen voi joissakin tapauksissa olla 8 ja 9 artiklassa tarkoitettu aggressiivinen menettely erityisesti silloin, kun kuluttajalle esimerkiksi ilmoitetaan tällaisista maksuista vain lentoasemalla, kun lento on lähdössä. Jos menettely perustuu sopimusehtoihin, saatetaan voida soveltaa kohtuuttomia sopimusehtoja koskevaa direktiiviä (ks. 1.2.4 kohta).

⁽⁴⁰⁹⁾ AGCM, PS10972 – Ryanair, 29. toukokuuta 2018; Belgian taloustarkastuksesta vastaava viranomainen antoi kieltomääräyksen 5. lokakuuta 2017.

⁽⁴¹⁰⁾ Komission ilmoitus ”Tulkintaohjeet matkustajien oikeuksista koskevasta EU:n asetuksista covid-19-epidemian leviessä” (C(2020) 1830 final) (EUVL C 89 I, 18.3.2020, s. 1); Komission suositus (EU) 2020/648, annettu 13 päivänä toukokuuta 2020, matkustajille ja matkailijoille tarjottavista matkakupongeista vaihtoehtona hinnan palauttamiselle peruutetuista matkapaketeista ja kuljetuspalveluista covid-19-pandemian yhteydessä (EUVL L 151, 14.5.2020, s. 10).

⁽⁴¹¹⁾ Ks. myös Euroopan tilintarkastustuomioistuimen erityiskertomus 15/2021 lentomatkustajien oikeuksista covid-19-pandemian aikana, joka on saatavilla osoitteessa https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR21_15/SR_passenger-rights_covid_FI.pdf

⁽⁴¹²⁾ AGCM, PS11865-PS11830-PS11821 – Ryanair, easyJet, Volotea, 24. toukokuuta 2021, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2021/6/PS11865-PS11830-PS11821->

⁽⁴¹³⁾ Lehdistötiedote 28. kesäkuuta 2021, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_21_3283

Esimerkkejä:

Kuluttajaviranomainen määräsi eräälle lentoyhtiölle sakon, koska tämä sovelsi kuluttajiin rangaistusta, joka koostui aluksi uuden lipun ostamisesta jo ostetun palvelun käyttämiseksi ja myöhemmin 50 euron lentokohtaisesta maksusta tapauksissa, joissa matkustajan nimi oli kirjattu virheellisesti varausta tehtäessä, erityisesti sellaisissa tapauksissa, joissa toinen nimi tai sukunimi oli jätetty mainitsematta tai joissa joitakin kirjaimia oli muutettu tai puuttui. Lentoyhtiö ei toimittanut ennakkotietoja puutteellisen rekisteröinnin seurauksista, ja jotkin poikkeamat johtuivat lentoyhtiön omasta järjestelmästä, esimerkiksi siitä, että käytävissä oli rajattu määrä tilaa kaikkien matkustajien nimien tai sukunimien syöttämiseen, tai siitä, että toimintarajapintojen ja välittäjien verkkosivustojen välillä oli epäsuhta. ⁽⁴¹⁴⁾

4.3.5. Erityisesti autonvuokrausta koskevat kysymykset

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä sovelletaan sekä autonvuokrauspalveluja tarjoaviin elinkeinonharjoittajiin että välittäjiin, kuten varaus- tai vertailusivustoihin. Vuonna 2017 komissio ja kansalliset viranomaiset saivat EU:n kuluttajalainsäädännön mukaisesti viideltä autonvuokraamolta sitoumuksia, jotka koskivat seuraavia menettelyjä: ⁽⁴¹⁵⁾

- Kaikki maksut sisällytetään **varauksen kokonaishintaan**. Verkkosivuston pakettihinnan olisi vastattava lopullista hintaa, joka kuluttajien on maksettava, mukaan lukien kaikki lisäkustannukset, kuten erityiset polttoainemaksut, lentoasemien maksut, nuoren kuljettajan lisämaksut tai yhdensuuntaisen vuokrauksen lisämaksu, jos autoa ei palauteta samaan toimipisteeseen, josta se on otettu käyttöön.
- **Sopimusehdoissa** kuvataan kaikilla kansallisilla kielillä selkeästi **keskeiset vuokrapalvelut**, erityisesti vuokrauksen pääominaisuudet, kuten **sopimuksen kattamat kilometrit, polttoainekäytännöt, sopimuksen peruuttamisen ehdot ja takuuvaatimukset**.
- Hintatarjouksessa on oltava selkeät tiedot **hinnasta ja yksityiskohtaiset tiedot valinnaisista lisämaksuista**, erityisesti kun on kyse **vakuutuksista luopumisista**, jotka vähentävät vahingon aiheutuessa maksettavaa määrää, ja erityisesti siitä, mitä kuljettaja voi edelleen joutua maksamaan.

Perinteisesti autovuokraamot luovuttavat ajoneuvot **täyteen tankattuina ja edellyttävät kuluttajien palauttavan ajoneuvon täyteen tankattuna vuokrauksen jälkeen**. Kuluttajat valittivat kuitenkin, että jotkin elinkeinonharjoittajat perivät kuluttajilta lisäkuluja täydestä tankista näiden ottaessa ajoneuvon haltuunsa ja odottavat sitten kuluttajien palauttavan auton tankki tyhjänä antamatta mitään korvausta, jos tankissa on vielä polttoainetta, kun auto palautetaan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin nojalla tällaista kaupallista menettelyä **voidaan** tapauskohtaisen arvioinnin perusteella **pitää sopimattomana**, jos elinkeinonharjoittaja ei ole noudattanut direktiivin **6 ja 7 artiklassa säädettyjä tiedotusvaatimuksia**. Kun autovuokraamot vuokraavat ajoneuvon tankki täytettynä, tietoa siitä, että kuluttajan on maksettava polttoaineesta etukäteen, voidaan joissain tapauksissa pitää olennaisena tietona 6 artiklan 1 kohdan b ja d alakohdan sekä 7 artiklan 1 kohdan ja 4 kohdan a ja c alakohdan perusteella. Nämä kustannukset katsotaan todennäköisesti **pakollisiksi**, ja näin ollen ne ovat osa tuotteen kokonaishintaa 6 artiklan 1 kohdan d alakohdan sekä 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan mukaisesti. Tällainen tieto on annettava varausprosessin alussa.

Kaupallinen menettely, jossa kuluttajien on maksettava huomattavasti suuremmasta polttoainemäärästä kuin mitä he tosiasiallisesti käyttävät, voi myös joissain tilanteissa olla sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa säädettyjen **huolellisen ammatinharjoittamisen** vaatimusten vastainen.

Esimerkki:

Vuokra-ajan kesto ja paikallinen tilanne voidaan ottaa huomioon arvioitaessa, onko menettely, jossa kuluttajilta peritään maksu täydestä tankista, sopimaton. Se, että kuluttaja ehtii ajaa tankin tyhjäksi, saattaa olla epätodennäköistä esimerkiksi siksi, että ajoneuvo vuokrataan vain lyhyeksi aikaa (esimerkiksi kahdeksi tai kolmeksi päiväksi), tai maantieteellisen sijainnin vuoksi (esimerkiksi pienellä saarella vuokrattava auto).

⁽⁴¹⁴⁾ AGCM, PS11076 – Blue Panorama Airlines, 31. toukokuuta 2019, <https://en.agcm.it/en/media/press-releases/2019/5/Blue-Panorama-Airlines-fined-one-million-euro>

⁽⁴¹⁵⁾ Lehdistötiedote 19. tammikuuta 2017, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_17_86. Ks. myös jatkotoimia koskeva lehdistötiedote 25. maaliskuuta 2019, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_19_1790

Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b ja d alakohdan sekä 7 artiklan 4 kohdan a ja c alakohdan perusteella kuluttajille on ilmoitettava selvästi **vuokrauspalvelun pääominaisuudet ja hinta**. Autonvuokraussopimuksen pääominaisuuksiin ja hintaan saattaa esimerkiksi sisältyä tietoja ajoneuvon tyypistä, kustannuksista, vapautuslausekkeiden ja omavastuun laajuudesta sekä mahdollisista vaihtoehtoista (kuten talvirenkaista ja lastenistuimista).

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittajan väittämä ”nollavastuusta” voi olla harhaanjohtava, jos kuluttajalta aina peritään omavastuu vahingosta, vaikka sen kustannukset olisivat vähäiset.
- Väittämä ”sisältää täyden vakuutuksen” voi olla harhaanjohtava, jos vakuutus esimerkiksi ei kata auton katolle tai tuulilasille aiheutuvia vahinkoja.

Autovuokraamoyritysten on myös otettava **erityiset kansalliset tai paikalliset vaatimukset** huomioon.

