

KAUPAN KESKUSLIITTO  
KESKUSKAUPPAKAMARI  
SUOMEN SUORAMARKKINOINTILIITTO  
TIETOTEKNIIKAN JA TIETOLIIKENTEN KESKUSLIITTO, FICOM RY

Voimaantulopäivä: 1.12.2002

## SÄHKÖISEN KULUTTAJAKAUPAN KÄYTÄNNESÄÄNNÖT

1. Johdanto
2. Soveltamisala
  - 2.1 Tietoliikenneverkon välityksellä tehdyt kaupat
  - 2.2 Toimialakohtainen soveltaminen
    - 2.2.1 Pankki- ja vakuutustoiminta
    - 2.2.2 Päivittäistavaroiden toimitukset sekä majoitus-, kuljetus-, ravintola- ja vapaa-ajanviettoon liittyvät palvelut
  - 2.3 Etukäteen tehty sopimus
3. Yleinen tietojenantovelvollisuus
  - 3.1 Yritystä koskevien tunnistamistietojen antaminen
  - 3.2 Hintatietojen ilmoittaminen
4. Markkinointi
  - 4.1 Markkinoinnin tunnistettavuus
  - 4.2 Lapsiin ja nuoriin kohdistuva markkinointi
  - 4.3 Kolmansien oikeudet
5. Henkilötietojen käsittely sähköisessä kaupankäynnissä
  - 5.1 Henkilötietojen käsittelyn periaatteet
  - 5.2 Käsittelyn suunnittelu ja käyttötarkoitussidonnaisuus
  - 5.3 Henkilötietojen käyttö markkinoinnissa ja asiakassuhteen aikana
    - 5.3.1 Asiallinen yhteys (asiakassuhde tai jäsenyys tms.)
    - 5.3.2 Suostumus henkilötietojen käsittelyyn
    - 5.3.3 Muut kuin asiakasrekisterit
      - 5.3.3.1 Pysyvä markkinointirekisteri
      - 5.3.3.2 Kampanjarekisteri
  - 5.4 Automaattisten televiestimien käyttö suoramarkkinoinnissa
    - 5.4.1 Suostumusta edellyttävä käyttö
    - 5.4.2 Käyttö ilman suostumusta
      - 5.4.2.1 Asiakassuhdeviestintä
      - 5.4.2.2 Markkinointi yrityksen kotisivulla
    - 5.4.3 Osoitteellinen suoramainonta ja puhelinmyynti
  - 5.5 Rekisteriseloste
  - 5.6 Kuluttajan informointi henkilötietojen käsittelystä
    - 5.6.1 Etämyynti ja muu suoramarkkinointi
    - 5.6.2 Asiakkaiden informointi
  - 5.7 Tarkastusoikeus
  - 5.8 Tietojen suojaaminen
6. Kuluttajan tunnistaminen

7. Kuluttajansuojalaki ja sähköinen kuluttajakauppa
8. Yrityksen tiedonantovelvollisuus
  - 8.1 Ennakkotiedot
  - 8.2 Tiedonantovelvollisuus tilausta tehtäessä
  - 8.3 Tiedonantovelvollisuuden toteuttaminen käytännössä
9. Tietojen vahvistaminen
  - 9.1 Vahvistuksen toimittamistapa
  - 9.2 Vahvistuksessa mainittavat tiedot
  - 9.3 Vahvistuksen toimittaminen
  - 9.4 Milloin vahvistusta ei tarvitse toimittaa?
10. Tilauksen tekeminen
11. Sopimuksen tekeminen alaikäisen kanssa
12. Peruuttamisoikeus
  - 12.1 Peruuttamisaika
  - 12.2 Peruuttamisilmoituksen ja vahvistuksen lähettäminen
  - 12.3 Vahvistusta koskevat virheet
    - 12.3.1 Vahvistuksen lähettämättä jättäminen
    - 12.3.2 Vahvistuksen sisältövirheet
  - 12.4 Peruuttamisoikeuden rajoitukset
13. Suoritusten palauttaminen
  - 13.1 Kauppahinnan palauttaminen
  - 13.2 Palautuskulujen korvaaminen
14. Yrityksen toimitusvelvollisuus
  - 14.1 Tavaran tai palvelun luovuttaminen kuluttajalle
  - 14.2 Tavaran tai palvelun toimitusesteet
  - 14.3 Korvaavan tavaran tai palvelun toimittaminen
15. Kuluttajan vastuu tavarasta tai palvelusta
16. Korvaus kuluttajan saamasta hyödystä
17. Kuluttajan oikeus viivästyskorkoon
18. Maksaminen verkossa ja luottosopimus
  - 18.1 Korttimaksut
  - 18.2 Verkkomaksut
  - 18.3 Hyödykesidonnaisen luoton peruuntuminen
19. Sovellettava laki
  - 19.1 Sopimukseen sovellettava laki
    - 19.1.1 Sopimusehto sovellettavasta laista
    - 19.1.2 Kuljetussopimus ja ulkomailta suoritettava palvelusopimus
  - 19.2 Markkinointiin sovellettava laki

**20. Riitojen ratkaiseminen****20.1 Tuomioistuimet ja kuluttajavalituslautakunta****20.2 Oikeuspaikkaa koskeva ehto**

KAUPAN KESKUSLIITTO  
KESKUSKAUPPAKAMARI  
SUOMEN SUORAMARKKINOINTILIITTO  
TIETOLIIKENTEN JA TIETOTEKNIIKAN KESKUSLIITTO, FICOM RY

**Voimaantulopäivä: 1.12.2002**

## **SÄHKÖISEN KULUTTAJAKAUPAN KÄYTÄNNESÄÄNNÖT**

### **1. Johdanto**

Tietoverkkojen kehitys mahdollistaa ennen näkemättömällä tavalla tavaroiden ja palvelujen maiden väliset rajat ylittävän kaupan. Sähköinen kaupankäynti voi kuitenkin jossain tapauksissa aiheuttaa oikeudellisia ongelmia lainsäätäjälle: miten yritysten ja kuluttajien oikeusturva voidaan ottaa huomioon siten, että sähköinen kaupankäynti voisi kasvaa. Merkittävin lainsäädäntö on saatu aikaan Euroopan unionissa.

Sähköisen kuluttajakaupan käytäntesäännöissä (jäljempänä käytäntesäännöt) käydään läpi suomalaisen yrityksen näkökulmasta tärkein lainsäädäntö sekä itsesääntelyohjeistus, jota yritys tarvitsee, kun se käy sähköistä kauppaa kuluttajan kanssa. Tarkastelu rajoittuu yrityksen ja kuluttajan väliseen suhteeseen. Käytäntesäännöissä ei käsitellä lainkaan tekijänoikeus- eikä vastaavia säännöksiä, joita yrityksen on otettava huomioon perustaessaan kauppapaikan verkkoon. Myöskään yksittäisen toimialan (esimerkiksi pankki- ja vakuutustoiminta) mahdollista alakohtaista sääntelyä ei ole otettu huomioon.

Käytäntesäännöistä on neuvoteltu tietosuojavaltuutetun kanssa. Käytäntesäännöt ovat suosituksenluonteiset. Yritys voi kuitenkin päättää sitoutua noudattamaan käytäntesääntöjä. Tällöin yritys voi ilmoittaa noudattamisesta myös kuluttajille (ks. jakso 3.1). Käytäntesäännöissä on kuitenkin myös lainsäädäntöön sisältyviä kuluttajan hyväksi pakottavia säännöksiä.

### **Soveltamisala**

#### **2.1 Tietoliikenneverkon välityksellä tehdyt kaupat**

Käytäntesääntöjä sovelletaan lähtökohtaisesti kaikenlaiseen tietoliikenneverkon välityksellä tapahtuvaan palvelujen ja tavaroiden markkinointiin ja myyntiin yritykseltä kuluttajalle. Käytäntesääntöjä sovelletaan pääsääntöisesti riippumatta siitä, mitä päätelaitetta (esim. digi-tv, pc tai matkapuhelin) yritys ja kuluttaja käyttävät. Kuitenkaan perinteinen puhelinmyynti, jossa telemarkkinoija ottaa yhteyttä puhelimitse kuluttajaan tai kuluttaja yritykseen, ei kuulu käytäntesääntöjen soveltamisalaan. Käytäntesääntöjä sovelletaan myös riippumatta siitä, kumpi osapuolista lähestyy toista osapuolta.

## **2.2 Toimialakohtainen soveltaminen**

Jos jotakin käytännesääntöjen kohtaa ei sovelleta tietyllä toimialalla tai tietyllä päätelaitteella käytävään kauppaan, siitä mainitaan erikseen kyseisessä jaksossa.

### **2.2.1 Pankki- ja vakuutustoiminta**

Pankki- ja vakuutustoimintaan ei sovelleta jaksoja 7 - 8.1 ja 9 sekä 12 - 17.

### **2.2.2 Päivittäistavaroiden toimitukset sekä majoitus-, kuljetus-, ravintola- ja vapaa-ajanviettoon liittyvät palvelut**

Käytännesääntöjen jaksoja 8.1, 9, 12 ja 14.1 ei sovelleta jäljempänä kuvattaviin päivittäistavaroiden toimituksiin eikä majoitus-, kuljetus-, ravintola- ja vapaa-ajanviettoon liittyviin palveluihin.

Edellä mainittuja jaksoja ei sovelleta elintarvikkeiden eikä muiden päivittäistavaroiden yksittäisiin toimituksiin kuluttajan asuntoon tai työpaikalle säännöllisesti toimivan jakelujärjestelmän avulla. Poikkeukset koskevat vain päivittäistavaroiden yksittäisiä toimituksia. Jos yritys ja kuluttaja ovat tehneet toistaiseksi voimassa olevan tai määräaikaisen sopimuksen päivittäistavaroiden toimittamisesta, tällaiseen sopimukseen ja toimintaan sovelletaan myös käytännesääntöjen jaksoja 8.1, 9, 12 ja 14.1. Kuluttajan asuntoon rinnastetaan myös hänen kesäasuntonsa.

Edellä mainittuja jaksoja ei sovelleta myöskään majoitusta tai kuljetusta tai ravintolatoimintaan tai vapaa-ajan viettoon liittyvään palvelukseen, jos yritys sitoutuu sopimusta tehtäessä suorittamaan palveluksen tiettyä ajankohtana tai tietyn ajan kuluessa. Olennaista on, että palvelus suoritetaan ennalta määrättyä ajankohtana ja että sitä varten on varattu jokin tila, paikka tai väline. Ravintolatoiminnalla tarkoitetaan kohdassa paitsi pöydän varaamista ruokailua varten, myös ateria- ja pitopalvelua, esimerkiksi syntymäpäivä- tai häävastaanoton järjestämistä kuluttajan kotona. Vapaa-ajan palveluja ovat muun muassa huvi-, kulttuuri- ja urheilutapahtumat, harrastuskurssit, erilaisten välineiden vuokraus harrastustoimintaa varten sekä loma-asuntojen vuokraus. Jos palvelus muodostaa yhdistettynä valmismatkalaisissa tarkoitettun valmismatkan, sovelletaan valmismatkalain matkanjärjestäjän tiedonantovelvollisuutta ja matkustajan peruuttamisoikeutta koskevia säännöksiä. Tällaisiin palveluihin sovelletaan myös henkilötietolain mukaisia yrityksen tiedonantovelvollisuuksia kuluttajalle (ks. kohta 5.6).

