**LIIKENNE- JA VIESTNTÄMINISTERIÖLLE**

**Asia**: Lausuntopyyntö Tietoyhteiskuntakaaresta 4.4.2013 LVM/1353/03/2011

Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry (ASML) lausuu seuraavaa:

**YLEISTÄ**

Yksi suurimmista haasteista on lain sisäkkäinen eritasoisuus, joka ilmenee monina sisäkkäisinä soveltamisaloina, joka tarkoittaa muun muassa tavanomaisten termien ja määritelmien ymmärtämistä jonkin luvun sisällä ja myös niiden välillä yleisesti ymmärretystä poikkeavasti. Ehdotuksessa on lähdetty ”hivuttamaan” viestintäpalvelun tulkintaa muun muassa kohti sisältöpalveluita ja palvelun sisäistä viestintää kohti tavalla, joka ei ole perusteltua eikä edistä digitaalisen ympäristön kehittymistä eikä ennustettavan säädösympäristön toteutumista.

**2 § Määritelmät**

Teleostoslähetyksenmääritelmän mukaan se eroaa mainonnasta siinä, että siitä on selvästi käytävä ilmi mistä esiteltävä kohde on tilattavissa. Määritelmässä lausutaan lisäksi teleostoslähetyksen olevan mainosta muistuttava lyhyt lähetys. Kun sekä mainos että teleostoslähetys voivat sisältää selvän tiedon esiteltävän kohteen tilaamisesta, ei määritelmä itsessään tarjoa välineitä erottaa mainos ja teleostoslähetys toisistaan.

Teleyrityksen määritelmä sisältää useita tulkinnanvaraisuuksia. Esimerkkinä lausuma: *”Sovellussidonnaisia viestintäpalveluja lähellä ovat erilaiset verkkoyhteisöjen ja sosiaalisen*

*median viestintäpalvelut, joissa yhteisöön ja viestintäpalvelun käyttäjäksi liittyminen*

*on siinä määrin vapaata, että yhteisön jäsenyyttä ei yksinomaan voida pitää käyttäjäpiirin*

*ennalta rajaamisena.”* Kyseinen lausuma sekoittaa keskenään paitsi käyttäjäpiirin laajuuden tulkintaa niin myös palvelun sisäistä julkaisutoimintaa tai –viestintää (joka ei ole viestien siirtämistä viestintäverkossa) perinteiseen teleyritystoimintaan tavalla, joka ei anna säädösten soveltajille ja tulkitsijoille mahdollisuutta vetää rajaa olennaisesti erilaisten toimintamuotojen välillä. Tällaiset lausumat tulisi tarkentaa tai poistaa. Tähän liittyy olennaisesti alla lausuttu viestintäpalvelu-määritelmän korjaustarve. Teleyrityksen määritelmän yksiselitteisyys kytkeytyy suoraan myös valvontamaksuun.

Viestinnän välittäjällä tarkoitettaisiin määritelmän mukaan *”teleyrityksiä,*

*yhteisötilaajia ja muita, jotka välittävät tilaajien tai käyttäjien sähköistä viestintää.”*  Viestinnän välittäjä- ja välitystieto-termien käyttö on askel selkeämpään suuntaan. Näitä koskevien perustelulausumien tulisi myös olla riittävän selviä. Nyt viestien välittäjien piiriin näyttäisi tulkittavan tahoja, jotka eivät ole viestinnän välittäjän roolissa. Määritelmän perusteluissa lausutaan: *”Lain soveltamisala tulisi sääntelyn myötä laajenemaan siten, että lain soveltamisen piirissä olisivat teleyritysten ja yhteisötilaajien lisäksi myös sellaiset tahot, joiden palvelu perustuu luottamukselliseen viestinnän välittämiseen tietyn sähköisen palvelun sisälläkin. Tämä tarkoittaisi siten esimerkiksi Facebookissa tai Suomi24- palvelussa käytävää luottamuksellista viestintää.”*  Lausuma on liian väljä ja tulkinnallinen ja antaa perusteettomasto vaikutelman, että nimeltä mainitut palvelun ylläpitäjät olisivat itsessään kategorisesti viestinnän välittäjän roolissa. Palvelukonsepti voi sisältää sisäisesti monia erilaisia palvelu-, viestintä- ja julkaisuelementtejä. Lausumaa tulee tarkentaa siten, ettei synny epäselvyyttä viestinnän välittäjän toiminnan ja sananvapauslain alaisen sekä muun vastaavan muun toiminnan tulkitsemisessa.