Esimerkki:

Kansallisessa lainsäädännössä voidaan vaatia, että kaikissa ajoneuvoissa on oltava talvisin talvirenkaat. Autonvuokrauspalveluja jäsenvaltiossa talviaikaan tarjoavan yrityksen olisi näin ollen varustettava ajoneuvonsa talvirenkailla. Jos talvirenkaista peritään lisämaksu, kuluttajille on ilmoitettava tästä pakollisesta kustannuksesta heti varausmenettelyn alussa.

4.3.6. Erityisesti matkavaraussivustojen kannalta merkitykselliset kysymykset

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä sovelletaan matkapalvelua tarjoavien elinkeinonharjoittajien lisäksi myös välittäjiin, kuten matkavaraussivustoihin ⁽⁴¹⁶⁾, joiden on noudatettava edellisissä kohdissa käsitellyjä keskeisiä säännöksiä. Kuluttajien on saatava oleellisia tietoja elinkeinonharjoittajien henkilöllisyydestä, yhteystiedoista, sovellettavista peruutuskäytännöistä ja matkustusturvallisuuteen liittyvistä keskeisistä näkökohdista, esimerkiksi siitä, onko majoitusliikkeissä savu- ja hiilimonoksidi-ilmaisimia tai tarjotaanko henkilöliikennepalveluja ajoneuvoilla, jotka on tarkastettu ja vakuutettu asianmukaisesti.

Vuonna 2019 komissio ja kansalliset viranomaiset saivat **Airbnb:ltä** EU:n kuluttajalainsäädännön mukaisia sitoumuksia, jotka koskivat seuraavia menettelyjä: ⁽⁴¹⁷⁾

- Kuluttajien on nähtävä **kokonaishinta hakutuloksen esittämissivulla**, mukaan lukien kaikki sovellettavat pakolliset maksut (esimerkiksi palvelumaksut, siivousmaksut ja paikallisverot).
- Esitetään selvästi, onko kyseessä **yksityisen vai ammattimaisen majoittajan** tarjous.
- Tarjotaan verkkosivustolla helposti saatavilla oleva linkki **verkkovälitteiseen riidanratkaisufoorumiin** ⁽⁴¹⁸⁾ ja kaikki tarvittavat tiedot riidanratkaisusta.
- Selvennetään, että kuluttajat **voivat nostaa kanteen asuinmaansa tuomioistuimissa**, ja kunnioitetaan oikeutta **haastaa majoittaja oikeuteen** henkilökohtaisen vahingon tai muun vahingon tapauksessa.
- **Sitoudutaan olemaan muuttamatta ehtoja yksipuolisesti** ilman, että käyttäjille ilmoitetaan tästä selvästi ennakolta ja heille annetaan mahdollisuus purkaa sopimus.

Vuonna 2020 komissio ja kansalliset viranomaiset saivat **Booking.comilta** ja **Expediaalta** EU:n kuluttajalainsäädännön mukaisia sitoumuksia, jotka koskivat seuraavia menettelyjä: ⁽⁴¹⁹⁾

- Varmistetaan, että **hinnanalennukset ja alennukset esitetään selkeästi**, mukaan lukien se, että eri oleskelupäivien perusteella laskettuja hintoja ei esitetä alennuksena (esimerkiksi käyttämällä yliviivausta tai ilmaisua ”%:n alennus”), ja selvennetään, ovatko edullisemmat hinnat ainoastaan palkkio-ohjelmien jäsenten saatavilla.

⁽⁴¹⁶⁾ Komission vuoden 2020 tutkimuksessa tarkasteltiin matkavaraussivustojen liiketoimintamalleja, erityisesti niiden mainos- ja markkinointikäytäntöjä, sekä tällaisten käytäntöjen vaikutusta kuluttajien päätöksentekoon. Euroopan komissio, Behavioural study on advertising and marketing practices in travel booking websites and apps, 11. elokuuta 2020, saatavilla osoitteessa <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d79a2522-ddd4-11ea-adf7-01aa75ed71a1>

⁽⁴¹⁷⁾ Lehdistötiedote 11. heinäkuuta 2019, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/IP_19_3990; kuluttajansuojaa koskevan yhteistyöverkoston viranomaisten yhteinen kanta, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/final_common_position_on_airbnb_ireland_4.6.2018_en_002.pdf

⁽⁴¹⁸⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr>

⁽⁴¹⁹⁾ Lehdistötiedote 18. joulukuuta 2020, saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2444

- Selvennetään, milloin majoituspalvelujen tarjoajien saamat **maksut** ovat **vaikuttaneet sijoituksiin hakutuloksissa**, ja sisällytetään tiedot hakutuloksiin, jos ne **vastaavat hakuperusteita** (esimerkiksi jos tuloksissa näytetään hotelleja, jotka eivät ole käytettävissä määrättyinä ajankohtina, ne olisi esitettävä ainoastaan muina kuin varattavissa olevina).
- Esitetään tiedot **kävijöiden lukumäärästä ja saatavuudesta** selkeästi, mukaan lukien niihin liittyvät tarkennukset, kuten "rajoitetusti huoneita tällä verkkosivustolla" tai "samojen oleskelupäivien osalta".
- Ei **esitetä tarjousta määräaikaisena**, jos tarjous on edelleen saatavilla samaan hintaan myös myöhemmin.
- Ei rajoiteta **sopimusvelvoitteiden täyttämiseen liittyvää vastuuta** tai suljeta sitä kokonaan pois, eikä aseteta kuluttajalle yleistä ja ehdotonta velvoitetta vastata kaikista mahdollisista riskeistä.

4.4. Rahoituspalvelut ja kiinteä omaisuus

3 artiklan 9 kohta

Direktiivissä 2002/65/EY määriteltyjen rahoituspalvelujen sekä kiinteän omaisuuden osalta jäsenvaltiot voivat asettaa vaatimuksia, jotka ovat ohjailevampia tai rajoittavampia kuin tämä direktiivi alalla, jota se lähentää.

Johdanto-osan 9 kappale

Rahoituspalvelut ja kiinteä omaisuus edellyttävät monimutkaisuutensa ja niihin sisältyvien suurten riskien vuoksi yksityiskohtaisia vaatimuksia, elinkeinonharjoittajille asetettavat positiiviset velvoitteet mukaan luettuina. Tämän vuoksi tällä direktiivillä ei rahoituspalvelujen ja kiinteän omaisuuden alalla rajoiteta jäsenvaltioiden oikeutta antaa tätä direktiiviä tiukempia säännöksiä kuluttajien taloudellisten etujen suojelemiseksi.

4.4.1. Monialaiset kysymykset

Direktiivin 3 artiklan 9 kohdan perusteluna komission vuonna 2013 antamassa kertomuksessa ⁽⁴²⁰⁾ sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisesta todettiin seuraavaa:

"Tärkeimmät syyt tähän ovat: rahoituspalveluihin ja kiinteään omaisuuteen liittyvä suurempi taloudellinen riski (verrattuna muihin tavaroihin ja palveluihin); kuluttajien kokemattomuus näillä aloilla (yhdistettynä avoimuuden puutteeseen erityisesti rahoitustoimien osalta); molemmilla aloilla havaitut erityiset haavoittuvuudet, jotka altistavat kuluttajat myynninedistämiskeinoille ja painostukselle; rahoitusalan toimivaltaisten täytäntöönpanoviranomaisten kokemukset kansallisesti kehitetyistä järjestelmistä; ja rahoitusmarkkinoiden toiminta ja vakaus."

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 3 artiklan 9 kohdasta seuraa, että sen säännöksillä säädetään vain **yhdenmukaistamisen vähimmäistasosta** rahoituspalvelujen ja kiinteän omaisuuden osalta. Jäsenvaltiot voivat näin ollen hyväksyä ohjailevampia tai rajoittavampia kansallisia sääntöjä, kunhan ne ovat unionin oikeuden mukaisia.

Asiassa Citroën Belux antamassaan tuomiossa ⁽⁴²¹⁾ unionin tuomioistuimien katsoi, että jäsenvaltiot voivat kieltää yleisesti kuluttajille tehtävät yhdistetyt tarjoukset, joista **ainakin yksi osa muodostuu rahoituspalvelusta**. Tässä asiassa Citroënin tekemä yhdistetty tarjous muodostui kuuden kuukauden pituisesta ilmaisesta kaskovakuutuksesta uuden Citroën-auton ostajille. Lisäksi unionin tuomioistuin selvensi, että 3 artiklan 9 kohdassa

"[...] ei siis aseteta mitään rajoitusta sen osalta, miten rajoittavia kansalliset säännöt voivat tältä osin olla, eikä siinä säädetä arviointiperusteista, jotka koskisivat sitä, miten monimutkaisia mainittujen palvelujen on oltava tai miten paljon riskejä niihin on liitettävä, jotta niiden osalta voidaan antaa tiukempia sääntöjä." ⁽⁴²²⁾

Komission tutkimus ⁽⁴²³⁾ sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisesta rahoituspalveluihin ja kiinteään omaisuuteen osoitti, että **jäsenvaltiot ovat käyttäneet tätä poikkeusta laajalti**. Tutkimus osoitti, että useimmat näistä täydentävistä säännöistä ovat alakohtaisia velvoitteita, jotka koskevat ennen sopimuksen tekemistä annettavia

⁽⁴²⁰⁾ Ks. komission kertomus Euroopan parlamentille, neuvostolle ja Euroopan talous- ja sosiaalikomitealle, ensimmäinen kertomus direktiivin 2005/29/EY soveltamisesta (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) (COM(2013) 139 final), 3.4.3 kohta.