## **2.3 Etukäteen tehty sopimus**

Käytännesääntöjen yksittäisen jakson soveltamisessa voi olla eroja myös sen vuoksi, onko yritys tehnyt kuluttajan kanssa etukäteen sopimuksen, jonka nojalla kuluttaja voi käyttää yrityksen tarjoamia palveluita (esimerkiksi pankkipalvelu) tai ostaa tavaroita (esimerkiksi päivittäistavaroiden verkkokauppa) vai eikö tällaista sopimusta ole tehty. Yritys voi antaa tiedonantovelvollisuutensa piiriin kuuluvat tiedot (ks. jaksot 8.1 ja 9.2) kuluttajalle jo tässä sopimuksessa. Tällöin yrityksen ei tarvitse antaa tietoja uudelleen, kun kuluttaja käyttää sopimukseen mukaista palvelua.

### 3. Yleinen tietojenantovelvollisuus

#### 3.1 Yritystä koskevien tunnistamistietojen antaminen

Yrityksen tulee antaa kuluttajille itsestään riittävät tiedot, jotta kuluttaja tietää, minkä yrityksen kanssa hän on tekemisissä ja miten hän voi ottaa yhteyttä yritykseen. Lainsäädännössä edellytetään, että yritys asettaa kuluttajien saataville jäljempänä mainitut tiedot. Saataville asettamisella tarkoitetaan sitä, että tiedot ovat esimerkiksi yrityksen kotisivulla, jossa kuluttaja voi tutustua niihin. Tietojen ei tarvitse olla saatavilla sillä viestimellä (esim. matkaviestimellä), jolla yritys tarjoaa palvelua tai tavaraa kuluttajille. Tällöinkin yrityksen tulee ilmoittaa, mistä tiedot ovat kuluttajan saatavissa.

Yrityksen tulee asettaa kuluttajien saataville ainakin seuraavat tiedot tarjotessaan palveluja ja tavaroita sähköisesti:

- yrityksen toiminimi ja liiketoiminnassa käyttämä muu nimi (esimerkiksi aputoiminimi)
- katuosoite ja muut yhteystiedot, kuten kotisivun ja sähköpostin osoite, puhelinnumero sekä kotipaikka
- yritys- ja yhteisötunnus (Y-tunnus)
- arvonlisäverotunniste, jos yritys harjoittaa arvonlisäveron alaista toimintaa.

Jos yrityksen toiminnan harjoittaminen edellyttää lupaa (esimerkiksi apteekki-, luottolaitos- ja vakuutustoiminta) tai rekisteröintiä taikka yritys on erityisviranomaisen valvonnassa, yrityksen tulee asettaa kuluttajien saataville valvontaviranomaisen yhteystiedot.

Jos yritys on säännellyn ammatin harjoittaja (esimerkiksi tilintarkastaja tai asianajaja), yrityksen tulee asettaa kuluttajien saataville

- toimialajärjestö tai vastaava elin, johon yritys kuuluu
- ammattinimike ja Euroopan unionin jäsenvaltio, jossa se on myönnetty sekä
- viittaus ammatillisiin sääntöihin ja tieto, missä ja miten ne on saatavilla.

Jos yritys käyttää palvelujensa tai tavaroidensa markkinoinnissa ja myynissä asiamiestä, teknistä tai muuta välittäjää, yrityksen tulee huolehtia siitä, että kuluttajan saataville asetetaan edellä mainitut yritystä koskevat tiedot. Yrityksen tulee huolehtia myös siitä, että kuluttaja tietää, minkä yrityksen kanssa kuluttaja tekee sopimuksen.

#### 3.2 Hintatietojen ilmoittaminen

Aina kun yritys ilmoittaa palveluidensa ja tavaroidensa hintatietoja, ne tulee antaa selkeästi ja yksiselitteisesti. Tiedoista tulee käydä ilmi arvonlisäverollinen hinta ja toimituskulut. Toimituskulu ei ole normaali kuluttajan ja tiedonsiirtopalvelun tarjoajan välinen tiedonsiirrosta perittävä maksu. Jos toimituskulu verkon välityksellä toimitettavien hyödykkeiden osalta sisältää tiedonsiirtomaksun lisäksi ylimääräisen maksun, se tulee ilmoittaa toimituskuluna. Yrityksen tulee ottaa huomioon myös

kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa annettu asetus. (Ks. hinnan ilmoittamisesta myös jakso 8.1 ja 9.2).

## **4. Markkinointi**

### **4.1 Markkinoinnin tunnistettavuus**

Markkinoinnista tulee käydä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus. Jos yritys liittyy keskustelu- ja uutisryhmäpalveluiden yhteyteen markkinointia, markkinointiaineisto on voitava tunnistaa markkinoinniksi.

### **4.2 Lapsiin ja nuoriin kohdistuva markkinointi**

Lapsilla tarkoitetaan näissä käytäntesäännöissä alle 15-vuotiaita ja nuorilla 15 - 17 – vuotiaita. Kun käytäntesäännöissä tarkoitetaan lapsia ja nuoria, puhutaan alaikäisestä.

Alaikäisen käytössä olevat matkaviestimet ja muut sähköiset etäviestimet ovat hänen edunvalvojansa nimissä. Yritys ei siten yleensä tiedä, että markkinointi kohdistuu alaikäiseen. Yrityksen tulee noudattaa tässä jaksossa ja jaksossa 11 kuvattuja menettelytapoja silloin, kun yritys tietää, että etäviestin on alaikäisen käytössä.

Yhä useammalla alaikäisellä on hyvät valmiudet käyttää tietoverkkojen palveluita. Lapsilla ei kuitenkaan aina ole valmiuksia arvioida markkinointia ja sen sisältöä hankkiessaan verkon välityksellä tavaroita ja palveluja. Siten lapsiin kohdistuvan mainonnan ja muun markkinoinnin tulee olla harkittua. Markkinoinnissa ei tule käyttää hyväksi lasten herkkäuskoisuutta, haavoittuvuutta, kehittymättömyyttä eikä kokemuksen puutetta.

Alaikäisille suunnattu markkinointi tulee laatia sellaiseksi, että siinä otetaan huomioon alaikäisen ikä sekä tietojen ja taitojen taso. Markkinoinnissa tulee ottaa huomioon, onko tuote suunnattu lapsille. Lapsille ei saa kohdistaa markkinointia, jonka voidaan olettaa vahingoittavan lapsia henkisesti, moraalisesti tai fyysisesti taikka heikentävän heidän lojaalisuuttaan vanhempia tai huoltajia kohtaan.

Yrityksen tulee mahdollisuuksien mukaan varmistaa, ettei lapsilta kerätä henkilötietoja käytettäväksi markkinointiin ilman edunvalvojan suostumusta. Suostumus voidaan pyytää esimerkiksi sopimuksessa, erikseen kirjallisesti, sähköpostilla tai tekstiviestillä.

Lapsille tarkoitetun palvelun käytön edellytykseksi ei saa asettaa velvollisuutta henkilötietojensa ilmoittamisesta yritykselle, jollei palvelun käyttö edellytä lapsen tunnistamista tai rekisteröitymistä. Myöskään arvontoja, kilpailuja tai muita palkintoja ei tule tarjota vastineena henkilötietojen luovuttamiselle. (Ks. jakso 11 sopimuksen tekemisestä alaikäisen kanssa).

### **4.3 Kolmansien oikeudet**

Mainonnassa ja muussa markkinoinnissa sekä muussa tietoverkon välityksellä tapahtuvassa toiminnassa on kunnioitettava toisten oikeuksia. Tällaisia oikeuksia ovat muun muassa tekijän-, tavaramerkki- ja toiminimioikeus sekä liikesalaisuuksien suoja koskevat oikeudet.

## **5. Henkilötietojen käsittely sähköisessä kaupankäynnissä**

### **5.1 Henkilötietojen käsittelyn periaatteet**

Yrityksen tulee käsitellä kuluttajien henkilötietoja huolellisesti ja noudattaa hyvää tietojenkäsittelytapaa. Henkilötiedot tulee suojata tietojen käsittelyn tarkoitus ja tietojen luonne huomioon ottaen riittävällä tavalla.

Yritys voi käsitellä toimintansa kannalta tarpeellisia tietoja. Tarpeellisten tietojen määrä ja laatu riippuvat mm. yrityksen toimialasta sekä myytävistä tavaroista ja palveluista. Tarpeellisia tietoja ovat yrityksen liiketoiminnan harjoittamiseen ja sen kehittämiseen liittyvät tiedot. Tällaisia tietoja ovat muun muassa kuluttajien yhteystiedot ja laskutus-, maksu-, tarjonta-, osto-, vastaus- sekä kiinnostustiedot.

Yrityksen tulee huolehtia siitä, ettei kuluttajien virheellisiä, epätäydellisiä tai vanhentuneita tietoja käsitellä. Yrityksen tulee päivittää kohtuullisin väliajoin kuluttajien yhteystiedot luotettavasta tietolähteestä. Jo henkilötietojen käsittelyn suunnitteluvaiheessa yrityksen tulee määritellä, miten henkilötiedot tuhoetaan sen jälkeen, kun niitä ei enää tarvita. Yrityksen tulee huolehtia myös siitä, että henkilötiedot tuhoetaan suunnitelmien mukaan luotettavasti.

### **5.2 Käsittelyn suunnittelu ja käyttötarkoitussidonnaisuus**

Henkilötietojen käsittely tulee suunnitella ennen kuin henkilötietoja ryhdytään keräämään. Määriteltäviä asioita ovat henkilötietojen käsittelyn tarkoitus, mistä henkilötiedot säännönmukaisesti hankitaan, mihin niitä säännönmukaisesti luovutetaan, miten ne suojataan ja miten kauan yritys säilyttää niitä. Suunnittelun apuvälineenä on hyvä käyttää malleja rekisteriselosteesta (ks. [www.tietosuoja.fi](http://www.tietosuoja.fi)). Henkilötietojen käsittelyn tarkoitus on syytä määritellä ottamalla huomioon henkilötietojen käsittelyn tarpeet yrityksessä pitkällä aikavälillä.

Sähköisessä liiketoiminnassa kuluttajalle saattaa syntyä asiakassuhde useaan yritykseen, vaikka kuluttaja mieltää asiakkuuden syntyvän vain siihen yritykseen, jonka kanssa hän on suoranaisesti tekemisissä. Tällaisissa tilanteissa on tarpeen määritellä rekisterinpito siten, että useampi yritys on rekisterinpitäjänä ja että asiakassuhde syntyy kaikkiin yrityksiin. Tällöin jokaiselle yritykselle syntyy itsenäinen, muista yrityksistä riippumaton oikeus käsitellä kuluttajaa koskevia tietoja. Liiketoimintamalli on syytä kirjata rekisteriselosteeseen (ks. jakso 5.5) tai muuhun asiakirjaan tarkasti, jotta kuluttaja voi saada tietoa siitä, kenellä on oikeus käsitellä häntä koskevia tietoja.

Asiakkaina olevien kuluttajien henkilötietoja saa käsitellä yrityksen omassa ja sen kanssa kulloinkin samaan konserniin tai yhteenliittymään kuuluvissa yrityksissä. Heidän henkilötietojaan voidaan käsitellä esimerkiksi kaikkien konserniin tai muuhun taloudelliseen yhteenliittymään kuuluvien yritysten markkinoinnissa. Lisäksi tietoja saa luovuttaa ulkopuolisille laissa mainittujen edellytysten täytyessä.