Viestintäpalvelun määritelmä sisältää viestien ”tarjolla pitämisen”, jota ei lainkaan ole käsitelty määritelmän perustelussa. Lakiehdotuksessa on lähdetty muutoin hyvin selkeyttämään viestin välittäjien ja viestintäpalvelun tarjoajien roolia myös termien ja määritelmien tasolla. Tarjolla pitämisen sisällyttäminen viestintäpalvelun määritelmän aiheuttaa tulkintaristiriitoja ja –epäselvyyksiä erityyppisen digitaalisen julkaisupalveluiden ja sosiaalisen median palveluiden kanssa sekä myös palveluiden sisäisen sisältötoiminnan kanssa. Viestintäpalvelun määritelmästä tulisikin poistaa tarjolla pitämistä koskeva kohta: ”*tai tarjolla pitämisestä*”.

**106 § Soveltamisala ja säännösten pakottavuus**

Luvun soveltamisalasäännös lähtee, joskin epäselvästi, siitä että luvun säännökset soveltuvat pakottavina myös yritysasiakkaisiin. ASML pitää erittäin tärkeänä, että sääntelyä ei perusteettomasti uloteta V osan 1 luvussa yritysasiakkaisiin ehdotetulla tavalla ja laajuudessa. Ns. sähkökauppalain b2b-sääntely on ollut esimerkki siitä, että soveltamisalan tarpeeton laajennus jää käytännössä kuolleeksi kirjaimeksi. Luvun pakottavan sääntelyn tulisi koskea vain kuluttajia.

**115 § Viestintäpalvelun sulkeminen ja käytön rajoittaminen**

Digitaalisessa toimintaympäristössä erilaisen petoksellisen toiminnan määrä ja kirjo on kasvussa ja myös teleyrityksillä tulisi olla tehokkaat mahdollisuudet rajoittaa väärinkäytöksiä estämällä väärinkäytössä hyödynnetyn liittymän käyttöä. Ehdotettuun 115 §:ään tulisikin lisätä uusi kohta, jonka mukaan teleyrityksellä olisi oikeus sulkea matkapuhelinliittymä tai rajoittaa sen käyttöä väärinkäytöstilanteissa. Väärinkäytöstilanteet tulisi avata tarkemmin perusteluissa.

**128 § Teleyrityksen, palveluntarjoajan ja myyjän yhteisvastuu**

Hallituksen ohjelman mukaan hyvän lainvalmisteluprosessin uudet menettelytavat on otettu käyttöön Sujuvampaan lainvalmisteluun -hankkeen myötä ministeriöissä (http://www.om.fi/fi/index/toimintajatavoitteet/lakiensaataminen/parempisaantely/kehittamishankkeita.html). Edellä mainittuun kokonaisuuteen kuuluvan Lainvalmistelijan prosessioppaan mukaan lakihankkeen esivalmisteluvaiheeseen kuuluu

* asiaa koskevat aiemmat kannanotot ja ehdotukset;
* asian nykytila ja muutoksen tarve;
* kansainväliset kokemukset;
* tutkimukset ja selvitykset;
* oikeuskäytäntö;
* kirjallisuus;
* muu käytettävissä oleva tietopohja; sekä
* tarpeet lain kielen selkeyttämiseen sekä termien ja nimistön suunnitteluun.