⁽⁴²¹⁾ Unionin tuomioistuimen tuomio 18.7.2013, C-265/12, Citroën Belux NV v. Federatie voor Verzekerings- en Financiële Tussenspersonen (FvF), 19–23 kohta.

⁽⁴²²⁾ Ks. edellinen alaviite, 25 kohta.

⁽⁴²³⁾ Euroopan komissio, Study on the application of the Unfair Commercial Practices Directive to financial services and immovable property (2011), saatavilla osoitteessa <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5550d564-65af-47c8-b7e4-a44020ad4a78>

tietoja ja sopimusta koskevia tietoja.⁽⁴²⁴⁾ Siinä havaittiin myös, että huomattavan monet kiellot koskevat pääasiassa suoramyyntiä ja myyminen edistämismenettelyjä⁽⁴²⁵⁾, menettelyjä, joissa hyödynnetään kuluttajien erityisiä heikkouksia⁽⁴²⁶⁾, tai eturistiriitatilanteiden ennaltaehkäisemistä⁽⁴²⁷⁾.

Komission kertomuksessa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltamisesta huomautettiin, että kattavista kansallisista säännöistä huolimatta sopimattomia menettelyjä rahoituspalvelujen ja kiinteän omaisuuden aloilla koskevissa tapauksissa vähintään puolessa on käytetty oikeusperustana sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöksiä.⁽⁴²⁸⁾

Huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimuksia koskeva sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan a alakohta vaikuttaa erityisen merkitykselliseltä elinkeinonharjoittajille, jotka toimivat kuluttajia kohtaan kiinteän omaisuuden ja rahoituspalvelujen aloilla.⁽⁴²⁹⁾ Jos elinkeinonharjoittaja ei noudata toiminnassaan sellaista erikoistaidon ja huolellisuuden tasoa, jota näiden kaupallisen toiminnan alojen ammattilaiselta voidaan kohtuudella odottaa, kuluttajalle saattaa aiheutua **huomattavia taloudellisia seurauksia**.

Rahoituspalvelujen⁽⁴³⁰⁾ ja kiinteän omaisuuden osalta yleisimmin raportoidut sopimattomat menettelyt (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin merkityksessä) koskevat **olennaisten tietojen puutetta mainontavaiheessa** ja **tuotteiden harhaanjohtavia kuvauksia**.⁽⁴³¹⁾ Verkkotarjouksissa ei välttämättä ole tietoa kuluttajaluoton pääominaisuuksista tai alun perin esitetyt luottokustannukset eivät sisällä kaikkia sovellettavia maksuja tai niitä ei esitetä selvästi, ymmärrettävästi ja yksiselitteisesti, kuten sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1, 2 ja 4 kohdassa edellytetään.⁽⁴³²⁾ Nämä menettelyt voivat myös merkitä muun kuluttajalainsäädännön, erityisesti kulutusluottodirektiivin ja kohtuuttomia sopimusehtoja koskevan direktiivin, rikkomista.

4.4.2. Kiinteään omaisuuteen liittyvät kysymykset

Vaikka kiinteää omaisuutta säännellään perinteisesti kansallisella tasolla, eräitä siihen liittyviä merkittäviä näkökohtia on säännelty 2016 alkaen EU:n tasolla.⁽⁴³³⁾ **Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin säännöt täydentävät yleensä sekä alakohtaista EU:n lainsäädäntöä että kansallisia sääntöjä, jotka joskus ovat tiukempia.**

Direktiivin soveltamiseen tällä alalla liittyy eräitä erityisiä kysymyksiä. Monet kuluttajat sijoittavat kiinteistöihin vaihtoehtona eläkerahastoille. He ostavat kiinteistön vuokratukseen sen ja saadakseen vuokratuloja sen sijaan, että saisivat korkoa johonkin rahoitustuotteeseen sijoittamisesta. Tämä herättää kysymyksiä siitä, miten **kuluttajan käsitettä sovelletaan kiinteistöjen ostajiin**.

⁽⁴²⁴⁾ Esimerkiksi rahoituspalvelujen osalta erityiset tiedotusvaatimukset pankkialalla (esimerkiksi kun kyseessä on Saksassa olevalle kolmannelle henkilölle myönnettävä vakuudella vahvistettu luotto tai valuutanvaihtopalvelujen mainonta Espanjassa), sijoituspalvelujen alalla, vakuutusosalalla ja rahoituksen välittäjien osalta. Kiinteän omaisuuden osalta omaisuuden ostoon, itse liiketoimeen, kiinteistönvälittäjään ja rakennussopimuksiin liittyvät tiedotusvaatimukset.

⁽⁴²⁵⁾ Esimerkiksi "cold calling -tekniikan", ei-toivottujen sähköpostiviestien ja kiinnelainojen kotimyyntin kieltäminen ja kiinteistönvälittäjälle annettu kiello säilyttää rahaa ilman laillista syytä Itävallassa, rahaluottojen kotimyyntin kieltäminen Alankomaissa sekä yhdistettyjen tarjousten kieltäminen Belgiassa ja Ranskassa.

⁽⁴²⁶⁾ Esimerkiksi kiskurilainojen kieltäminen useimmissa jäsenvaltioissa, Ranskassa sellaisen mainonnan kieltäminen, jonka mukaan laina voidaan myöntää ilman todistetta kuluttajan taloudellisesta tilanteesta, tai Itävallassa kiello myöntää automaattikortteja alaikäisille ilman oikeudellisen edustajan ennakkolupaa.

⁽⁴²⁷⁾ Esimerkiksi Tanskassa pankkeja on kielletty rahoittamasta omien osakkeidensa ostoa, kun ostajana on pankin asiakas; Ranskassa pankkeja on kielletty estämästä asiakkaitaan käyttämästä toista vakuutuksen tarjoajaa (muuta kuin pankin suosittelemaa) silloin, kun niiden takaukset ovat samantasoiset.

⁽⁴²⁸⁾ Kiinnitysluottojen osalta kuluttajien luottosopimuksista annetussa direktiivissä 2014/17/EU, jäljempänä 'kiinnitysluottodirektiivi', on otettu käyttöön erityisiä sääntöjä, jotka koskevat menettelytapoja tarjottaessa luottoa kuluttajille (kiinnitysluottodirektiivin 7 artikla) ja luotonantajien kytkykauppaa ja yhdistettyjä tarjouksia (kiinnitysluottodirektiivin 12 artikla).

⁽⁴²⁹⁾ Kiinnitysluottojen osalta ks. myös kiinnitysluottodirektiivin (direktiivi 2014/17/EU) erityiset säännöt, jotka koskevat menettelytapoja tarjottaessa luottoa kuluttajille (kiinnitysluottodirektiivin 7 artikla) ja neuvontapalveluja koskevia vaatimuksia (kiinnitysluottodirektiivin 22 artikla), sekä tuotevalvonnan ja -hallinnan järjestämistä koskevat Euroopan pankkiviranomaisen ohjeet, jotka ovat saatavilla osoitteessa <https://www.eba.europa.eu/guidelines-on-product-oversight-and-governance-arrangements-for-retail-banking-products>

⁽⁴³⁰⁾ Vähittäisrahoituspalvelujen osalta ks. myös Euroopan pankkiviranomaisen kuluttajatrendejä koskeva kertomus, saatavilla osoitteessa: <https://www.eba.europa.eu/eba-assesses-consumer-trends-20202021>, ja komission kiinnitysluottodirektiivin arviointi, saatavilla osoitteessa: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e4a1db26-2f94-11eb-b27b-01aa75ed71a1>

⁽⁴³¹⁾ COM(2013) 139 final, 3.4.3 kohta.

⁽⁴³²⁾ Kuluttajansuojaa koskevan yhteistyöverkoston viranomaiset ja komissio tekivät vuonna 2021 koordinoitun tarkastuksen 118 verkkosivustolle, jotka mainostivat tai tarjosivat suoraan kuluttajaluottosopimuksia verkossa. Niistä verkkosivustoista, jotka merkitettiin lisätutkimuksia varten, 45 prosentilla todettiin mahdollisesti rikotun sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä. Tarkastuksen tiedot ovat saatavilla osoitteessa https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/sweeps_en#2021-mini-sweep-on-consumer-credit

⁽⁴³³⁾ Direktiivi 2014/17/EU (kiinnitysluottodirektiivi).