### 5.3 Henkilötietojen käyttö markkinoinnissa ja asiakassuhteen aikana

Henkilötietoja saa käsitellä markkinointia varten henkilötietolakiin perustuvien edellytysten vallitessa. Käytännössä tärkeimmät käsittelyperusteet ovat suostumus, asiallinen yhteys (yleensä asiakassuhde, asiakasrekisteri) tai lain nimenomaiset säännökset tietojen käsittelystä markkinoinnissa (ns. uusasiakashankinta, muu kuin asiakasrekisteri).

#### 5.3.1 Asiallinen yhteys (asiakassuhde tai jäsenyys tms.)

Yritys saa käsitellä niitä yrityksen asiakkaita koskevia tietoja, jotka ovat sen liiketoiminnan kannalta tarpeellisia ja asiallisesti perusteltuja. Tällaisia tietoja ovat ainakin yrityksen ja asiakkaan välisessä yhteydenpidossa syntyneet tiedot, esimerkiksi tiedot ostoista, tilauksista, maksuista, palautuksista, peruutuksista, tiedusteluista, asiakaskyselyistä ja kilpailu- tai arvontavastauksista. Lisäksi tietoja saa luovuttaa ulkopuolisille laissa mainittujen edellytysten täytyessä.

Ennen kuin yritys alkaa kerätä ja muutoin käsitellä asiakkaidensa henkilötietoja, yrityksen tulee suunnitella, milloin henkilötietojen käsittelyyn oikeuttava asiakassuhde syntyy, miten henkilötietoja käsitellään asiakassuhteen aikana ja milloin yritykseltä päättyy oikeus käsitellä asiakkaan henkilötietoja asiakkuuden päättyessä. Asiakassuhde syntyy viimeistään silloin, kun asiakas on tilannut tai ostanut yrityksen tuotteen tai palvelun. Erityisestä syystä, esimerkiksi kuluttajan pyynnön (esim. tarjouspyyntö), suostumuksen tai liiketoiminnan luonteen vuoksi, asiakassuhde voi syntyä jo ennen tilauksen tai oston tekemistä. Esimerkiksi vastikkeettoman palvelun käyttäjäksi rekisteröityminen voi muodostaa asiakassuhteen. Yrityksen tulee suunnitella verkko- tai muun palvelunsa käyttö siten, että kuluttaja on tietoinen asiakassuhteen syntymisestä yrityksen kanssa. Yrityksen on syytä määritellä etukäteen, miten se hävittää tarpeettomat henkilötiedot.

Sen sijaan kuluttajan vierailu yrityksen kotisivulla ilman rekisteröitymistä palvelun käyttäjäksi tai muu vastaava kuluttajan antama tahdonilmaisu ei yleensä muodosta yrityksen ja kuluttajan välille asiakassuhdetta.

Asiakassuhteen perusteella kerättyjä tietoja saa käsitellä asiakassuhteen hoidossa niin kauan kuin yrityksen ja asiakkaan välillä vallitsee asiallinen yhteys. Asiallinen yhteys voi katketa asiakkaan pyynnöstä (asiakassuhde irtisanotaan) tai ajan kulumisen perusteella, jos molemminpuoliset velvoitteet (esim. toimitukset, maksut ja takuu) on täytetty eikä yrityksen ja asiakkaan välillä ole muuta asiakassuhdetta ylläpitävää toimintaa. Yritys voi myös lopettaa tietyissä tapauksissa (esim. irtisanominen) asiakkuuden.

Asiallisen yhteyden olemassaolo on arvioitava kussakin tapauksessa erikseen. Yleensä asiallinen yhteys on olemassa vielä kohtuullisen ajan viimeisestä asiakastapahtumasta. Asiallisen yhteyden olemassaoloon vaikuttavat esimerkiksi yrityksen toimiala ja myytävät tuotteet, kuten tuotteen käyttötarkoitus ja -ikä. Asiallinen yhteys ei myöskään katkea, jos yrityksen tarjoamien tuotteiden takuu-aika on voimassa tai yrityksellä on saatavia asiakkaalta.

Asiallisen yhteyden katkettua asiakasta koskevat tiedot on kokonaan poistettava tai tietosisältö on karsittava vastaamaan niitä tietoja, joita saa käsitellä markkinoinnissa ilman suostumusta tai asiallista yhteyttä.

### **5.3.2 Suostumus henkilötietojen käsittelyyn**

Yritys saa käsitellä kuluttajan suostumuksella henkilötietoja, vaikka aiempaa asiakassuhdetta tai muuta yhteyttä yrityksen ja kuluttajan välillä ei ole. Yrityksen tulee tällöinkin ottaa huomioon tarpeellisuusvaatimus (ks. jakso 5.1) ja henkilötietojen käsittelyn suunnittelu (ks. jakso 5.2). Markkinointia varten ei kuitenkaan tule käsitellä arkaluontoisia tietoja, ellei se ole välttämätöntä myytävien tavaroiden tai palveluiden erityislaadun vuoksi.

Suostumuksella tarkoitetaan kuluttajan vapaaehtoisesti antamaa yksiselitteistä tietoista tahdonilmaisua. Suostumukselle ei aseteta mitään erityisiä muotovaatimuksia, mutta käytännössä yrityksen kannattaa hankkia suostumus kirjallisesti tai muutoin sillä tavalla, että suostumus voidaan jälkikäteen todistaa. Todistustaakka suostumuksen olemassaolosta ja sen sisällöstä on yrityksellä, joka vetoaa suostumuksen olemassaoloon.

### **5.3.3 Muut kuin asiakasrekisterit**

Yritys saa kerätä ja tallettaa myös muiden kuin yrityksen tai saman konsernin omia asiakkaita koskevia kuluttajien henkilötietoja markkinointia varten (uusasiakashankinta), jollei kuluttaja kiellä henkilötietojen tällaista keräämistä ja tallettamista. Lisäksi edellytetään, että tietoja käsitellään jäljempänä kuvatulla tavalla. Yrityksen on syytä sopivalla tavalla varmistua tietojen luovuttajan oikeudesta luovuttaa henkilötietoja yritykselle.

#### **5.3.3.1 Pysyvä markkinointirekisteri**

Markkinointirekisteriin saa pysyvästi kerätä ja tallettaa tiedot kuluttajan nimestä, arvosta tai ammatista, iästä tai syntymävuodesta, sukupuolesta ja äidinkielestä, yhden häneen liitettävän muun tunnistetiedon sekä yhteystiedot. Markkinointirekisteriin tulee merkitä myös tieto siitä, että kuluttaja on käyttänyt henkilötietolain mukaista suoramainonnan, etämyynnin ja muun suoramarkkinoinnin kiello-oikeuttaan. Yhteystietoihin voivat kuulua esimerkiksi osoite, puhelinnumero ja sähköpostiosoite (sähköpostin käytöstä markkinoinnissa ks. jakso 5.4). Yrityksellä on velvollisuus ilmoittaa pysyvän markkinointirekisterin käytöstä tietosuojavaltuutetulle.

#### **5.3.3.2 Kampanjarekisteri**

Jos henkilörekisteriä käytetään ennakolta yksilöityyn ja kestoaltaan lyhytaikaiseen markkinointitoimeen, rekisteriin voidaan kerätä ja tallettaa tietoja laajemmin kuin jaksossa 5.3.3.1 todetaan edellyttäen, ettei rekisteri tietosisältönsä puolesta vaaranna kuluttajan yksityisyyden suojaa. Henkilötietolaissa ei ole säädetty nimenomaista aikarajaa kampanjarekisterin käytölle. Kampanjarekisteri voidaan muodostaa myös muutamaksi vuodeksi edellyttäen, että kyseessä on ennakolta suunniteltu yhtenäinen kampanja. Tällainen kampanja voidaan toteuttaa myös useassa toisiinsa liittyvässä

erässä. Yrityksellä on velvollisuus ilmoittaa kampanjarekisterin käytöstä tietosuojavaltuutetulle.

## **5.4 Automaattisten televiestimien käyttö suoramarkkinoinnissa**

### **5.4.1 Suostumusta edellyttävä käyttö**

Suoramarkkinointi sellaisia televiestimiä käyttäen, joissa yhteydenotto kuluttajaan tapahtuu pelkästään automaattisten järjestelmien avulla, on sallittua vain, jos kuluttaja on antanut siihen suostumuksensa. Esimerkkejä tällaisesta yhteydenotosta ovat sähköposti ja tekstiviestit.

Yritys tarvitsee kuluttajalta etukäteisen suostumuksen vain suoramarkkinointiin automaattisilla järjestelmillä, mutta ei esimerkiksi asiakassuhdeviestintään (ks. jakso 5.4.2.1). Suoramarkkinointia on esimerkiksi palvelun tai tavarantoiminnan tarjoaminen kuluttajalle, jonka kanssa yrityksellä ei ole asiakassuhdetta.

Yritys voi pyytää kuluttajalta suostumuksen tällaiseen suoramarkkinointiin automaattista televiestintää käyttämällä (esimerkiksi sähköpostilla tai tekstiviesteillä). Suostumuspyyntö ei saa sisältää varsinaista markkinointia. Siinä voidaan kuitenkin kuvata, millaisia palveluja tai tavaroita yritys markkinoisi kuluttajalle.

### **5.4.2 Käyttö ilman suostumusta**

#### **5.4.2.1 Asiakassuhdeviestintä**

Yrityksen ja kuluttajan väliseen asiakassuhteeseen liittyvä viestintä ei ole suoramarkkinointia. Yritys voi lähettää kuluttajalle pyytämättä tältä etukäteen suostumusta asiakassuhteen hoitoon liittyvää materiaalia ja tietoa. Tällaista materiaalia ovat esimerkiksi tiedot asiakkaan käyttämän palvelun muutoksista, siihen liittyvistä uusista käyttömahdollisuuksista, huoltopalveluista, lisävarusteista, uusista maksutavoista ja lehtitilauksen jatkotarjous.

#### **5.4.2.2 Markkinointi yrityksen kotisivulla**

Lainsäädännön tarkoituksena on rajoittaa sellaisen automaattisen televiestinnän käyttämistä markkinointiin, joka mahdollistaa markkinoinnin sattumanvaraisesti lukuisille kuluttajille. Jos kuluttaja itse hakeutuu esimerkiksi yrityksen kotisivuille ja yritys kohdistaa hänelle siellä markkinointia, yrityksen ei tarvitse pyytää kuluttajalta etukäteen suostumusta.

Yritys voi siten liittää asiakkaalleen sähköpostilla lähettämäänsä laskuun, tiedotteeseen tai muuhun sähköiseen viestiin viittauksen yrityksen kotisivulle, jossa asiakkaalle markkinoidaan uusia palveluita. Tällainen viesti ei ole lainsäädännössä tarkoitettua kuluttajan etukäteistä suostumusta vaativaa markkinointia, koska kuluttaja itse päättää, haluaako hän itseensä kohdistettavan markkinointia hakeutumalla itse yrityksen kotisivulle.

### 5.4.3 Osoitteellinen suoramainonta ja puhelinmyynti

Yritys voi lähettää sähköisen kauppapaikkansa asiakkaina oleville kuluttajille osoitteellista suoramainontaa ja myydä heille tuotteitaan puhelimitse tarvitsematta kuluttajan etukäteistä suostumusta. Kuluttajilla on kuitenkin oikeus kieltää tällainen suoramarkkinointi.