Tietoyhteiskuntakaaren valmistelussa on erityisesti **tämän ns. teleyritysten luottokorttivastuuta koskevan säännöksen osalta laiminlyöty hyvän valmistelun eri osa-alueita ja elementtejä. Esivalmistelussa olisi tullut selvittää mm. seuraavaa**:

* Ennen sääntelyratkaisun esittämistä olisi tullut selvittää väitettyjen kuluttajaongelmien luonne eri tapaustyyppeineen; ongelmien syvyys, ulottuvuus ja laajuus ml. eri volyymitrendit aikajanalla.
* Selvityksen olisi tullut sisältää myös tietoa ongelmien pistemäisyydestä vs. laajuudesta eli tutkimusta ongelmien sektori-, yritys-, palvelu-kohtaisuuksista.
* Lisäksi olisi tullut myös myös selvittää mahdollinen kuluttajien vastuuttoman tai huolimattoman käyttäytymisen osuus ongelmatapauksissa.
* Telelaskulla veloitettaviin palveluihin liittyy myös tuoretta itsesääntelyä sekä uutta sääntelyä. Näiden osalta olisi tullut tehdä erillinen vaikutusarviointi.
* Lisäksi olisi tullut kartoittaa olemassa olevien viranomaisten valvonta- ja ohjauskeinojen käyttöaste- ja  muu arviointi tapaustyypeittäin sekä kuluttajien käytössä olevien nykyisten suojakeinojen arviointi.

Vasta kun edellä selostetun tapainen huolellinen esivalmistelu olisi tehty, olisi voitu alkaa punnita suhteellisuus- ja tarkoituksenmukaisuusperiaatteen valossa eri vaihtoehtoja hahmottuvien ongelmien ratkaisemiseksi. Ja tähän olisi liittynyt huolellinen vaikutusarviointi (teleyritykset, hyödykkeiden tarjoajat, kuluttajille, ns. aggregaattorit ja muut asiaan liittyvät toimijat).

Analogiavertailu nimenomaisen luottotuotteen (luottokortti) ja viestintähyödykkeen laskutuskanavan välillä ei ole pätevä, vertailtavat substanssit ovat keskenään hyvin erilaiset. Luottokorttiyhtiö voi solmimiensa palveluntarjoaja- ja käyttäjäsopimustensa perusteella hallinnoida riskiään kun taas teleyrityksellä ei ole vastaavaa palveluntarjoajasidonnaisuutta. Ehdotus ei myöskään sisällä vertailua KSL 7 L 39 §:n taustalla aikoinaan olleiden kuluttajaongelmien ja nyt väitettyjen kuluttajaongelmien välillä; ovatko ongelmat todella samantapaisia ja vertailukelpoisia? Ehdotuksesta puuttuu myös analyysi säädeltävän substanssin suhteesta maksupalvelulain sääntelyyn.

ASML katsoo, että edellä esitetty analyysityö tulee ehdottomasti sisällyttää jatkovalmisteluun tai eriyttää koko säännöksen substanssi erilliseen hankkeeseen.

**137 § Viestin ja välitystietojen luottamuksellisuus**

Siirtyminen välittäjän ja välitystiedon käsitteeseen ja sekä säännöksen useat perustelulausumat selkeyttävät monia aikaisempia tulkintaepäselvyyksiä. Samoin aikaisempaa selkeämmät rajanvedot ja lausumat viestinnän osapuolen käsittelyoikeuksista ovat ansiokas muutos aikaisempaan verrattuna. ASML kiinnittää huomiota käsitteelliseen ristiriitaan – säädöksessä puhutaan viestinnän osapuolen oikeudesta käsitellä viestinsä ”välitystietoja” ja välitystiedot ovat taas lain määritelmien syntyneet viestin välitystoiminnassa, jota viestinnän osapuolet eivät puolestaan harjoita. Selvempää olisi rajata välitystietojen käsite vain välittäjiin ja käyttää säännöksen 1 momentissa osapuolten osalta muuta ilmaisua esimerkiksi seuraavalla tavalla: *”Viestinnän osapuoli voi käsitellä omia sähköisiä viestejään ja niihin liittyviä ~~välitystietoja~~ tapahtumatietoja, jollei laissa toisin säädetä*.” Perusteluissa voisi sitten avata, että nämä tapahtumatiedot ovat osin vastaavia tietoja kuin välittäjän käsittelemät välitystiedot.