Direktiivin 2 artiklan a alakohdan mukaisesti kuluttajaksi katsotaan luonnollinen henkilö, joka **"toimii tarkoituksessa, joka ei kuulu hänen elinkeino-, liike-, käsiteollisuus- tai ammattitoimintaansa"**. Näin ollen sen, että luonnollinen henkilö ostaa kiinteää omaisuutta sijoitustarkoituksessa, ei pitäisi vaikuttaa hänen asemaansa kuluttajana, **mikäli tämä ei kuulu hänen ammattitoimintaansa**. Tästä syystä direktiivi koskee ja suojaa esimerkiksi sellaista ostajaa, jota kiinteistökehittäjä johtaa harhaan oston suhteen.

Esimerkki:

Saksalainen opettaja päättää ostaa kaksi asuntoa Espanjassa sijaitsevasta lomakylästä vuokrataksaan niitä muille ja muuttaakseen itse myöhemmin eläkkeelle jäätyään Espanjaan. Mikäli hän tekee tämän ammattitoimintansa ulkopuolella, hänet katsotaan direktiivin mukaiseksi kuluttajaksi suhteessa hänen Espanjassa oleviin asuntoihinsa.

Elinkeinonharjoittajan käsitettä voidaan soveltaa vuokranantajiin. Direktiivin 2 artiklan b alakohdan mukaisesti elinkeinonharjoittaja on luonnollinen tai oikeushenkilö, joka **"toimii tarkoituksessa, joka liittyy hänen elinkeino-, liike-, käsiteollisuus- tai ammattitoimintaansa"**. Näin ollen pelkästään se, että henkilö vuokraa huoneistoa tai taloa jollekulle toiselle, ei automaattisesti tee hänestä elinkeinonharjoittajaa suhteessa vuokralaiseensa. Jos henkilö kuitenkin saa oleellisen osan tuloistaan huoneistojen vuokraamisesta muille, häntä voidaan tietyissä olosuhteissa pitää sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin mukaisena elinkeinonharjoittajana (ks. myös elinkeinonharjoittajan käsitettä koskeva 2.2 kohta).

Koska kuluttajien tekemä kiinteän omaisuuden ostopäätös on merkittävä ja ainutlaatuinen, elinkeinonharjoittajien on kiinnitettävä erityistä huomiota sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin **6 ja 7 artiklan tiedotusvaatimusten** noudattamiseen. Unionin tuomioistuin on kohtuuttomia sopimusehtoja koskevan direktiivin yhteydessä korostanut perheen asunnon merkitystä perusoikeutena. ⁽⁴³⁴⁾

Esimerkkejä:

- Kuluttajat, jotka ovat ostaneet asuntoja tietyistä kiinteistöhankeista, havaitsivat rakennusten valmistumisen jälkeen, että asuntoja ei ollut liitetty vesi- eikä sähköverkkoon. Tätä koskeva tieto katsottaisiin todennäköisesti olennaiseksi tiedoksi 'tuotteen pääominaisuuksista' sekä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan että 7 artiklan 4 kohdan a alakohdan mukaisesti. Se, että asunnon liittäminen näihin verkkoihin edellyttää lisäpalvelua, saattaa olla olennainen tieto myös 6 artiklan 1 kohdan e alakohdan nojalla.
- Kiinteistön pinta-ala voidaan katsoa olennaiseksi tiedoksi 6 artiklan 1 kohdan a ja b alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan a alakohdan perusteella.
- Kiinteistön hinta, johon sisältyy arvonlisävero ja kaikki pakolliset maksut, kuten myyntitoimiston tai välittäjän provisio, on olennainen tieto 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan perusteella.

4.4.3. Rahoituspalveluihin liittyvät erityiset kysymykset

Koska tällä alalla on olemassa kattava alakohtainen EU:n lainsäädäntö, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin "turvaverkkoluonne" on erityisen selkeä tässä yhteydessä. ⁽⁴³⁵⁾

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivissä 2002/65/EY ⁽⁴³⁶⁾ rahoituspalveluilla tarkoitetaan **"pankki-, luotto-, vakuutus-, yksilöllisiä eläkejärjestely-, sijoitus- tai maksupalveluja"**. ⁽⁴³⁷⁾ Usean eri alan alakohtainen EU:n lainsäädäntö on merkityksellistä rahoituspalveluihin liittyvän kuluttajansuojan kannalta. Esimerkkeinä voidaan mainita seuraavat:

— direktiivi 2014/65/EU rahoitusvälineiden markkinoista (MiFID II)

⁽⁴³⁴⁾ Ks. muun muassa unionin tuomioistuimen tuomio 14.3.2013, C-415/11, Aziz, 61 kohta, ja unionin tuomioistuimen tuomio 10.9.2014, C-34/13, Kusionova, 64 kohta.

⁽⁴³⁵⁾ Kiinnitysluottodirektiivin 12 artiklassa kielletään kytkykauppa. Lisäksi äskettäin annetut EU:n säädökset sisältävät erityisiä säännöksiä ristiinmyyntikäytännöistä, jotka koskevat maksutilejä (ks. maksutileihin liittyvien maksujen vertailukelpoisuudesta, maksutilien siirtämisestä ja mahdollisuudesta käyttää perusmaksutilejä annetun direktiivin 2014/92/EU 8 artikla) ja sijoituspalveluja (ks. rahoitusvälineiden markkinoista annetun direktiivin 2014/65/EU 24 artiklan 11 kohta). Lisäksi vakuutusten tarjoamista koskeva direktiivi (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (EU) 2016/97, annettu 20 päivänä tammikuuta 2016, vakuutusten tarjoamisesta [EUVL L 26, 2.2.2016, s. 19]) sisältää etämyyntiä koskevia sääntöjä.

⁽⁴³⁶⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2002/65/EY, annettu 23 päivänä syyskuuta 2002, kuluttajille tarkoitettujen rahoituspalvelujen etämyynnistä ja neuvoston direktiivin 90/619/ETY sekä direktiivien 97/7/EY ja 98/27/EY muuttamisesta (EYVL L 271, 9.10.2002, s. 16).

⁽⁴³⁷⁾ Kuluttajille tarkoitettujen rahoituspalvelujen etämyynnistä annetun direktiivin 2002/65/EY 2 artiklan b alakohta.

- direktiivi (EU) 2015/2366 maksupalveluista
- direktiivi 2008/48/EY kulutusluottosopimuksista
- direktiivi 2014/17/EU kuluttajille tarkoitetuista kiinteää asunto-omaisuutta koskevista luottosopimuksista
- direktiivi 2014/92/EU maksutileihin liittyvien maksujen vertailukelpoisuudesta, maksutilien siirtämisestä ja mahdollisuudesta käyttää perusmaksutilejä
- direktiivi (EU) 2016/97 vakuutusten tarjoamisesta
- asetus (EU) 2015/751 ⁽⁴³⁸⁾, korttipohjaisista maksutapahtumista veloitettavista siirtohinnoista
- asetus (EU) N:o 1286/2014 vähittäismarkkinoille tarkoitettuja paketoituja ja vakuutusmuotoisia sijoitustuotteita (PRIIP-tuotteita) koskevista avaintietoasiakirjoista.

Rahoituspalvelutuotteita on usein vaikea ymmärtää ja niihin voi liittyä huomattavia taloudellisia riskejä, joten elinkeinonharjoittajien olisi noudatettava toiminnassaan erityisen huolellisesti sellaista erikoistaidon ja huolellisuuden tasoa, jota näiden kaupallisen toiminnan alojen ammattilaiselta voidaan kohtuudella odottaa, **vrt. sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdan a alakohta**.

Esimerkki:

Kulutusluottodirektiivin 5 artiklan 6 kohdan mukaisesti luotonantajien ja tapauksen mukaan luotonvälittäjien on annettava kuluttajalle riittävät selvitykset, jotta kuluttaja kykenee arvioimaan, soveltuuko tarjottu luottosopimus hänen tarpeisiinsa ja taloudelliseen tilanteeseensa, tarvittaessa selittämällä kulutusluottodirektiivin 5 artiklan 1 kohdan mukaiset ennen sopimuksen tekoa annettavat tiedot, tarjottujen tuotteiden olennaiset ominaisuudet ja niiden mahdolliset erityiset vaikutukset kuluttajaan, sekä myös kuluttajan suoritettavaksi tulevien maksujen laiminlyönnin seuraamukset.

Elinkeinonharjoittajat eivät myöskään saisi harjoittaa sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 6 ja 7 artiklassa tarkoitettuja **harhaanjohtavia menettelyjä**, joita ovat muun muassa

- todellista vuosikorkoa sekä lainan kokonaiskustannuksia koskevien tietojen puuttuminen mainonnasta
- harhaanjohtavat tarjoukset matalakorkoisista luottosopimuksista
- asianmukaisten tietojen puute sopimusten allekirjoittamiseen liittyvistä oikeudellisista velvollisuuksista.