## 5.5 Rekisteriseloste

Rekisteriseloste on tärkeä osa rekisterinpidon avoimuutta. Yrityksen on laadittava kustakin ylläpitämästään henkilörekisteristä rekisteriseloste. Rekisteriselosteelle ei ole asetettu erityisiä muotovaatimuksia. Rekisteriselosteesta tulee kuitenkin ilmetä ainakin seuraavat tiedot:

- yrityksen nimi ja yhteystiedot (posti- ja käyntiosoite, puhelinnumero) mm. kuluttajan oikeuksien käyttämiseksi
- henkilötietojen käsittelyn tarkoitus
- kuvaus rekisteröityjen ryhmistä ja näihin liittyvistä tiedoista
- mihin tietoja säännönmukaisesti luovutetaan (esim. markkinointitarkoituksiin) ja siirretäänkö tietoja Euroopan unionin ja Euroopan talousalueen ulkopuolelle
- kuvaus rekisterin suojauksen periaatteista (riittävää on, että rekisteriselosteessa todetaan, että kulunvalvonta on järjestetty, tietoihin pääsy edellyttää käyttäjätunnusta ja salasanaa, käyttäjistä muodostuu käyttäjäloki sekä rekisterin suojausta koskevat henkilöjärjestelyt on tehty).

Myös muita informaation kannalta tärkeitä asioita on hyvä ottaa rekisteriselosteeseen. Tällaisia ovat mm. rekisteriasioita yrityksessä hoitavan henkilön nimi ja yhteystiedot sekä rekisterin säännönmukaiset tietolähteet, jotka rekisterinpitäjä on pyydettyään velvollinen ilmoittamaan kuluttajalle. Rekisteriseloste tulee pitää jokaisen saatavilla yrityksen toimipaikassa tai esim. yrityksen kotisivuilla. Jos yritys toimii pelkästään verkossa, rekisteriselosteen tulee olla saatavilla verkosta (esim. yrityksen kotisivulta). Rekisteriselostetta voidaan käyttää apuna myös yrityksen informointivelvollisuuden toteuttamisessa (ks. jakso 5.6.2).

## 5.6 Kuluttajan informointi henkilötietojen käsittelystä

### 5.6.1 Etämyynti ja muu suoramarkkinointi

Henkilötietolaissa on erikseen säännös yrityksen informointivelvoitteesta etämyynissä ja muussa suoramarkkinoinnissa. Etämyynissä ja suoramarkkinoinnissa on ilmoitettava sen henkilörekisterin nimi, josta kuluttajan nimi- ja yhteystiedot on hankittu sekä kyseinen rekisterinpitäjä ja tämän yhteystiedot.

### 5.6.2 Asiakkaiden informointi

Talletettaessa etämyynnin tai muun sähköisen suoramarkkinoinnin avulla asiakkaaksi hankittua kuluttajaa koskevia tietoja yrityksen asiakasrekisteriin, hänen saatavilleen tulee asettaa perustiedot yrityksen henkilötietojen käsittelytavasta. Jos yrityksellä on tarkoitus luovuttaa kuluttajan henkilötietoja, yritys voi informoida kuluttajaa vasta siinä vaiheessa, kun tietoja luovutetaan ensimmäisen kerran.

Yrityksen tulee huolehtia henkilötietoja kerätessään ja tallettaessaan, että kuluttaja voi saada seuraavat tiedot:

- yrityksen nimi
- henkilötietojen käsittelyn tarkoitus
- luovutuksensaaja, jos tietoja luovutetaan säännönmukaisesti
- kuluttajan oikeuksien käyttämiseksi tarpeelliset tiedot. Tiedot voidaan antaa esimerkiksi viittaamalla rekisteriselosteeseen ja mainitsemalla, mistä rekisteriseloste on saatavilla.

Yritys voi toteuttaa kuluttajan informointivelvollisuuden esimerkiksi asettamalla kuluttajien saataville informointivelvollisuuden piiriin kuuluvat tiedot vahvistaessaan kaupan syntymisen kuluttajalle (ks. jakso 9), merkitsemällä vahvistukseen puhelinnumeron tai yrityksen kotisivulle tai kuluttajalle lähetettävään sähköpostiviestiin linkin, josta edellä mainitut tiedot ovat saatavissa. Yrityksen ei tarvitse informoida kuluttajaa, jos kuluttaja on jo saanut tiedot aiemmin.

### **5.7 Tarkastusoikeus**

Kuluttajalla on oikeus saada tietää, käsitteleeö yritys häntä koskevia tietoja ja jos näin on, mitä tietoja käsitellään ja miksi niitä käsitellään. Kuluttajalla on oikeus tarkastaa tietojensa oikeellisuus.

### **5.8 Tietojen suojaaminen**

Yrityksen tulee suojata henkilötiedot siten, että henkilötietoja voivat käsitellä vain sellaiset yrityksen määrittelemät henkilöt, jotka tarvitsevat tietoja työtehtävissään. Pääsy henkilötietoja sisältävään tietojärjestelmään voidaan toteuttaa esimerkiksi käyttäjätunnuksen ja henkilökohtaisen salasanan avulla. Yrityksen henkilötietojen käsittelyyn käyttämien tietojärjestelmien tulee olla myös teknisesti riittävästi suojattuja.

Tietojen suojaamisen tasoon vaikuttavat käytettävissä olevat tekniset mahdollisuudet, toimenpiteiden aiheuttamat kustannukset, käsiteltävien tietojen laatu, määrä ja ikä sekä käsittelyn merkitys yksityisyyden suojan kannalta. Vaadittavan suojan tasoon vaikuttaa myös se, minkälaisia henkilötietoja käsitellään. Esimerkiksi arkaluonteisia tietoja sisältävän rekisterin suojaamiseen on kiinnitettävä erityisen paljon huomiota.

## **6. Kuluttajan tunnistaminen**

Tilauksen tai muun tahdonilmaisun vastaanottajalla on riski siitä, että lähettäjä on juuri se, joka hän väittää olevansa. Tämän vuoksi yrityksen tulee riittävällä tavalla varmistua kuluttajan henkilöllisyydestä. Jos kuluttaja ilmoittaa yritykselle, ettei hän ole tilannut yrityksen toimittamaa tavaraa tai palvelua, yrityksen tulee pystyä osoittamaan, että kuluttaja on tilannut sen. Tämän vuoksi tavarantoimittajan tai palvelun toimittaminen ennen maksun saamista sellaiselle kuluttajalle, jota yritys ei ole aiemmin tunnistanut, sisältää luottotappion vaaran.

Yksi tapa varmistua kuluttajan henkilöllisyydestä ja kuluttajan tahdonilmaisun oikeellisuudesta on käyttää lainsäädännön vaatimukset täyttävää sähköistä

allekirjoitusta. Kuluttaja voidaan yleensä tunnistaa myös muilla tavoilla riittävän tehokkaasti, esimerkiksi käyttäjätunnuksen ja salasanan avulla.

## 7. Kuluttajansuojalaki ja sähköinen kuluttajakauppa

Kuluttajansuojalain 6 luvussa on sähköistä kuluttajakauppaa (laissa käytetään käsitettä etämyynti) koskevat säännökset, jotka ovat kuluttajien hyväksi pakottavia. Luvun soveltamisen edellytyksenä on, että yritys tarjoaa kulutushyödykkeitä kuluttajille yrityksen järjestämän sellaisen etätarjontamenetelmän avulla, jossa sopimuksen tekemiseen ja sitä edeltävään markkinointiin käytetään yksinomaan yhtä tai useampaa etäviestintä. Etätarjontamenetelmiä ovat esimerkiksi sähköposti, tekstiviesti, television interaktiiviset ostoskanavat ja digi-tv sekä internet-pohjaiset järjestelmät.

Kulutushyödykkeet ovat tavaroita tai palveluja. Lakia sovelletaan lähtökohtaisesti kaikkien tavaroiden ja palvelujen sähköiseen kauppaan. Tärkeimmät poikkeukset ovat kiinteää omaisuutta koskevat sopimukset vuokraoikeutta lukuun ottamatta, arvopaperia koskevat sopimukset ja talletusta, luottoa, vakuutusta tai muita rahoituspalveluja koskevat sopimukset. Laissa ei ole asetettu euromääräistä alarajaa niiden palvelujen ja tavaroiden hinnalle, joiden kauppaan lakia sovelletaan.

Etätarjontamenetelmällä tarkoitetaan markkinointi- ja myyntitapaa, joiden tarkoituksena on kaupankäynti etäviestimen avulla.

Lain soveltaminen edellyttää, että yritys markkinoi tavaraa tai palvelua kuluttajalle jollakin etäviestimellä (esim. sanomalehti, suoramarkkinointikirje, verkkosivu ja tekstiviesti). Lakia sovelletaan, vaikka markkinointi ja ostaminen tapahtuisi eri etäviestimillä ja siitä riippumatta, millä tavalla tavaraa tai palvelua on markkinoitu kuluttajalle. Lakia sovelletaan esimerkiksi seuraavissa tilanteissa:

- kuluttaja havaitsee sanomalehdessä mainoksen tavarasta, jonka hän tilaa sähköpostilla,
- kuluttaja saa markkinointiviestin tekstiviestinä ja ostaa tavaran yrityksen kotisivulta
- kuluttaja havaitsee tuotteen yrityksen kotisivulta ja hankkii sen puhelimella
- yritys lähettää kuluttajalle kotiin osoitteellisen tai osoitteettoman suoramarkkinointikirjeen ja kuluttaja ostaa tavaran sähköpostin tai Internet-pohjaisen järjestelmän välityksellä.

Lakia ei sovelleta esimerkiksi seuraavissa tilanteissa:

- kuluttaja tilaa kampaamoajan sähköpostilla
- kuluttaja havaitsee yrityksen kotisivulla tavaran, jonka hän käy ostamassa yrityksen toimipisteessä.

Lain soveltamisen kannalta ei ole merkitystä sillä, ottaako yritys yhteyttä kuluttajaan vai päinvastoin. Yrityksen tulee ottaa huomioon, että verkkomarkkinointiin sovelletaan myös kuluttajansuojalain 2 luvun säännöksiä.

## 8. Yrityksen tiedonantovelvollisuus

### 8.1 Ennakkotiedot

Yrityksen tulee antaa kuluttajalle hyvissä ajoin ennen sopimuksen tekemistä laissa säädetyt tiedot. Hyvissä ajoin antamisella tarkoitetaan sitä, että kuluttaja voi tutustua tietoihin ennen ostopäätöksen tekemistä. Tiedot voivat olla esimerkiksi yrityksen kotisivulla, markkinointimateriaalissa taikka sähköposti- tai tekstiviestissä voi olla linkki tai yrityksen kotisivun osoite, josta tiedot ovat saatavissa. Keskeistä on, että yritys ilmoittaa selkeästi, mistä tiedot ovat kuluttajan saatavilla.