Sijaintitietoja koskevassa 150 §:ssä pykälässä tai tässä säännöksessä tai sen perusteluissa tulisi selkeästi kirjata viestinnän osapuolen oikeus hyödyntää viestinnän osapuolen tapahtumatietoihin sisältyvää sijaintitietoa.

Säännöksen perusteluissa lausutaan hyvin epäselvästi sosiaalisen median palveluiden kuulumisesta ”välimaastoon”. ASML korostaa, että ei ole olemassa sosiaalisen median palveluita an sich vaan ne ovat keskenään hyvin erilaisia palveluita, jotka voivat koostua erityyppisistä yhdistelmistä palvelu-, viestintä-, kohdeviestintä ja julkaisuominaisuuksia. Perustelulausumaa tulisi tarkentaa tämä huomioiden.

**141 § Käsittely markkinointia varten**

Liian tiukan tulkinnan myötä teleyritysten mahdollisuus käyttää asiakkaidensa palveluiden käyttäjätietoja on ollut huomattavasti tiukempi kuin muiden toimialojen yrityksillä. Tietointensiivinen toimintamalli on yhä tärkeämpi myös teleyrityksille ja niillä tulisi olla samanlaiset mahdollisuudet hyödyntää asiakkaidensa palvelun eli viestintäpalvelun käyttötietoja. Säännöksessä ja sen perusteluissa tulisi tarkentaa, että tässä säännöksessä välitystiedot tarkoittavat muiden kuin teleyrityksen omien asiakkaiden välitystietoja – tämä on ollut säännöksen alkuperäinen tarkoitus aikoinaan eli että teleyritys ei hyödynnä markkinoinnissa esimerkiksi sen verkon läpi kulkevaa toisen operaattorin asiakkaiden välitystietoja kohdistaessaan näihin markkinointia. Säännös tulisikin muuttaa kuulumaan siten, että viestinnän välittäjä voisi käsitellä välitystoiminnassaan syntyviä muiden kuin omien asiakkaidensa viestinnän välitystietoja säännöksen mukaisessa tiukassa kehyksessä.

Koska käyttäjä olisi uudessa Tietoyhteiskuntakaaressa myös oikeushenkilö muuttuisi nykytilanne huomattavasti, mikä ei lienee ollut tarkoitus. Säännöksen termit ”tilaaja ja käyttäjä” tulisikin korvata ilmaisulla ”luonnollinen henkilö”.

**280 § Tietoyhteiskuntamaksu**

Ilmoituksenvaraista teletoimintaa harjoittava teleyritys olisi velvollinen suorittamaan tietoyhteiskuntamaksua. Teletoiminnan arviointiin ja tulkintaan liittyy toisiinsa kytkeytyneet ja kietoutuneet teleyrityksen, viestintäpalvelun, sähköisen viestin määritelmät ja näihin liittyvät tulkinnallista epäselvyyttä luovat lausumat mm. sisältö- ja sosiaalisen median palveluista. **On syntymässä tilanne, jossa tietoyhteiskuntamaksun piiriin näyttäisi kuuluvan valtava joukko uusia itseään ei-teleyrityksinä pitäviä yrityksiä heidän sitä lainkaan aavistamatta tai ymmärtämättä**. Lakiesityksen perusteella tulisi pystyä etukäteen selvästi tietämään onko teleyritys, kuuluuko tehdä ilmoitus ja onko tietoyhteiskuntamaksun piirissä. Nyt tämä ei toteudu. Kokonaisuutta tulee ehdottomasti selventää tavalla, jossa teleyrityksen käsite ei tarpeettomasti laajene säädös- tai maksurasitteiden suuntaan.

Jari Perko

Toimitusjohtaja

Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto