

30.04.2015

Oikeusministeriö  
[oikeusministerio@om.fi](mailto:oikeusministerio@om.fi)

Viite Lausuntopyyntö 4.3.2015 (OM 1/471/2014)

## STM:N LAUSUNTO KULUTTAJANSUOJAVIRANOMAISTEN TOIMIVALTUUKSIA SELVITTÄNEEN TYÖRYHMÄN MIETINNÖSTÄ

Oikeusministeriön asettama työryhmä on valmistellut ehdotuksia kuluttajansuojaviranomaisten toimivaltuuksien kehittämiseksi. Oikeusministeriö pyytää asiasta lausuntoja. Sosiaali- ja terveysministeriöltä ei ole pyydetty lausuntoa, mutta osallistumme lausuntokierrokseen oma-aloitteisesti, sillä haluamme kiinnittää huomiota sukupuolten tasa-arvoa loukkaavan mainonnan valvontaan.

Kuluttajansuojalain 2 luvun 1 §:n mukaan markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista. Lain 2 luvun 2 §:ssä tarkennetaan sitä, mitä hyvän tavan vastaisella markkinoinnilla tarkoitetaan. Sellaista on markkinointi, joka on selvästi ristiriidassa yleisesti hyväksytyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa, erityisesti esimerkiksi ihmisarvoa loukkaava markkinointi ja markkinointi jossa esiintyy syrjintää. Alaikäisiä koskevalle tai alaikäiset yleisesti tavoittavalle markkinoinnille on tiukemmat arviointikriteerit, koska lapset ovat tavallista alttiimpia markkinoinnin vaikutuksille.

Käytännössä sukupuolten tasa-arvoa loukkaavaa mainontaa arvioidaan näiden säännösten perusteella. Hyvän tavan vastaisena pidetään lain yksityiskohtaisten perusteluiden mukaan esimerkiksi naisen tai miehen käyttämistä seksiobjektina tai pelkkänä katseenvangitsijana, jos esityksellä ei ole yhteyttä markkinoitavaan tuotteeseen. Alaikäiset yleisesti tavoittavaa markkinointia voidaan pitää hyvän tavan vastaisena sellaisissakin tilanteissa, joissa markkinointi vain aikuisille suunnattuna olisi hyvän tavan mukaista. Kieltojen noudattamista valvoo kuluttaja-asiamies.

Hallituksen tasa-arvo-ohjelmassa 2012–2015 linjattiin, että tasa-arvoa loukkaavaa mainontaa koskevan sääntelyn tarve arvioidaan. Tasa-arvo-ohjelmassa katsottiin, että on syytä kartoittaa tarvetta vahvistaa tasa-arvoa loukkaavaa mainontaa koskevaa sääntelyä ja siihen liittyviä sanktioita. Tarkastelussa oli mukana kuluttajansuojalain lisäksi mainonnan eettisen neuvoston (MEN) toiminta. Keskuskauppakamarin yhteydessä toimiva MEN antaa lausuntoja siitä, onko mainonta eettisesti hyväksyttävää. Se on käsitellyt ja antanut huomautuksia naisten ja miesten välistä tasa-arvoa koskevissa tapauksissa. MEN:n lausunnoissa ei arvioida mainonnan lainvastaisuutta.

Oikeusministeriön arviomuistiossa (Arviomuistio tasa-arvoa loukkaavaa mainontaa koskevan kuluttajansuojasääntelyn toimivuudesta, OM 18/41/2014) tuliaan siihen johtopäätökseen, että tasa-arvoa loukkaavaa mainontaa koskevassa sääntelyssä ei ole havaittavissa mitään korjausta vaativia epäkohtia tai puutteita, ja että säännöksiä sovelletaan kuluttaja-asiamiehen valvontakäytännössä.



MEN nähdään tärkeänä osana niitä menettelyjä, joilla pyritään turvaamaan eettisten periaatteiden noudattaminen mainonnassa.

Marraskuussa 2014 valmistuneessa arviomuistiossa tuodaan esiin, että kuluttaja-asiamiehen keinoja puuttua lainvastaiseen menettelyyn selvitetään, mutta että kyseessä on yleisluonteinen hanke, jossa ei ole hankkeen luonteenkaan vuoksi nähty aiheelliseksi pohtia erikseen tasa-arvoa loukkaavaan mainontaan puuttumista.