Esimerkkejä:

- Elinkeinonharjoittajat eivät saa liioitella taloudellisia hyötyjä, jättää mainitsematta kuluttajalle tietoja taloudellisista riskeistä eivätkä tukeutua liiaksi rahoitustuotteen aiempaan tuottoon.
- Rahoitustuotteen direktiivin 6 artiklan 1 kohdan b alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan a alakohdan mukaisiin pääominaisuuksiin voi kuulua muun muassa tieto siitä, että rahoitustuote lasketaan muun kuin sen maan valuutassa, jossa sopimus tehdään. ⁽⁴³⁹⁾
- Direktiivin 6 artiklan 1 kohdan d alakohdan ja 7 artiklan 4 kohdan c alakohdan mukaisesti maksujen esitys- ja laskentatavan on sisällettävä kaikki kuluttajille aiheutuvat kustannukset, esimerkiksi edustajien tai välittäjien maksuihin tai tilinylitysmaksuihin liittyvät palvelun kustannukset. Maksujen esitys- ja laskentatavassa olisi myös esitettävä selvästi, että erityisen matalaa korkoa ja/tai maksua sovelletaan vain tietyn rajallisen ajan.

Direktiivin 8 ja 9 artiklassa vahvistetaan **aggressiivisten kaupallisten menettelyjen** arviointiperusteet. Direktiivin **liitteessä I olevassa 27 kohdassa** viitataan erityisesti erääseen rahoituspalvelualan aggressiiviseen kaupalliseen menettelyyn, joten sitä on pidettävä **sopimattomana kaikissa olosuhteissa**:

Liitteessä I oleva 27 kohta

Vaatus, että kuluttajan, joka haluaa tehdä korvaushakemuksen vakuutuksen perusteella, on esitettävä asiakirjoja, joita ei kohtuudella voida pitää korvaushakemuksen hyväksyttävyyden kannalta olennaisina, tai järjestelmällinen vastaamatta jättäminen asiaan liittyvään kirjeenvaihtoon, jotta kuluttaja jättäisi käyttämättä hänelle sopimuksen perusteella kuuluvia oikeuksia.

⁽⁴³⁸⁾ Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) 2015/751, annettu 29 päivänä huhtikuuta 2015, korttipohjaisista maksutapahtumista veloitettavista siirtohinnoista (EUVL L 123, 19.5.2015, s. 1).

⁽⁴³⁹⁾ Valuuttalainojen osalta kiinnitysluottodirektiivin (direktiivi 2014/17/EU) 23 artiklassa säädetään erityisistä säännöistä, joilla pyritään rajoittamaan kuluttajille aiheutuvaa valuuttariskiä.

Esimerkkejä:

- Joissain olosuhteissa palvelun siirtämisen ⁽⁴⁴⁰⁾ esteitä voidaan pitää aggressiivisina kaupallisina menettelyinä ja näin ollen sopimattomina 9 artiklan d alakohdan perusteella. ⁽⁴⁴¹⁾
- Liitteessä I olevaa 27 kohtaa on sovellettu vakuutuslalla tilanteisiin, joissa vakuutusenantajat kieltäytyvät maksamasta korvauksia vaatimalla kuluttajia, jotka haluavat tehdä korvaushakemuksen vakuutuksen perusteella, esittämään asiakirjoja, joita ei kohtuudella voida pitää korvaushakemuksen hyväksyttävyyden kannalta olennaisina. Näissä tapauksissa elinkeinonharjoittajat jättivät järjestelmällisesti vastaamatta asiaan liittyvään kirjeenvaihtoon saadakseen kuluttajat luopumaan heille sopimuksen perusteella kuuluvista oikeuksista.

Kansalliset viranomaiset ovat soveltaneet sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä laajalti rahoituspalvelujen alalla.

Esimerkki:

Kansallinen viranomainen ryhtyi oikeustoimiin tiettyjä pankkeja vastaan, jotka olivat antaneet harhaanjohtavia tietoja tiettyihin rahoitustuotteisiin, kuten Lehman Brothersin joukkovelkakirjalainoihin, liittyvistä riskeistä. ⁽⁴⁴²⁾ Määrittäessään, olivatko tällaiset menettelyt harhaanjohtavia, kansallinen viranomainen otti huomioon, että kuluttajat, joihin pankit olivat kohdentaneet toimensa näiden joukkovelkakirjalainojen myymiseksi, olivat tavallisia käyttötilien haltijoita, jotka eivät olleet perehtyneitä tällaisiin rahoitustuotteisiin.

⁽⁴⁴⁰⁾ Direktiivillä 2014/92/EU maksutileihin liittyvien maksujen vertailukelpoisuudesta, maksutilien siirtämisestä ja mahdollisuudesta käyttää perusmaksutilejä otetaan käyttöön erityinen menettely, jota maksutilien tarjoajien on noudatettava (10 artikla), ja nämä velvoitetaan tiedottamaan kuluttajille siirtopalvelusta (14 artikla).

⁽⁴⁴¹⁾ Ks. samasta aiheesta rahoitusvakauden, rahoituspalvelujen ja pääomamarkkinaunionin pääosaston (FISMA) rahoituspalvelujen ja -tuotteiden siirtämistä koskeva tutkimus, joka on saatavilla osoitteessa <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a11e1d38-2562-11eb-9d7e-01aa75ed71a1/language-en>

⁽⁴⁴²⁾ Kreikan kehitysministeriö, kuluttaja-asioiden pääosasto, kuluttajansuojaosasto, Citibank PLC:lle määrätty 1 000 000 euron sakko, Ateena, 27. maaliskuuta 2009.

LIITE

**Luettelo tässä tiedonannossa mainituista unionin tuomioistuimessa käsitellyistä asioista
(järjestetty tuomionantamisvuoden mukaan)**

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
2009		
Yhdistetyt asiat C-261/07, Total Belgium, ja C-299/07 Galatea BVBA	— Direktiivin täydellistä yhdenmukaistamista koskeva luonne on esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jossa säädetään yhdistettyjen tarjousten yleisestä kiellosta, vaikka tällaisella kansallisella lainsäädännöllä tarjottaisiin parempi kuluttajansuoja. — Jäsenvaltiot voivat säätää yleisestä kiellosta ottamatta huomioon erityisiä olosuhteita ainoastaan direktiivin liitteessä I lueteltujen menettelyjen osalta.	1.1. Aineellinen soveltamisala
2010		
C-304/08, Plus Warenhandels-gesellschaft	— Direktiivin aineellinen soveltamisala on laaja, mukaan lukien kansallinen lainsäädäntö, jolla pyritään rajoittamaan kilpailunvastaista menettelyä, jotka vaikuttavat myös kuluttajiin. — Direktiivi on esteenä sellaisten kaupallisten menettelyjen yleiselle kiellolle, joissa kuluttajien osallistuminen palkintokilpailuun tai arpajaisiin edellyttää tavaroiden ostamista tai palvelujen käyttämistä, sillä tällaisia käytäntöjä ei mainita direktiivin liitteessä I.	1.1. Aineellinen soveltamisala
C-540/08, Mediaprint	— Lisäetujen käyttöä myynnissä koskeva yleinen kansallinen kiello, jolla pyritään saavuttamaan kuluttajansuoja, on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastainen.	1.1. Aineellinen soveltamisala
C-522/08, Telekom. Polska	— Direktiivi on esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jossa tiettyjä poikkeuksia lukuun ottamatta ja ottamatta huomioon erityisiä olosuhteita kielletään yleisesti myyjän kuluttajalle tekemät yhdistetyt tarjoukset. — Näin on myös silloin, kun tällainen kansallinen lainsäädäntö on sallittua puitedirektiivin ja yleispalveludirektiivin nojalla.	1.1. Aineellinen soveltamisala
2011		
C-122/10, Ving Sverige	— Jotta kaupallinen viesti voidaan määritellä osto-kehotukseksi, ei näin ollen ole tarpeen, että siinä annetaan tuotteen ostamiseen tosiasiallinen mahdollisuus tai että kaupallinen viesti esitetään sellaisen mahdollisuuden yhteydessä. — ”Alkaen-hintojen” käyttö ei ole sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin vastaista edellyttäen, että lopullista hintaa ei voida ”kohtuudella laskea etukäteen”.	2.9.4. Asiayhteys ja käytetyn viestintävälineen rajoitukset 2.9.5. Ostokehotusten olennaiset tiedot – 7 artiklan 4 kohta