Kuluttajan saataville asetettavia tietoja ovat

- 1) yrityksen nimi ja osoite sekä sijaintipaikka, jos se ei käy ilmi osoitteesta.  
Osoite voi olla käyntiosoite, postiosoite tai sähköpostiosoite.
- 2) tavaran tai palvelun pääominaisuudet.  
Pääominaisuuksia ovat hyödykkeen laji (esimerkiksi tietokonepeli tai kirja) ja laatu (esimerkiksi pehmeä/kovakantinen kirja) sekä keskeiset tiedot sen käyttökelpoisuuden ja sopivuuden arvioimiseksi. Usein pelkkä tavaran nimen, lajin ja koko- ja väri vaihtoehtojen ilmoittaminen riittää.
- 3) kulutushyödykkeen hinta, toimituskulut ja maksuehdot.  
Kulutushyödykkeen hinta tulee ilmoittaa veroineen ja toimituskuluineen sekä missä valuutassa hyödyke on hinnoiteltu. Maksuehdoista tulee ilmoittaa maksuaika, maksutapa ja viivästyskorko.
- 4) toimitusta tai sopimuksen täyttämistä koskevat muut ehdot.  
Kulutushyödykkeen toimitustapa tulee ilmoittaa (esimerkiksi tavaran toimittaminen postiennakolla, laskua vastaan tai verkkomaksulla ennen tavaran tai palvelun toimittamista). Jos kuluttajan on ostettava tietty määrä tavaroita saadakseen ne tiettyyn hintaan, vähimmäisostosmäärä tulee ilmoittaa. Jos yritys käyttää kaupankäynnissä kuluttajien kanssa yrityksen tai esimerkiksi toimialajärjestön laatimia, kaikille kuluttajille samansisältöisinä tarjottavia yleisiä sopimusehtoja (vakioehdot), yrityksen tulee kertoa, miten kuluttaja voi tutustua vakioehtoihin. Ennakkotietoina tulee ilmoittaa toimitusaika (ks. jakso 14.1) ja paikka, jonne tavara toimitetaan.
- 5) sopimuksen vähimmäiskesto, jos sopimus koskee tavaroiden tai palvelun jatkuvaa tai toistuvaa toimittamista.  
Esimerkiksi lehtien kestotilauksen määräaika tulee ilmoittaa. Jos vähimmäiskesto ei ole, tästä kohdasta ei tarvitse olla mainintaa.
- 6) etäviestimen käytöstä syntyvät kulut, jos siitä veloitetaan perushintaa enemmän.  
Tällainen kulu on esimerkiksi erityismaksullisesta tekstiviestipalvelusta perittävä kokonaishinta.
- 7) tarjouksen voimassaoloaika.  
Jos hinta tai muut ehdot ovat voimassa vain tietyn ajan, tarjouksen päättymispäivä tulee ilmoittaa.
- 8) tieto peruuttamisoikeudesta (ks. jakso 12) tai siitä, ettei peruuttamisoikeutta ole (ks. jakso 12.4)  
Riittävää on, että yritys toteaa peruutusoikeuden olemassaolon kuluttajalle. Myös peruuttamisoikeuden puuttumisesta tulee mainita, jos kuluttajalla ei ole lain mukaan peruuttamisoikeutta.

Lisäksi yrityksen tulee asettaa kuluttajan saataville sopimusehdot (mukaan lukien käytettävät vakioehdot) siten, että kuluttaja voi tallentaa ja tarvittaessa tulostaa ne.

## 8.2 Tiedonantovelvollisuus tilausta tehtäessä

Yrityksen tulee asettaa kuluttajan saataville ennen tilauksen tekemistä jäljempänä mainitut tiedot. Tiedot tulee asettaa kuluttajan saataville selvästi ja ymmärrettävästi. Tällaisia tietoja ovat

### 1) sopimuksen tekemisen tekniset vaiheet

Tällaisia tietoja ovat ohjeet siitä, miten kuluttajan tulee toimia halutessaan tehdä sopimuksen yrityksen kanssa. Ohjeet ovat käytännön opastus siitä, millä tavalla kuluttaja voi ostaa kauppapaikasta tavaroita ja hankkia palveluja. Ohjeet sisältävät esimerkiksi tiedot siitä, tuleeko kuluttajan rekisteröityä palvelun käyttäjäksi, kerätä ostoskoriin haluamansa tuotteet ja vahvistaa tilauksen kuvaketta painamalla. Yleensä yrityksen kotisivulla olevat tiedot ostoskorista riittävät.

### 2) tallentaako yritys tehdyn sopimuksen ja onko se kuluttajan saatavilla

### 3) tekniset keinot, joilla voidaan tunnistaa ja korjata syöttövirheet ennen tilauksen tekemistä

Yrityksen kauppapaikalla voi olla ohjeet siitä, millä tavalla kuluttaja voi muuttaa syöttämiään tietoja tai poistaa ne. Kohdassa tarkoitetaan myös yrityksen käytössä olevaa järjestelmää, joka ilmoittaa annettujen tietojen virheellisyydestä tai ristiriitaisuudesta.

### 4) kielet, joilla yritys on valmis tekemään sopimuksen.

Jos yritys tarjoaa tavaroita tai palveluja vain suomeksi, erillistä ilmoitusta ei tarvita. Kielivaihtoehdot voidaan esitellä esimerkiksi lippukuvakkein.

### 5) luettelo käytännesäännöistä ja muista itsesääntelyohjeista, joita yritys ilmoittaa noudattavansa sekä miten niihin voi tutustua sähköisesti

Edellä tässä jaksossa tarkoitettuja tietoja ei tarvitse asettaa kuluttajan saataville, jos yritys tekee sopimuksen kuluttajan kanssa sähköpostilla, tekstiviestillä tai muulla henkilökohtaisella viestintätavalla. Edellytyksenä on, että molemmat osapuolet käyttävät viestejä toisilleen lähettäessään henkilökohtaista viestintätapaa. Pelkästään se seikka, että kuluttaja lähettää sähköpostitse tai tekstiviestillä tilauksen yrityksen verkkosivuilla tarjotusta tuotteesta, ei vapauta yritystä kohdan 8.2 mukaisesta tiedonantovelvollisuudesta. Tyypillinen poikkeuksen piiriin kuuluva tilanne on se, että osapuolet olemalla sähköpostitse henkilökohtaisesti yhteydessä toisiinsa neuvottelevat keskenään yksilöllisen sopimuksen.

## 8.3 Tiedonantovelvollisuuden toteuttaminen käytännössä

Edellä jaksossa 8.1 mainitut ennakkotiedot ja jaksossa 8.2 mainitut tilausta tehtäessä annettavat tiedot tulee asettaa kuluttajien saataville käytettyyn etäviestimeen sopivalla tavalla selkeästi ja ymmärrettävästi. Tietoja ei siten tarvitse asettaa kuluttajien saataville samalla viestimellä eikä samassa yhteydessä kun tilaus tehdään.

Tiedonantovelvollisuuden täyttäminen voidaan sopeuttaa etäviestimen teknisiin mahdollisuuksiin. Jos tavarana tai palveluna voi hankkia esimerkiksi käyttämällä tekstiviestiä, tietojen ei tarvitse olla tekstiviestissä eikä tekstiviestijärjestelmällä tutustuttavissa. Riittävää on, että kuluttaja voi saada tiedon esimerkiksi yrityksen kotisivulta tai WAP-palveluun sisältyvänä. Siten riittävää on, että kuluttajalle



ilmoitetaan esimerkiksi tekstiviestissä, mistä tiedot ovat saatavilla. Kuluttajalla tulee kuitenkin olla mahdollisuus tutustua tietoihin ennen tavaran tai palvelun hankkimista.

Yritys ei voi periä erillistä korvausta tietojen antamisesta. Erillisenä korvauksena ei pidetä kuluttajan ja verkkopalvelun tarjoajan välisen sopimuksen mukaista hintaa viestin välityksestä.

## **9. Tietojen vahvistaminen**

### **9.1 Vahvistuksen toimittamistapa**

Yrityksen tulee toimittaa vahvistus kuluttajalle kirjallisesti tai sähköisesti. Yritys voi lähettää kirjallisen vahvistuksen erikseen tai toimitettavan tavaran mukana. Yritys voi lähettää vahvistuksen myös sähköisesti siten, ettei yritys voi muuttaa vahvistettua sopimusta yksipuolisesti ja että se on kuluttajan saatavilla. Yritys voi lähettää tiedot esimerkiksi kuluttajan sähköpostiosoitteeseen.

Yritys voi pitää tiedot kuluttajan saatavilla esimerkiksi omalla palvelimellaan, josta kuluttaja voi käydä lukemassa ne ja tallentamassa esimerkiksi omalle palvelimellensa tai tietokoneensa muistiin. Yritys ja kuluttaja voivat sopia vahvistuksen toimittamistavan käytännön toteutuksesta.

### **9.2 Vahvistuksessa mainittavat tiedot**

Edellä jakson 8.1 kohdissa 1-5 mainittujen ennakkotietojen lisäksi yrityksen tulee vahvistaa kuluttajalle seuraavat tiedot:

- 1) ohjeet ja tiedot peruuttamisoikeuden käyttämisestä varten sekä tieto siitä, ettei sopimusta voi peruuttaa tietyissä tilanteissa (ks. jakso 12.4) sen jälkeen, kun palveluksen suorittaminen on aloitettu kuluttajan suostumuksella.  
Yrityksen tulee vahvistuksessa ilmoittaa kenelle ja missä ajassa peruuttamisesta on ilmoitettava sekä ne tavat, joilla kuluttaja voi tehdä peruuttamisilmoituksen. Kuluttajalle on hyvä antaa myös ohjeet palautusmenettelystä: miten ja mihin kuluttaja voi palauttaa tavaran tai muun palautettavissa olevan suorituksen. Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos palvelun suorittaminen aloitetaan kuluttajan suostumuksella ennen peruuttamisajan päättymistä. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi tietokoneohjelman tai kirjan toimittaminen kuluttajalle verkon välityksellä taikka musiikkikappaleen kuunteleminen verkossa.
- 2) yrityksen sen toimipaikan käyntiosoite, johon kuluttaja voi toimittaa valituksensa.  
Jos yrityksellä ei ole kiinteää toimipaikkaa, sen tulee tehdä sopimus muun yrityksen kanssa siitä, että kuluttaja voi käydä toimittamansa valituksensa sinne henkilökohtaisesti. Yksi kiinteä toimipaikka Euroopan talousalueella on riittävä. Sähköposti- tai postilokero-osoitteen ilmoittaminen ei riitä.
- 3) tiedot takuusta sekä saatavilla olevista huolto- ja korjauspalveluista.  
Yrityksen tulee ilmoittaa mahdollisen takuuajan pituus ja valtuutettujen huolto- ja korjauspalvelua harjoittavien yritysten yhteystiedot.
- 4) sopimuksen irtisanomisehdot, jos sopimus on voimassa toistaiseksi tai yhtä vuotta pidemmän ajan.  
Yrityksen tulee ilmoittaa irtisanomisaika ja irtisanomisperusteet, jos sopimus ei ole vapaasti irtisanottavissa.
- 5) sopimukseen sovellettavat vakioehdot.

Jos yritys käyttää kaupankäynnissä kuluttajien kanssa vakioehtoja, jotka tulevat osaksi yrityksen ja kuluttajan välistä sopimusta, vahvistuksessa tulee mainita, missä kuluttaja voi tutustua niihin ja tallettaa tai tulostaa ne käyttöönsä.

Jos kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta sen vuoksi, että palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti on aloitettu kuluttajan suostumuksella ennen peruuttamisajan päättymistä, kuluttajalle tulee ilmoittaa siitä vahvistuksessa (ks. jakso 12.4).

### **9.3 Vahvistuksen toimittaminen**

Yrityksen tulee toimittaa vahvistus kuluttajalle mahdollisimman pian sopimuksen tekemisen jälkeen. Yrityksen kannattaa toimittaa vahvistus kuluttajalle mahdollisimman nopeasti, koska peruuttamisaika alkaa kulua aikaisintaan vahvistuksen toimittamisesta. Tavaroiden kaupassa vahvistus tulee toimittaa kuluttajalle viimeistään tavarantoimituksen yhteydessä. Jos tavara toimitetaan jollekin muulle esimerkiksi lahjaksi, vahvistuksen toimittaminen ei ole sidottu tavarantoimitukseen.