Nyt lausunnolla olevassa työryhmämietinnössä ehdotetaan uudistuksia niihin keinoihin, jotka ovat kuluttaja-asiamiehen käytettävissä, jos lainvastaista menettelyä ei saada neuvotteluilla päättymään. Esityksellä kokonaisuudessaan pyritään siihen, valvonnan uskottavuus lisääntyy ja sen myötä lainsäädännön noudattaminen tehostuu. Uudistusten arvioidaan voivan nopeuttaa elinkeinonharjoittajan markkinoinnin tai muun menettelyn oikaisemista lain mukaiseksi. Tavoitteena on myös valvonnan tehostaminen.

Työryhmä ehdottaa, että jatkossa kuluttaja-asiamiehen kieltopäätös jää pysyväksi, ellei siihen tyytymätön elinkeinonharjoittaja vie asiaa markkinaoikeuden käsiteltäväksi. Tällä hetkellä kuluttaja-asiamiehen kieltopäätös raukeaa elinkeinonharjoittajan vastustaessa sitä, jolloin kuluttaja-asiamiehen on haettava kieltopäätöstä markkinaoikeudelta. Vastustus mahdollistaa tällä hetkellä prosessin pitkittämisen selvissäkin tapauksissa. Uudistus on kannatettava myös tasa-arvoa loukkaavan mainonnan näkökulmasta.

Työryhmämietinnön ehkä keskeisin ehdotus on, että kuluttaja-asiamies voisi hakea seuraamusmaksun määräämistä elinkeinonharjoittajalle tiettyjen laissa yksilöityjen kuluttajansuojasäännösten rikkomisesta. Ehdotettu uusi seuraamusmaksu ei kuitenkaan koskisi hyvän tavan vastaista markkinointia, sillä kielon arvioidaan olevan liian yleinen, jotta seuraamusmaksu tulisi kyseeseen.

Tasa-arvoa loukkaavan mainonnan seuraamusjärjestelmää ei voida pitää kieltopäätöstä koskevan uudistuksen jälkeenkään tehokkaana. Elinkeinonharjoittajalle määrättävä kieltokohdistuu aina tulevaisuuteen. Pahin riski lakia rikkovan elinkeinonharjoittajan kannalta on siis mainoskampanjan keskeytyminen. Lyhyiden mainoskampanjoiden osalta tätäkään riskiä ei ole, sillä neuvotteluvollisuus huomioon ottaen kieltopäätös määrätään vasta viipeellä. Jos elinkeinonharjoittaja arvioi (kielteisenkin) julkisuuden ovat edullista, lainvastainen menettely saattaa olla sen näkökulmasta jopa kannattavaa.

Tehokkaiden sanktioiden tarvetta korostaa sekin, että kuluttaja-asiamiehen valvonta on rajallista. Kuluttaja-asiamies ei puutu kaikkeen hyvän tavan vastaiseen markkinointiin, ei edes toistuvaan ja piittaamattomaan menettelyyn. Mainonnan eettisestä neuvostosta saadun tiedon mukaan kuluttaja-asiamies ei esimerkiksi oma-aloitteisesti ota käsittelyyn sellaisiakaan mainoksia/mainostajia, jotka toistuvasti jättävät huomiotta MEN:n huomautukset. Siksi kuluttajaviranomaisten toimivaltuuksien ja käytettävissä olevien seuraamusten tulisi olla sellaisia, että ne ohjaavat elinkeinonharjoittajia hyvän tavan mukaiseen markkinointiin.

On valitettavaa, että esityksen hyviä tavoitteita lainsäädännön ennaltaehkäisevän vaikutuksen vahvistamisesta ei pystytä saavuttamaan hyvän tavan vastaisen




markkinoinnin osalta. Sosiaali- ja terveysministeriö ehdottaa selvitettäväksi, olisiko seuraamusmaksua mahdollista kohdistaa edes hyvin ilmeisesti hyvän tavan vastaiseen markkinointiin, kuten korostetun seksistiseen tai esimerkiksi rasistiseen mainontaan. Korotetullakin kynnyksellä oleva riski tuntuvasta seuraamusmaksusta voisi olla tehokas keino ennaltaehkäistä rikkomuksia.

kansliapäällikkö



Päivi Sillanaukee

hallitussihteeri



Johanna Hautakorpi

JAKELU

oikeusministeriö

TIEDOKSI

peruspalveluministeri Susanna Huovinen  
valtiosihteeri Ulla-Maija Rajakangas  
erityisavustaja Laura Lindeberg  
STM/VIE  
STM/Kirjaamo