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
	— Tuotteen pääominaisuuksia koskevien ostokehutuksessa ilmoitettavien tietojen laajuutta on arvioitava ostokehutuksen asiayhteyden, tuotteen luonteen ja ominaisuuksien ja käytetyn viestintävälineen perusteella.	
C-288/10, Wamo	— Kansalliset säännöt, joilla kielletään hinnanalennukset alennusmyyntejä edeltävinä ajanjaksoina, eivät ole yhteensopivia direktiivin kanssa siltä osin kuin niillä pyritään suojelemaan kuluttajien taloudellisia etuja.	1.1. Aineellinen soveltamisala
C-126/11, Inno	— Kansallinen säännös ei kuulu direktiivin soveltamisalaan, jos sillä pyritään ainoastaan, kuten ennakkoratkaisua pyytänyt tuomioistuim on katsonut, sääntelemään kilpailijoiden välisiä suhteita eikä suojelemaan kuluttajia.	1.1. Aineellinen soveltamisala

2012

C-428/11, Purely Creative	— Liitteessä I olevassa 31 kohdassa kielletään kaikki menettelyt, joissa palkinnon saamiseksi kuluttajan on maksettava rahaa tai vastattava mistä tahansa kustannuksista. — Tällaiset menettelyt ovat kiellettyjä, vaikka asiakkaan käytettävissä olisi useita tapoja saada palkinto, joista osa on maksuttomia. — Sillä ei ole merkitystä, mitä kustannuksia palkinnon saamisesta aiheutuu, sillä tämä menettely on lueteltu liitteessä I, ja näin ollen direktiivillä pyritään välttämään vaikeita arvioita kunkin tapauksen erityisistä olosuhteista, kuten silloin, kun palkinnon arvoa verrataan asiakkaan palkinnon hankkimisesta aiheutuviin kustannuksiin.	3.8. Palkinnot – nro 31
C-559/11, Pelckmans Turnhout	— Kansallisella kiellolla pitää kaupat auki seitsemänä päivänä viikossa katsottiin pyrittävän ainoastaan suojelemaan jakelualan työntekijöiden etuja eikä kuluttajia.	1.1. Aineellinen soveltamisala
C-453/10, Pereničová ja Perenič	— Sopimusehdoissa annettu virheellinen tieto on sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettulla tavalla harhaanjohtava, jos se saa tai todennäköisesti saa keskivertokuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt.	1.2.4. Vuorovaikutus kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin kanssa

2013

C-206/11, Köck	— Kansallisella lainsäädännöllä, jonka mukaan loppuunmyynnistä ilmoittaminen on sallittua vain toimivaltaisen hallintoviranomaisen antaman luvan perusteella, katsottiin pyrittävän kuluttajien suojeluun eikä vain kilpailijoiden ja muiden markkinatoimijoiden suojeluun.	1.1. Aineellinen soveltamisala
-----------------------	---	--------------------------------

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
C-435/11, CHS Tour Services	— Jos kaupallinen menettely täyttää kaikki 6 artiklan 1 kohdassa asetetut harhaanjohtavan menettelyn perusteet suhteessa kuluttajaan, ei ole tarpeen määrittää, onko menettely myös direktiivin 5 artiklan 2 kohdan a alakohdassa tarkoitettujen huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen.	2.7. 5 artikla – Huolellinen ammatinharjoittaminen
C-59/12, BKK Mobil Oil	— Julkisoikeudellinen laitos, joka hoitaa lakisääteisen sairausvakuutusjärjestelmän hallinnon kaltaista yleishyödyllistä tehtävää, voidaan katsoa elinkeinonharjoittajaksi.	2.2. Elinkeinonharjoittajan käsite
C-265/12, Citroën Belux	— Jäsenvaltiot voivat asettaa yleisen kiellon kuluttajille tehtäville yhdistetyille tarjouksille, jos ainakin yksi näiden tarjousten osatekijöistä on rahoituspalvelu.	4.4. Rahoituspalvelut ja kiinteä omaisuus
C-281/12, Trento Sviluppo	— Laajan tulkinnan vahvistaminen: kaupallisen ratkaisun soveltamisalaan ei kuulu yksinomaan ratkaisu tuotteen hankkimisesta tai hankkimatta jättämisestä, vaan myös siihen suoraan liittyvä ratkaisu, etenkin astuminen sisään kauppaan.	2.4. Kaupallista ratkaisua koskeva testi
C-391/12, RLvS	— Tilanteessa, jossa toimijan kaupallisia menettelyjä käyttää toinen yritys, joka toimii tämän toimijan nimissä ja/tai sen puolesta, sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin voitaisiin tietyissä tapauksissa vedota sekä kyseistä toimijaa että tätä yritystä vastaan, mikäli ne vastaavat elinkeinonharjoittajan määritelmää. — Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaan direktiiviin ja erityisesti sen liitteessä I olevaan 11 kohtaan ei voida vedota lehtikustantajia vastaan. Direktiivi ei näin ollen ole esteenä sellaisen kansallisen säännöksen soveltamiselle, jonka mukaan lehtikustantajien on esitettävä erityinen maininta, tässä asiassa ilmaisu ”ilmoitus”, aikakauslehdissään olevissa kaikissa sellaisissa julkaisuissa, joista ne saavat maksun, ellei julkaisuja voida jo sijaintinsa ja ulkoasunsa perusteella yleisesti tunnistaa ilmoituksiksi.	2.2. Elinkeinonharjoittajan käsite 2.3. Kaupallisen menettelyn käsite
C-343/12, Euronics	— Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi on esteenä kansalliselle säännökselle, jolla kielletään myynti tappiollisesti, vain siltä osin kuin tavoitteena on myös suojella kuluttajia.	1.1. Aineellinen soveltamisala

2014

C-421/12, komissio v. Belgian kuningaskunta	— Kansallinen säännöstö, jolla kielletään yleisesti menettelyt, joita ei mainita liitteessä I, suorittamatta yksilöllistä arviointia niiden ”sopimattomuudesta” kyseisen direktiivin 5–9 artiklassa vahvistettujen arviointiperusteiden nojalla, on ristiriidassa kyseisen direktiivin 4 artiklan sisällön kanssa eikä se vastaa mainitulla direktiivillä tavoiteltua täydellisen yhdenmukaistamisen tavoitetta.	1.2.5. Vuorovaikutus hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin kanssa
--	--	---

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
	- Hintatarjoukset ja täydelliseen yhdenmukaistamiseen pyrkivä luonne hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin yhteydessä. - Se, että elinkeinonharjoittaja jättää mainitsematta kansallisissa säännöksissä edellytetyt tietoja voimassa olevien EU:n säädösten vähimmäislausekkeiden sallimalla tavalla, ei ole olennaisten tietojen mainitsematta jättämistä eikä siten direktiivin mukaista harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä.	
C-515/12, "4finance" UAB v. Liettuan valtiovarainministeriö	Pyramidimyyntijärjestelmä on sopimaton kaupallinen menettely vain silloin, kun tällainen järjestelmä edellyttää kuluttajalta minkä tahansa suuruista taloudellista suoritusta, jonka vastineena kuluttajalla on mahdollisuus saada korvausta etupäässä muiden kuluttajien värvämisestä järjestelmään eikä tuotteiden myynnistä tai kulutuksesta.	3.2. Pyramidijärjestelmät – nro 14

2015

C-388/13, UPC	Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan c ja d alakohdassa, 3 artiklan 1 kohdassa tai 6 artiklan 1 kohdassa vahvistetuissa määritelmissä sen enempää kuin kyseisessä direktiivissä kokonaisuutena tarkasteltunakaan ei nimittäin ole mitään, minkä perusteella elinkeinonharjoittajan toiminnan tai toimimatta jättämisen olisi oltava toistuvaa tai koskettava useampaa kuin yhtä kuluttajaa.	2.3. Kaupallisen menettelyn käsite
C-13/15, Cdiscount	On kansallisten viranomaisten ja tuomioistuinten vastuulla ratkaista, onko kansallisella säännöksellä tarkoitus suojella kuluttajien etuja.	1.1. Aineellinen soveltamisala
Unionin tuomioistuimen tuomio, yhdistetyt asiat C-544/13 ja C-545/13, Abcur.	- Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin soveltaminen ei ole pois suljettua, vaikka tiettyihin tosiseikkoihin sovelletaan myös muuta EU:n lainsäädäntöä. - Siinäkin tapauksessa, että kyseessä olevien kaltaiset ihmisille tarkoitetut lääkkeet kuuluisivat direktiivin 2001/83/EY soveltamisalaan, näitä lääkkeitä koskevat mainontamenettelyt voivat kuulua myös direktiivin 2005/29/EY soveltamisalaan, edellyttäen, että kyseisen direktiivin soveltamisedellytykset täyttyvät.	1.2.1. Suhde muuhun EU:n lainsäädäntöön