### **9.4 Milloin vahvistusta ei tarvitse toimittaa?**

Yrityksen ei tarvitse toimittaa erillistä vahvistusta, jos yritys on toimittanut vahvistuksessa mainittavat tiedot kuluttajalle kirjallisesti tai asettanut ne hänen saatavilleen sähköisesti jo ennakkotietojen antamisvaiheessa (esimerkiksi myyntiluettelossa). Siten yritys voi koota kotisivulle ennakkotiedot ja vahvistettavat tiedot, jotka ovat kuluttajien saatavilla jo ennen hankintapäätöksen tekemistä eikä vahvistusta tarvitse toimittaa.

Vahvistusta ei tarvitse toimittaa, jos yritys ja kuluttaja ovat tehneet kirjallisesti tai sähköisesti sopimuksen palvelun tai tavarantoimituksen jatkuvasta toimittamisesta kuluttajalle ja siinä on mainittu edellä jaksossa 9.2 mainitut asiat.

Vahvistusta ei tarvitse toimittaa silloinkaan, jos palvelus suoritetaan etäviestimellä yhdellä kertaa ja jos siitä veloittaa se yritys, jonka tarjoamalla etäviestimellä palvelu suoritetaan. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi uutis-, sää- ja ajanvietepalvelut, jotka veloitetaan matkaviestinpalvelua tai internetin käyttöä koskevassa laskussa. Tällöinkin kuluttajalle tulee ilmoittaa palveluksen suorittaneen sen toimipaikan käyntiosoite, johon hän voi tehdä valituksensa. Riittävää on, että tiedot ovat esimerkiksi selvästi havaittavissa olevan linkin takana, josta käyntiosoitetiedot löytyvät.

## **10. Tilauksen tekeminen**

Kun kuluttaja on lähettänyt sähköisesti yritykselle tavaraa tai palvelua koskevan tilauksensa, yrityksen tulee ilmoittaa viivytyksettä sähköisesti kuluttajalle, että se on vastaanottanut tilauksen. Jos yritys suorittaa kuluttajan pyytämän palvelun sähköisesti viivytyksettä, erillistä vastaanottoilmoitusta ei tarvita, vaan palvelun suorittaminen korvaa ilmoituksen.

Yrityksen tulee tarjota kuluttajalle mahdollisuus käyttää asianmukaisia, tehokkaita ja helppokäyttöisiä teknisiä keinoja, joiden avulla kuluttaja voi tunnistaa ja korjata

syöttövirheet ennen tilauksen tekemistä. Tavoitteena on, että tilauksen tekeminen on alusta loppuun asti selkeästi ohjattu. Yrityksen tulee huolehtia siitä, että kuluttaja voi tarkastaa ja tehdä tarvittavat korjaukset tilaukseensa ennen sen lähettämistä yritykselle päätelaitteen ja palvelun (esim. tekstiviestit) tekniset ominaisuudet huomioonottaen.

Edellä tässä jaksossa tarkoitettua ei tarvitse soveltaa, jos yritys tekee sopimuksen kuluttajan kanssa sähköpostilla, tekstiviestillä tai muulla henkilökohtaisella viestintätavalla. Edellytyksenä on, että molemmat osapuolet käyttävät viestejä toisilleen lähettäessään henkilökohtaista viestintätapaa. Pelkästään se seikka, että kuluttaja lähettää sähköpostitse tai tekstiviestillä tilauksen yrityksen verkkosivuilla tarjotusta tuotteesta, ei vapauta yritystä erillisen vastaanottoilmoituksen lähettamisestä eikä syöttövirheitä koskevan tunnistamis- ja korjaamismenettelyn järjestämisestä. Tyypillinen poikkeuksen piiriin kuuluva tilanne on se, että osapuolet olemalla sähköpostitse henkilökohtaisesti yhteydessä toisiinsa neuvottelevat keskenään yksilöllisen sopimuksen.

## **11. Sopimuksen tekeminen alaikäisen kanssa**

Alaikäisen käytössä olevat matkaviestimet ja muut sähköiset etäviestimet ovat hänen edunvalvojansa nimissä. Yritys ei siten yleensä tiedä, että sopijapuolena on alaikäinen. Liittymä- tai muun sopimuksen tehnyt edunvalvoja vastaa tällöin tehdystä sopimuksesta. Yrityksen tulee noudattaa tässä jaksossa kuvattuja menettelytapoja silloin, kun yritys tietää, että päätelaite on alaikäisen käytössä (esim. tieto on yrityksen asiakasrekisterissä).

Kun lapsi hankkii vähäistä arvokkaamman tavaran tai palvelun, tilaukselle on syytä saada lapsen edunvalvojan suostumus. Vähäisiä tavaroita ja palveluja, joita lapset voivat hankkia itsenäisesti ovat esimerkiksi musiikkikappaleiden kuuntelu matkaviestimellä ja elokuvaliput.

Nuorella on oikeus tehdä oikeustoimia, jotka ovat hänen ikäiselleen tavanomaisia. Tällaisia tavaroita ja palveluja ovat esimerkiksi kirjat, cd-levyt ja videokasetit. Jos nuori hankkii arvokkaan tavaran tai palvelun, tilaukselle on syytä saada nuoren edunvalvojan suostumus.

Yritys kantaa riskin siitä, että alaikäisellä on oikeus hankkia tilaamansa tavara tai palvelu. Tämän vuoksi yrityksen kannattaa mahdollisuuksien mukaan selvittää alaikäisen ikä esimerkiksi kysymällä sitä tilauslomakkeessaan. Alaikäisellä ei ole oikeutta tehdä luottosopimusta tavaran tai palvelun hankkimiseksi.

## **12. Peruuttamisoikeus**

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa tavaraa tai palvelua koskeva sopimus tässä jaksossa kerrotulla tavalla. Peruuttamisoikeuden olemassaolo edellyttää muun muassa, että kuluttaja palauttaa tavaran kohtuullisessa ajassa (ks. tarkemmin jakso 13) ja säilyttää tavaraa asianmukaisesti (ks. tarkemmin jakso 15). Kuluttajalla on peruuttamisoikeus, vaikka palvelu tai tavara on virheetön. Peruuttamisoikeutta ei tule sekoittaa kuluttajan oikeuteen purkaa kauppa tavaran virheellisyyden (ks. kuluttajansuojalain 5 luku) tai palvelun virheellisyyden perusteella (ks. esimerkiksi kuluttajansuojalain 8 luku) eikä mahdolliseen oikeuteen irtisanoa lehtitilaus.

## 12.1 Peruuttamisaika

Kuluttajalla on oikeus peruuttaa sopimus määräajassa sopimuksen tekemisen jälkeen eikä hänen tarvitse ilmoittaa peruuttamisen syytä yritykselle. Kuluttaja voi peruuttaa tavaran tai palvelun kauppaa koskevan sopimuksen myös ennen kuin yritys on lähettänyt hyödykkeen kuluttajalle. Kuluttaja voi tehdä ilmoituksen yritykselle suullisesti tai kirjallisesti.

Kuluttajan tulee ilmoittaa peruuttamisesta yritykselle 14 päivän kuluessa vahvistuksen vastaanottamisesta. Jos kaupan kohteena on tavara, 14 päivän aika lasketaan tavaran tai ensimmäisen tavaraerän vastaanottamisesta, jos kuluttaja vastaanottaa tavaran tai tavaraerän myöhemmin kuin vahvistuksen. Jos vahvistusta ei tarvitse toimittaa (ks. jakso 9.4), peruuttamisaika lasketaan tavaran kaupassa tavaran tai tavaraerän vastaanottamisesta ja muissa tapauksissa sopimuksen tekemisestä.

Peruuttamisaikaa laskettaessa ei oteta lukuun sitä päivää, jolloin yritys antaa vahvistuksen, sopimus tehtiin tai kuluttaja ottaa tavaran vastaan. Jos yritys antaa kuluttajalle vahvistuksen esimerkiksi 12.9., peruuttamisaika päättyy 26.9. Jos peruuttamisajan viimeinen päivä on kuitenkin pyhäpäivä, itsenäisyyspäivä, vapunpäivä, joulukuun- tai juhannusaatto tai arkilauantai, kuluttaja saa peruuttaa sopimuksen vielä ensimmäisenä arkipäivänä sen jälkeen.

## 12.2 Peruuttamisilmoituksen ja vahvistuksen lähettäminen

Jos kuluttaja on lähettänyt peruuttamisilmoituksen tarkoituksenmukaisella tavalla ennen 14 päivän määräajan päättymistä, kuluttaja saa vedota ilmoitukseen, vaikka se myöhästyisi, vääristyisi tai ei tulisi perille. Kuluttajan on aina osoitettava, että hän on lähettänyt peruuttamisilmoituksen yritykselle. Kuluttaja on lähettänyt peruuttamisilmoituksen tarkoituksenmukaisella tavalla silloin, kun hän on peruuttanut sopimuksen yrityksen vahvistuksessa neuvomalla tavalla. Kuluttaja voi peruuttaa sopimuksen samaa etäviestintä käyttämällä, jolla hän on hankkinut tuotteen. Säilyttääkseen peruuttamisoikeutensa kuluttajan on lisäksi palautettava tavara kohtuullisessa ajassa yritykselle (ks. jakso 13).

Kuluttajalla on näyttövelvollisuus siitä, että hän on lähettänyt peruuttamisilmoituksen ja palauttanut tavaran. Selvitys voi olla esimerkiksi Postista saatava kuitti tai asiakaspalautuskortin lähettäjäkappale.

Myös yritys voi vedota vahvistukseen, jos yritys on lähettänyt sen tarkoituksenmukaisella tavalla, vaikka vahvistus myöhästyisi, vääristyisi tai ei tulisi perille. Yrityksellä on syytä olla vahvistusten lähettämistä koskeva järjestelmä, jonka avulla yritys voi riitatilanteissa osoittaa lähettäneensä vahvistuksen kuluttajan tilaaman hyödykkeen mukana tai muulla tavalla. Yrityksen tulee pystyä osoittamaan, että sen käytössä on järjestelmä, jossa vahvistus liitetään aina tavaran mukaan.

Kuluttajan postitse lähettämän peruuttamisilmoituksen katsotaan saapuneen yritykselle seitsemäntenä päivänä sen lähettamisestä, jos kuluttaja ei voi osoittaa peruuttamisilmoituksen saapumisesta muuta selvitystä. Lähettämispäivää ei oteta lukuun seitsemän päivän määräaikaan laskettaessa. Jos kuluttaja on lähettänyt peruuttamisilmoituksen 12.5., peruuttamisilmoituksen katsotaan saapuneen yritykselle 19.5. Jos kuluttaja lähettää peruuttamisilmoituksen yritykselle sähköisesti (esimerkiksi

sähköpostilla tai tekstiviestillä), peruuttamisilmoituksen katsotaan saapuneen lähettämispäivänä.

## **12.3 Vahvistusta koskevat virheet**

### **12.3.1 Vahvistuksen lähettämättä jättäminen**

Jos yritys ei lähetä vahvistusta, sopimus ei sido kuluttajaa. Kuluttajan on kuitenkin vedottava sopimuksen sitomattomuuteen ilmoittamalla siitä yritykselle vuoden kuluessa sopimuksen tekemisestä. Sopimus tulee kuluttajaa sitovaksi, jos hän ei ole tehnyt yritykselle ilmoitusta vuoden kuluessa.

Jos yritys lähettää vahvistuksen ennen kuin kuluttaja on vedonnut sopimuksen sitomattomuuteen, 14 päivän peruuttamisaika lasketaan siitä päivästä, kun kuluttaja sai vahvistuksen. Kuluttajan katsotaan saaneen sähköisesti lähetetyn vahvistuksen lähettämispäivänä ja kirjallisesti lähetetyn lähettämispäivää seuraavana kolmantena arkipäivänä.