2016

C-310/15, Sony	Tietokoneen myynti siten, että kuluttajalla ei ole mahdollisuutta ostaa samanlaista tietokonetta, jossa ei ole esiasennettuja ohjelmistoja, ei sellaisenaan ole sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 2 kohdassa tarkoitettu sopimaton kaupallinen menettely, ellei menettely ole huolellisen ammatinharjoittamisen vaatimusten vastainen ja olennaisesti vääristä tai ole omiaan olennaisesti vääristämään keskivertokuluttajan taloudellista käyttäytymistä kyseiseen tuotteeseen nähden.	4.2.11. Kuluttajien lukkiutuminen
-----------------------	--	-----------------------------------

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
	— Se, että ei ole erikseen ilmoitettu kunkin edellä mainitun tietokoneelle esiasennetun ohjelmiston hintaa, ei ole sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 5 artiklan 4 kohdan a alakohdassa ja 7 artiklassa tarkoitettu harhaanjohtava kaupallinen menettely.	
C-476/14, Citroën	— Jos sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi on ristiriidassa sopimattomien kaupallisten menettelyjen yksittäisiä näkökohtia säätelevien muiden unionin oikeuden sääntöjen kanssa, jälkimmäisillä on etusija ja niitä sovelletaan kyseisiin yksittäisiin näkökohtiin. Hintojen ilmoittamista koskeva direktiivillä 98/6/EY on etusija, koska sillä säännellään yksittäisiä näkökohtia, jotka liittyvät tuotteiden myyntihinnan ilmoittamiseen myyntitarjouksissa ja mainoksissa.	1.2.5. Vuorovaikutus hintojen ilmoittamista koskevan direktiivin kanssa
C-611/14, Canal Digital Danmark	— Direktiivin 7 artiklan 1 ja 3 kohdassa tarkoitetun harhaanjohtavan mainitsematta jättämisen arvioinnissa on otettava huomioon ne arviointiperusteet, jotka liittyvät siihen asiayhteyteen, jossa tätä menettelyä harjoitetaan, vaikka sitä ei olisi kirjoitettu kansallisessa lainsäädännössä, vaan ainoastaan valmisteluasiakirjoissa. — Direktiivin 7 artiklan 4 kohta sisältää tyhjentävän luettelon niistä olennaisista tiedoista, jotka on sisällytettävä osto-kehotukseen. Se, että elinkeinonharjoittaja antaa kaikki tiedot, ei estä pitämästä tätä kehotusta 6 artiklan 1 kohdassa tai 7 artiklan 2 kohdassa tarkoitettuna harhaanjohtavana menettelynä. — Kun elinkeinonharjoittaja ilmoittaa tilauksen hinnan siten, että kuluttajan on maksettava sekä kuukausimaksu että puolivuositainen maksu, tätä menettelyä on pidettävä 7 artiklassa tarkoitettuna harhaanjohtavana mainitsematta jättämisenä, jos markkinoinnissa korostetaan erityisesti kiinteää kuukausihintaa, kun taas puolivuositainen maksu jätetään kokonaan mainitsematta tai mainitaan ainoastaan kuukausihintaa huomaamattomalla tavalla, jos tällainen laiminlyönti saa kuluttajan tekemään kaupallisen ratkaisun, jota hän ei muuten olisi tehnyt. — Kun elinkeinonharjoittaja jakaa tuotteen hinnan useisiin osatekijöihin ja korostaa niistä vain yhtä, kyseistä menettelyä on pidettävä 6 artiklan 1 kohdassa tarkoitettuna harhaanjohtavana toimenä, koska tällaisella menettelyllä annetaan todennäköisesti keskivertokuluttajalle virheellinen vaikutelma, jonka mukaan hänelle tarjottu hinta on edullinen, ja saadaan hänet tekemään kaupallinen ratkaisu, jota hän ei muuten olisi tehnyt. Tiettyihin viestintävälineisiin, kuten televisiomainoksiin, mahdollisesti kohdistuvia aikaan liittyviä rajoituksia ei voida ottaa huomioon.	2.8.2. Hintaedut 2.9.4. Asiayhteys ja käytetyn viestintävälineen rajoitukset 2.9.5. Osto-kehotusten olennaiset tiedot – 7 artiklan 4 kohta
C-667/15; Loterie Nationale	— Kaupallinen menettely, joka luokitellaan liitteessä I olevassa 14 kohdassa tarkoitetuksi pyramidimyyntijärjestelmäksi siinäkin tapauksessa, että tällaisen järjestelmän uusien jäsenten maksamien suoritusten ja järjestelmään jo liittyneiden jäsenten saamien korvausten välillä on olemassa ainoastaan epäsuora yhteys.	3.2. Pyramidijärjestelmät – nro 14

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
C-149/15 Wathelet	— Välittäjää voidaan pitää myyjänä, jos se ei ole asianmukaisesti ilmoittanut kuluttajalle, että tavarahan myyjä on eri henkilö, ja siten luonut vaikutelman, että välittäjä on myyjä. Asia koskee kulutustavaroiden kauppaa ja niihin liittyviä takuita koskevaa direktiiviä 1999/44/EY, mutta tuomioistuimen päätelmillä on laajempi merkitys sopimussuhteiden kannalta.	4.2.2. Kuluttajasopimusten välittäminen kolmansien osapuolten kanssa
2017		
C-562/15, Carrefour	— Mainonta, jossa vertaillaan erityyppisten tai erikokoisten myymälöiden hintoja toisiinsa, kun nämä myymälät kuuluvat liikeketjuihin, joilla kullakin on erikokoisia ja erityyppisiä myymälöitä (esimerkiksi hypermarketteja ja supermarketteja), voi olla direktiivin 2006/114/EY 4 artiklan a ja c alakohdassa, luettuna yhdessä sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 7 artiklan 1–3 kohdan kanssa, tarkoitettuna tavalla laitonta, ellei kuluttajille ilmoiteta selkeästi ja itse mainoksessa, että vertailu on tehty mainostajan liikeketjun kooltaan tai tyypiltään suuremmissa myymälöissä sovellettavien hintojen ja kilpailevien liikeketjujen kooltaan tai tyypiltään pienemmissä myymälöissä sovellettavien hintojen välillä.	1.2.6. Vuorovaikutus harhaanjohtavasta ja vertailevasta mainonnasta annetun direktiivin kanssa
C-146/16, Verband Sozialer Wettbewerb	— Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevaa direktiiviä voidaan soveltaa alustan julkaisemaan mainokseen, jossa esitellään erilaisia tuotteita, joita ei tarjoa alusta itse vaan alustan kolmansia osapuolia olevat myyjät. — Mainosta on arvioitava sen määrittämiseksi, onko kaikki olennaiset tiedot toimitettu 7 artiklan 4 kohdan mukaisesti, ottaen samalla huomioon paikkaan liittyvät rajoitukset ja tapauksen erityiset olosuhteet. Kun on kyse sellaisten verkkoalustojen mainonnasta, joilla on suuri määrä kolmansien myyjien tarjoamia myyntivaihtoehtoja, 7 artiklan 3 kohdassa tarkoitettujen paikkaan liittyvät rajoitukset voivat oikeuttaa kunkin elinkeinonharjoittajan maantieteellisen osoitteen ja henkilöllisyyden poistamisen. Tällaiset tiedot on kuitenkin toimitettava yksinkertaisesti ja nopeasti alustalle pääsyn yhteydessä.	2.9.5. Ostokehotusten olennaiset tiedot – 7 artiklan 4 kohta 4.2.1. Verkkoalustat ja niiden kaupalliset menettelyt 4.2.6. Vaikuttajamarkkinointi
C-339/15, Luc Vanderborght	— Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi ei ole esteenä kansalliselle säännökselle, jolla suojellaan kansanterveyttä ja hammaslääkärin ammatin arvokkuutta yhtäältä kieltämällä yleisesti ja ehdottomasti suu- ja hammashoitopalvelujen kaikenlainen mainonta ja toisaalta vahvistamalla tietyt pidättyvyysvaatimukset hammaslääkärin vastaanottojen liikekilville.	1.1. Aineellinen soveltamisala
C-357/16, Gelvora	— Velanperintämenettelyt kuuluvat sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin aineelliseen soveltamisalaan.	2.3.1. Myynnin jälkeiset menettelyt, velanperintätoimet mukaan luettuna