Jos sopimus raukeaa kuluttajan vedottua vahvistuksen lähettämättä jättämiseen, yrityksen on viimeistään 30 päivän kuluttua ilmoituksen saatuaan palautettava maksamansa maksusuoritukset sekä korvattava kuluttajalle tavarain tai muun suorituksen palauttamisesta aiheutuneet kulut. Yrityksen ei tarvitse kuitenkaan palauttaa maksusuorituksia ennen kuin kuluttaja on palauttanut tavarain tai muun palautettavissa olevan suorituksen yritykselle.

Jos kuluttaja sopimuksen peruuntuessa tai rautessa saa hyväkseen suorituksen, joka ei ole palautettavissa, kuluttajan on maksettava saamastaan hyödyistä kohtuullinen korvaus yritykselle. Säännös koskee lähinnä palvelussopimuksiin sisältyviä työsuorituksia ja vuokrasopimuksiin sisältyviä oikeuksia hallita ja käyttää vuokratohdetta. (ks. jakso 16). Jos tavara on pilaantunut tai tuhoutunut kuluttajan puolella olevan syyn vuoksi, yrityksen ei tarvitse palauttaa kuluttajalle maksusuorituksia.

### **12.3.2 Vahvistuksen sisältövirheet**

Jos vahvistuksessa ei ole kaikkia jaksossa 9.2 mainittuja tietoja, peruuttamisaika pitenee kolmeen kuukauteen. Jos yritys lähettää kolmen kuukauden kuluessa kuluttajalle oikaistun vahvistuksen, kuluttajalla on 14 päivän peruuttamisoikeus siitä päivästä, jolloin hän sai oikaistun vahvistuksen.

## **12.4 Peruuttamisoikeuden rajoitukset**

Kuluttajalla on pääsääntöisesti peruuttamisoikeus kaikenlaisten tavarain ja palveluiden kaupassa. Tässä jaksossa luetellaan tyhjentävästi ne tilanteet, jolloin kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta (ks. myös jaksot 13 ja 15).

### *Palveluksen suorittaminen aloitettu*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti on aloitettu kuluttajan suostumuksella ennen

peruuttamisajan päättymistä ja kuluttajalle on ilmoitettu peruuttamisoikeuden puuttumisesta vahvistuksessa.

Palveluksia ovat esimerkiksi verkossa tarjottava lääkäri- tai asianajopalvelu, kuluttajan asunnossa tehtävät korjaustyöt (esim. putkivuotojen korjaaminen), hoitopalvelut, säätietojen hankkiminen ja musiikkikappaleiden kuuntelu. Sähköisesti toimitettavia hyödykkeitä ovat esimerkiksi verkon välityksellä toimitettavat musiikkituotteet, kirjat ja tietokoneohjelmat.

Jotta kuluttajalla ei olisi peruuttamisoikeutta, palveluksen suorittaminen tai hyödykkeen toimittaminen sähköisesti tulee aloittaa kuluttajan suostumuksella ennen peruuttamisajan päättymistä. Suostumus voi olla myös hiljainen tai kuulua palveluksen tai hyödykkeen toimitustavan luonteeseen: esimerkiksi jos yritys toimittaa kuluttajan pyynnöstä tietokoneohjelman hänelle verkon välityksellä peruuttamisajan kuluessa tai kuluttaja ryhtyy kuuntelemaan musiikkikappaletta matkaviestimellään.

Peruuttamisoikeuden poissulkeminen edellyttää lisäksi, että peruuttamisoikeuden puuttumisesta ilmoitetaan vahvistuksessa. Jos vahvistusta ei tarvitse toimittaa (ks. jakso 9.4), peruuttamisoikeuden poissulkeminen ei edellytä mainintaa vahvistuksessa. Tällaisia hyödykkeitä ovat esimerkiksi verkon välityksellä toimitettavat musiikkikappaleet, jotka veloitetaan verkkopalvelun käyttöä koskevassa laskussa.

#### *Mittatilaustavara*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos sopimus koskee tavaraa, joka valmistetaan tai jota muunnellaan kuluttajan toivomusten mukaisesti niin, ettei tavaraa voida myydä edelleen ilman huomattavaa tappiota tai ettei tavaraa lainkaan voida myydä edelleen.

Kohdassa tarkoitettuja kuluttajan toivomusten mukaisesti valmistettuja tavaroita ovat esimerkiksi räätälin tekemät vaatteet, yksilöllisesti kuluttajan asuntoon valmistetut huonekalut ja kodintekstiilit. Kuluttajan toivomusten mukaisesti muunneltuja tavaroita ovat esimerkiksi vaatteet, korut ja kodin astiastot, joihin on lisätty kaiverrus tai nimikointi kuluttajan pyynnöstä.

#### *Pilaantuvat ja vanhentuvat tavarat*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos sopimus koskee tavaraa, jota ei voida palauttaa edelleen myytäväksi luonteensa vuoksi taikka joka voi pilaantua tai vanhentua nopeasti.

Kohdassa tarkoitettuja tavaroita, joita ei voida palauttaa edelleen myytäväksi luonteensa vuoksi, ovat esimerkiksi kodinkoneisiin asennetut varaosat, säiliöön toimitettu lämmitysöljy, kertakäyttötavarat ja sellaiset tavarat, joita ei voida hygieniasyistä myydä uudelleen. Kohdassa tarkoitettuja nopeasti pilaantuvia ja vanhentuvia tavaroita ovat esimerkiksi nopeasti pilaantuvat elintarvikkeet ja leikkokukat.

### *Sinetöidyt ääni- ja kuvatalenteet sekä tietokoneohjelmat*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos kuluttaja on avannut sinetöitynä toimitetun ääni- tai kuvatalenteen taikka tietokoneohjelman. Peruuttamisoikeuden poissulkeminen edellyttää tuotteen sinetöintiä. Pelkkä tuotteen pakkauksen sulkeminen teipillä tai muovikelmuun pakkaaminen ei ole kohdassa tarkoitettua sinetöintiä.

### *Sanoma- ja aikakauslehtien toimitus*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos sopimus koskee sanoma- tai aikakauslehtien toimitusta ja kuluttaja ottaa yhteyttä lehteä julkaisevaan yritykseen esimerkiksi puhelimitse tai tekemällä tilauksen verkossa. Jos yritys kuitenkin tarjoaa lehtiä kuluttajalle puhelimitse omasta aloitteestaan, kuluttajalla on peruuttamisoikeus.

### *Vedonlyönti- ja arvontapalvelukset*

Kuluttajalla ei ole peruuttamisoikeutta, jos sopimus koskee vedonlyönti- ja arvontapalveluksia.

## **13. Suoritusten palauttaminen**

Jos kuluttaja käyttää peruuttamisoikeuttaan, hänen on palautettava vastaanotettu tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus yritykselle kohtuullisen ajan kuluessa. Kohtuullisena aikana voitaneen pitää noin kahta viikkoa siitä, kun kuluttaja ilmoitti yritykselle peruuttamisesta tai 30 päivää tavarán vastaanottamisesta.

### **13.1 Kauppahinnan palauttaminen**

Kun kuluttaja on palauttanut yritykselle tavarán tai muun palautettavissa olevan suorituksen, yrityksen tulee palauttaa kuluttajalle tämän maksama osa kauppahinnasta viivytyksettä ja viimeistään 30 päivän kuluttua takaisin saamisesta. Jos kuluttaja on kuitenkin vahingoittanut tavaraa tai tuhonnut sen, kuluttaja menettää peruuttamisoikeutensa (ks. jakso 15).

### **13.2 Palautuskulujen korvaaminen**

Yrityksen tulee korvata kuluttajalle myös palautuskulut, jos tavara tai suoritus voidaan palauttaa Postin tai muun kuljettajan tavanomaista palautusmenettelyä käyttäen. Jos palautettava tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus edellyttää kokonsa tai painonsa vuoksi erityiskäsittelyä tai erityiskuljetusta, kuluttaja on velvollinen maksamaan palautuskulut. Jos kuluttaja ostama tavara palautetaan rahtina (tavara painaa yli 35 kiloa) tai se vaatii kuljetusyksikön, yritys voi velvoittaa kuluttajan maksamaan palautuskulut. Tällaisia tavaroita ovat esimerkiksi isot televisiot, jääkaappi/pakastinyhdistelmät ja muut suurikokoiset kodinkoneet, talopaketit ja ajoneuvot.

Jos yritys on toimittanut kuluttajalle hänen tilaamaansa tavaraa tai palautettavissa olevaa muuta suoritusta korvaavan hyödykkeen, yrityksen tulee kuitenkin aina korvata palauttamiskulut kuluttajalle.

## **14. Yrityksen toimitusvelvollisuus**

### **14.1 Tavarain tai palvelun luovuttaminen kuluttajalle**

Yrityksen tulee luovuttaa tavara tai palvelu kuluttajalle 30 päivän kuluessa siitä päivästä, jona kuluttaja on lähettänyt tai antanut yritykselle tarjouksensa tai hyväksyvän vastauksensa. Tavara on luovutettu kuluttajalle silloin, kun kuluttaja on saanut tai hän voi saada sen haltuunsa esimerkiksi postitoimipaikasta. Siten yrityksen tulee ottaa huomioon tavarain kuljetukseen kuluva aika siten, että esimerkiksi postitse toimitettava tavara on postitoimipaikassa 30 päivän kuluessa. Yritys ja kuluttaja voivat kuitenkin sopia pidemmästäkin toimitusajasta.

### **14.2 Tavarain tai palvelun toimitusesteet**

Jos yritys ei kykene toimittamaan tilattua tavaraa tai palvelua, koska sitä ei ole saatavilla, yrityksen tulee ilmoittaa siitä kuluttajalle viivytyksettä. Yrityksen tulee palauttaa kuluttajan maksama osa kauppahinnasta viimeistään 30 päivän kuluttua siitä päivästä, kun kuluttaja lähetti tai antoi yritykselle tarjouksen tai hyväksyvän vastauksen. Jos yritys ja kuluttaja ovat sopineet myöhemmästä luovuttamisajasta, määräaika lasketaan tavarain luovutuspäivästä.

### **14.3 Korvaavan tavarain tai palvelun toimittaminen**

Yritys voi käyttää vakiosopimusehtoa korvaavan tavarain tai palvelun toimittamisesta. Korvaavalle tavaralle tai palvelulle on kuitenkin asetettu laissa ehtoja (ks. kuluttajansuojalain 6 luvun 18 §).

## **15. Kuluttajan vastuu tavarasta tai palvelusta**

Jotta kuluttajalla olisi peruuttamisoikeus, hänen tulee pitää tavara tai muu palautettavissa oleva suoritus olennaisesti muuttumattomana ja vähentymättömänä. Kuluttaja ei kuitenkaan vastaa tavarain arvon alenemisesta, joka johtuu pakkauksen purkamisesta, tavarain tai suorituksen tutkimisesta tai muusta vastaavasta syystä. Kuluttaja voi siten tarkastaa tavarain ja kokeilla sen käyttöä samalla tavalla kuin yrityksen liiketiloissa tehtävissä vastaavissa kaupoissa on tavanmukaista. Yrityksen ei tarvitse ottaa kuluttajalta vastaan tavaraa eikä palauttaa kauppahintaa, jos kuluttaja on ottanut tavarain käyttöönsä. Tavarain tai suorituksen tuhoutuminen, huonontuminen tai vähentyminen ilman kuluttajan syytä ei johda peruuttamisoikeuden menettämiseen.