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
C-295/16, Europamur Alimentacion	— Kansallisia yleisiä kieltoja, jotka koskevat tavaroiden tarjoamista myyntiin tai myymistä tappiollisesti ja joissa säädetään mahdollisuudesta poiketa kyseisestä kiellosta perusteilla, jotka perustuvat sellaisiin perusteisiin, joita ei mainita sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä, ei voida hyväksyä.	1.1. Aineellinen soveltamisala
2018		
C-632/16, Dyson v. BSH	— Se, ettei alakohtaisessa lainsäädännössä edellytetä tietoja testausolosuhteista, jotka ovat johtaneet pölynimureiden energiatehokkuusluokkaa koskevassa energiamerkissä ilmoitettuun energiatehokkuusluokkaan, ei muodosta harhaanjohtavaa mainitsematta jättämistä.	1.2.1. Suhde muuhun EU:n lainsäädäntöön
C-54/17 ja C-55/17, Wind tre, Vodafone	— SIM-korttien myynti esiasennetuilla ja esiaktivoiduilla palveluilla ilman, että kuluttajille tiedotetaan asianmukaisesti näistä palveluista ja niiden kustannuksista, voi olla liitteessä I olevassa 29 kohdassa tarkoitettu kielletty sellaista toimitusta, jota ei ole tilattu, koskeva aggressiivinen menettely. — Arvioinnissa ei ole merkitystä sillä, onko palvelujen käyttö edellyttänyt kuluttajalta tietoista toimintaa tai olisi siko kuluttaja voinut poistaa palvelujen aktivoinnin, koska ilman riittäviä tietoja tällaista toimintaa ei voida pitää vapaan valinnan käyttönä palvelujen suhteen.	2.10. 8 ja 9 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt
C-105/17, Kamenova	— Henkilö, joka julkaisee verkkosivustolla kahdeksan uusia ja käytettyjä tavaroita koskevaa myynti-ilmoitusta, ei välttämättä ole elinkeinonharjoittaja. Luokittelussa on otettava huomioon erilaiset asiassa luetellut ei-tyhjentävät perusteet.	2.2. Elinkeinonharjoittajan käsite
C-109/17, Bankia	— Direktiivin 11 artikla ei ole esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jossa ei sallita sitä, että kiinnitetyn kiinteistön ulosmittausmenettelyä käsittelevä tuomioistuimien tutkii viran puolesta tai asianosaisten hakemuksesta ulosmittausperusteen pätevyyden sen kannalta, onko kyse sopimattomista kaupallisista menettelyistä, eikä missään tapauksessa sitä, että tuomioistuimien, joka on toimivaltaisten antamaan aineellisen ratkaisun siitä, onko kyse tällaisista menettelyistä, päättää kiinnitetyn kiinteistön ulosmittausmenettelyn keskeyttämisen kaltaisista turvaamistoimista. — Direktiivin 11 artikla ei ole esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jonka mukaan tämän direktiivin 10 artiklassa mainitun kaltaiset käytäntösäännöt eivät ole oikeudellisesti sitovia.	1.2.4. Vuorovaikutus kuluttajasopimusten kohtuuttomista ehdoista annetun direktiivin kanssa 2.8.4. Käytännösääntöjen noudattamatta jättäminen
2019		
C-628/17, Orange Polska	— Sopimuksen allekirjoittamista kuriirin läsnä ollessa ei voida kaikissa olosuhteissa pitää 8–9 artiklassa tarkoitettuna aggressiivisena menettelynä, jossa käytetään sopimatonta vaikuttamista. On otettava huomioon elinkeinonharjoittajan sellainen toiminta kyseessä olevassa tapauksessa, jonka vaikutuksesta kuluttajaa painostetaan siten, että hänen valinnanvapautensa vähenee merkittävästi, ja joka saa kuluttajan tuntemaan olonsa vaivautuneeksi tai häiritsee häntä hänen pohtiessaan kaupallisen ratkaisun tekemistä.	2.10. 8 ja 9 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
	— Se, että kuluttajalle ei ole annettu mahdollisuutta lukea etukäteen vakiosopimusehtoja, ei sinänsä ole osoitus aggressiivisesta menettelystä. Se voi kuitenkin olla aggressiivinen menettely, jos se yhdistetään ilmoitukseen siitä, että sopimuksen tai lisäsopimuksen allekirjoittamisen viivästyminen tarkoittaisi, että sopimuksen tai lisäsopimuksen tekeminen myöhemmin olisi mahdollista vain vähemmän edullisin ehdoin, tai se, että vaarana olisi, että kuluttaja saattaa joutua maksamaan sopimussakkoja, tai siinä tapauksessa, että kyseessä on sopimuksen muuttaminen, että elinkeinonharjoittaja keskeyttää palvelun tarjoamisen, tai jos kuriiri ilmoittaa kuluttajalle, että mikäli tämä ei allekirjoita toimitettua sopimusta tai allekirjoittaa sen vasta myöhemmin, kuriiri voisi saada työnantajaltaan epäedullisen arvioinnin.	
C-393/17, Kirschstein	— On olemassa ero elinkeinonharjoittajan menettelyjen, jotka liittyvät läheisesti tuotteiden myynnin edistämiseen, myymiseen tai toimittamiseen kuluttajille, ja sellaisten menettelyjen välillä, jotka koskevat itse tuotetta (esimerkiksi luvan myöntäminen palveluntarjoajille, jotka voivat myöntää yliopistollisia oppiarvoja). — Kansallisen säännön, jolla pyritään määrittämään toimija, jolla on toimivalta tarjota kaupallisen toimen kohteena oleva palvelu, mutta jolla ei suoraan säännellä menettelyjä, joita tämä toimija voi sen jälkeen toteuttaa voidakseen edistää tämän palvelun myyntiä tai menekkiä, ei voida katsoa koskevan sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettua kaupallista menettelyä, joka liittyy välittömästi palvelun toimittamiseen.	2.3. Kaupallisen menettelyn käsite
Yhdistetyt asiat C-708/17 ja C-725/17, EVN Bulgaria Toplofikatsia	— Kuluttajanoikeusdirektiivi ja sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi eivät ole esteenä kansalliselle lainsäädännölle, jossa säädetään, että kaukolämpöverkkoon liitettyssä yhteisomistuksessa olevassa kiinteistössä olevien asuntojen omistajat ovat velvollisia osallistumaan kiinteistön yhteisten osien ja sisäisen järjestelmän lämpöenergian kulutuksesta aiheutuneisiin kustannuksiin, vaikka he eivät ole erikseen pyytäneet lämmön toimittamista ja vaikka he eivät käytä sitä asunnoissaan.	1.2.3. Vuorovaikutus kuluttajanoikeusdirektiivin kanssa
2020		
C-393/19, Mezina	— Jos asetuksen (EY) N:o 1924/2006 ja direktiivin 2005/29/EY säännökset ovat ristiriidassa keskenään, kyseisen asetuksen säännökset ovat ensisijaisia ja niitä sovelletaan terveysväittämiin liittyviin sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin.	1.2.2. Muussa unionin oikeudessa "olennaisiksi" vahvistetut tiedot
2021		
C-922/19, Waternet	— Kuluttajanoikeusdirektiivillä tai sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevalla direktiivillä ei säännellä sopimusten tekemistä siten, että ennakkoratkaisua pyytäneen tuomioistuimen tehtävänä on arvioida kansallisen lainsäädännön mukaisesti, voidaanko vesilaitoksen ja kuluttajan välillä katsoa tehdyn sopimus kuluttajan nimenomaisen suostumuksen puuttuessa.	1.2.3. Vuorovaikutus kuluttajanoikeusdirektiivin kanssa 2.10. 8 ja 9 artikla – Aggressiiviset kaupalliset menettelyt

Asian numero ja nimi	Aihe tai aiheet	Tiedonannon kohta tai kohdat
	— Direktiivin 2005/29/EY liitteessä I olevaan 29 kohtaan sisältyvä sellaisen toimituksen, jota ei ole tilattu, käsite ei kata menettelyä, jossa liittymä julkiseen vesijohtoverkkoon säilytetään kuluttajan muuttaessa aikaisemmin käytössä olleeseen asuntoon, sillä kyseinen kuluttaja ei voi valita tämän palvelun tarjoajaa, palvelun tarjoaja laskuttaa vedenkulutuksen perusteella taksat, jotka kattavat kulut ja ovat avoimia ja syrjimättömiä, ja kuluttaja tietää, että kyseinen asunto on liitetty julkiseen vesijohtoverkkoon ja että veden toimitus on maksullista.	
C-371/20, Peek & Cloppenburg	— Liitteessä I olevaa 11 kohtaa on tulkittava siten, että elinkeinonharjoittaja maksaa toimituksellisen sisällön julkaisemisen avulla suoritettun tuotteen myynnin edistämisen, kun kyseinen elinkeinonharjoittaja suorittaa tästä julkaisemisesta rahanarvoisen vastasuorituksen, riippumatta siitä, tapahtuuko tämä rahasumman maksamisena tai missä tahansa muussa muodossa, kun kyseisen elinkeinonharjoittajan näin suorittaman maksun ja mainitun julkaisemisen välillä on selkeä yhteys. Näin on muun muassa silloin, kun elinkeinonharjoittaja asettaa maksutta saataville tekijänoikeudella suojattuja kuvia, joissa näkyvät elinkeinonharjoittajan liiketilat ja tuotteet, joita se tarjoaa myyntiin.	4.2.5. Vaikuttajamarkkinointi