Kuluttaja voi siten esimerkiksi sovittaa hankkimaansa vaatetta, mutta ei käyttää sitä. Jos kuitenkin tavaraa ei terveys- tai hygieniasyistä (esim. piilolinssit) voida myydä eteenpäin, kuluttajalla ei ole oikeutta sovittaa sitä.

Kuluttaja ei voi esimerkiksi liittää kodinkoneen varaosaa koneeseen eikä ottaa kenkiä käyttöön. Kuluttaja ei voi myöskään palauttaa kirjaa, jota on luettu.



## **16. Korvaus kuluttajan saamasta hyödystä**

Jos kuluttaja saa käyttäessään peruuttamisoikeuttaan (ks. jakso 12) tai sopimuksen rautessa (ks. jakso 12.3.1) hyväkseen suorituksen, joka ei ole palautettavissa, kuluttajan on maksettava saamastaan hyödystä kohtuullinen korvaus yritykselle. Sellaisia suorituksia, joita ei voida palauttaa, ovat esimerkiksi työsuoritukset ja vuokrasopimukseen sisältyvät oikeudet hallita ja käyttää vuokratilaa sekä suuri osa palveluista.

## **17. Kuluttajan oikeus viivästyskorkoon**

Jos yritys tai luotonantaja ei ole palauttanut kauppahintaa tai muuta maksusuoritusta jaksoissa 13.1 ja 18.3 tarkoitetussa ajassa, kuluttajalla on oikeus viivästyskorkoon korkolain mukaisesti.

## **18. Maksaminen verkossa ja luottosopimus**

Sähköisessä kuluttajakaupassa yrityksen on yleensä mahdollista tarjota kuluttajalle useita erilaisia maksutapoja ostoksensa maksamiseksi. Näistä lähes kaikkien käyttö perustuu maksunvälittäjän, esimerkiksi pankin tai luottokorttiyhtiön kanssa tehtäviin sopimuksiin. Sopimukseen sisältyy usein muun muassa maksun ajankohtaan, lopullisuuteen, reklamaatioihin ja osapuolten väliseen muuhun vastuunjakoon kohdistuvia ehtoja. Siten sopimusten sisältö on syytä selvittää tarkasti tarpeettomien maksujenvälityksen liittyvien riskien välttämiseksi ennen kuin maksutapaa tarjotaan kuluttajalle.

### **18.1 Korttimaksut**

Useat luottokorttiyhtiöt hyväksyvät luottokortin numeron käyttöön perustuvan verkkoston maksamisen. Tällaisen maksutavan tarjoamismahdollisuus on kuitenkin syytä tarkistaa luottokorttiyhtiöstä, koska luottokorttiyhtiöiden käytäntö vaihtelee tältä osin. Yleisin tapa suorittaa korttimaksu on kortin tietojen (korttinumero ja voimassaoloaika) välittäminen myyjälle suojatussa verkkoyhteydessä. Maksujärjestelmien ja päätelaitteiden kehittyessä yleistyvät myös muut tavat, kuten mobiilimaksaminen, digitaaliset lompakot ja sirukortteihin perustuvat järjestelmät. On myös syytä huomioida se, että luottokorttinumerolla tapahtuvan maksun osalta riski mahdollisesta luottokortin väärinkäytöstä jää useimmiten maksun vastaanottajan eli myyjän kannettavaksi. Pankkikorttimaksujen suorittaminen edellyttää pankkikortin esittämistä maksun yhteydessä. Tämän takia pankkikortit eivät sovellu verkkomaksamiseen.

### **18.2 Verkkomaksut**

Pankkien tilisiirtoon perustuvat verkkomaksupalvelut soveltuvat kotimaisten maksujen suorittamiseen. Niiden avulla myyjä voi varmistaa, että maksu on vastaanotettu myyjän tilille ennen kuin myyjä toimittaa tavarat. Verkkomaksun käyttöönotto edellyttää sopimusta pankin kanssa.

### **18.3 Hyödykesidonnaisen luoton peruuntuminen**

Yritys voi tehdä luottolaitoksen tai muun luotonantajan kanssa sopimuksen siitä, että kun kuluttaja ostaa yritykseltä hyödykkeen, luotonantaja myöntää luoton sen

rahoittamiseksi (ns. hyödykesidonnainen luotto). Tällainen luottosopimus peruuntuu, jos kuluttaja peruuttaa tavaran kauppaa koskevan sopimuksen. Kuluttajan ei tarvitse ilmoittaa luottosopimuksen peruuntumisesta luotonmyöntäjälle, vaan yrityksen tulee hoitaa asia luotonantajan kanssa. Kuluttajalla on oikeus tehdä reklamaatio myös luotonmyöntäjälle. Reklamaatioiden nopean käsittelyn varmistamiseksi yrityksen on syytä ilmoittaa maksujen yhteydessä yhteystiedot, johon kuluttaja voi tehdä reklamaation.

Luottosopimuksen peruutuessa luotonantajan tulee viimeistään 30 päivän kuluttua sopimuksen peruuntumisesta tiedon saatuaan palauttaa kuluttajalle tältä saamansa maksusuoritukset. Palautusvelvollisuus kattaa kuluttajan maksamat luoton lyhennykset, maksetut korot sekä mahdolliset luoton perustamisesta ja hoidosta perittävät palvelumaksut.

## **19. Sovellettava laki**

### **19.1 Sopimukseen sovellettava laki**

Koska tietoverkot ovat maailmanlaajuisia, myös muualla kuin Suomessa asuvat kuluttajat voivat hankkia yrityksen tietoverkkojen välityksellä tarjoamia palveluita ja tavaroita. Tästä saattaa aiheutua ongelmia, sillä yrityksen ja kuluttajan väliseen sopimukseen saatetaan soveltaa kuluttajan asuinpaikkavaltion lainsäädäntöä, jos se on kuluttajalle edullisempi kuin Suomen lainsäädäntö. Euroopan talousalueeseen (Eta) kuuluvassa valtiossa sijaitsevan yrityksen ja kuluttajan välillä kuluttajan asuinpaikkavaltion suotuisamman lainsäädännön määräyksistä ei voida yleensä poiketa sopimuksessa olevalla viittauksella Suomen lain soveltamiseen.

#### **19.1.1 Sopimusehto sovellettavasta laista**

Jos yritys haluaa varmistua siitä, ettei sen ja kuluttajan väliseen sopimukseen sovelleta ulkomaan lainsäädäntöä, yritys voi ottaa kauppapaikalleen ja vakiosopimukseen lausekkeen siitä, että ainoastaan Suomessa asuvat voivat hankkia palveluja ja tavaroita yrityksen verkkokaupasta. Pelkästään suomen kielen käyttö on myös osoitus siitä, että tavaroita ja palveluja tarjotaan vain Suomessa asuville. Yrityksen kannattaa kuitenkin ottaa vakioehtoihinsa aina lauseke Suomen lain soveltamisesta sopimukseen.

Suomen kuluttajansuojalain 6 luvun etämyyntiä koskevia säännöksiä sovelletaan yrityksen ja Suomessa asuvan kuluttajan välisessä suhteessa, vaikka yritys olisi ottanut sopimukseen viittauksen Eta:een ulkopuolisen valtion (esim. Viron) lainsäädännön soveltamiseen, jos Suomen lain säännökset ovat kuluttajan kannalta edullisempia kuin lakiviittauksessa tarkoitetun valtion säännökset.

#### **19.1.2 Kuljetussopimus ja ulkomailla suoritettava palvelusopimus**

Jos sopimus koskee kuitenkin sellaista palvelua, joka suoritetaan kuluttajalle yksinomaan muussa kuin siinä valtiossa, jossa hänen asuinpaikkansa on, kuluttaja ja yritys voivat sopia vapaasti sopimukseen sovellettavasta laista. Sama pätee kuljetuspalveluun. Esimerkiksi jos kuluttaja tilaa matkatoimistosta ulkomaanmatkaansa varten hotellihuoneen, sopimukseen voidaan soveltaa ulkomaan lakia. Jos esimerkiksi lentomatka ja hotellimajoitus tarjotaan yhteisellä hinnalla, sovellettavan lain valintaa on rajoitettu jaksossa 19.1.1 kuvatulla tavalla.

## 19.2 Markkinointiin sovellettava laki

Jos yritys markkinoi tuotteitaan verkossa, markkinointiin sovelletaan yleensä yrityksen kotivaltion lainsäädäntöä.

## 20. Riitojen ratkaiseminen

### 20.1 Tuomioistuimet ja kuluttajavalituslautakunta

Verkkokauppaa koskevia yrityksen ja kuluttajan välisiä riitoja käsitellään käräjäoikeuksissa ja kuluttajavalituslautakunnassa, jonka päätös on suositus. Kuluttaja voi nostaa kanteen yritystä vastaan joko yrityksen tai oman kotipaikkansa käräjäoikeudessa. Yrityksen tulee nostaa kanne kuluttajan kotipaikan käräjäoikeudessa.

### 20.2 Oikeuspaikkaa koskeva ehto

Euroopan talousalueeseen kuuluvissa valtioissa olevan yrityksen ja kuluttajan mahdollisuutta sopia siitä, minkä valtion tuomioistuimessa riidat ratkaistaan, on rajoitettu. Jos yritys suuntaa verkkosivuillaan olevien palvelujen tai tavaroiden tarjontaa myös muille kuin kuluttajille, joiden kotipaikka on Suomessa, kuluttaja voi nostaa kanteen yritystä vastaan joko sen jäsenvaltion tuomioistuimessa, jossa on hänen kotipaikkansa tai yrityksen kotipaikan tuomioistuimessa. Yritys voi puolestaan nostaa kanteen kuluttajaa vastaan ainoastaan sen valtion tuomioistuimessa, jossa kuluttajan kotipaikka on.

Yritys ei voi siten tehokkaasti estää vakiosopimukseen ennen riidan syntymistä sisällytetyllä ehdolla sitä, että sen ja kuluttajan välistä riitaa ei käsiteltäisi kuluttajan kotipaikkavaltion tuomioistuimessa. Jos yritys haluaa varmistua siitä, ettei sen ja kuluttajan välistä riitaa käsitellä ulkomaisessa tuomioistuimessa, yritys voi ottaa kauppapaikalleen ja vakiosopimukseen lausekkeen siitä, että ainoastaan Suomessa asuvat kuluttajat voivat hankkia palveluja ja tavaroita yrityksen verkkokaupasta. Vain suomen kielen käyttäminen kauppapaikalla viittaa siihen, ettei yritys suuntaa palvelujensa ja tavaroidensa tarjontaa muihin Eta-valtioihin.

## LÄHDEMATERIAALI

Käytännėsääntöjä luotaessa on otettu huomioon seuraavat lait, muu viranomais sääntely ja elinkeinoelämän itsesääntelyohjeistus

- kuluttajansuojalain 2 ja 6 luvut
- henkilötietolaki
- laki televiestinnän tietosuojasta ja tietoturvasta
- lakiehdotus sähköisistä allekirjoituksista
- laki tietoyhteiskunnan palvelujen tarjoamisesta
- ICC:n Mainonnan kansainväliset perussäännöt, Suoramarkkinoinnin kansainväliset perussäännöt, Internet-mainonnan kansainväliset ohjeet ja Lapsiin kohdistuvaa mainontaa koskevat kansainväliset ohjeet
- OECD:n ohjeet kuluttajansuojasta sähköisessä kaupankäynnissä
- Eurocommercen käytännėsäännöt
- FEDMAN käytännėsäännöt sähköisestä kaupankäynnistä ja interaktiivisesta markkinoinnista.