

## OECD:N OHJEET KULUTTAJANSUOJASTA SÄHKÖISESSÄ KAUPANKÄYNNISSÄ

OECD:n neuvoston suositus kuluttajansuojasta sähköisessä kaupankäynnissä valmistui joulukuussa 1999. Ohjeet on tehty siten, etteivät ne luo esteitä kaupankäynnille, vaan päinvastoin edistävät sähköisen kaupankäynnin yleistymisen edellytyksiä. Niistä keskeinen on kuluttajien luottamus, jota yhteisesti noudatettavat kuluttajansuojasäännökset voivat edesauttaa.

Pohjoismaiden kuluttaja-asioista vastaavat ministerit ovat kokouksessaan 19.6.2000 suosittaneet, että myös kansainvälisillä markkinoilla kulutushyödykkeitä markkinoitaessa noudatetaan hyvää tapaa. Ministerit totesivat, että OECD:n ohjeet antavat hyvän pohjan markkinointia suunniteltaessa. Kuluttajavirasto on suomentanut ohjeet, jotka ovat OECD:n neuvoston suosituksen liitteenä.

### ENSIMMÄINEN OSA SOVELTAMISALA

Nämä ohjeet koskevat ainoastaan yritysten ja kuluttajien välistä sähköistä kaupankäyntiä, eivät yritysten keskenään käymää sähköistä kaupankäyntiä.

### TOINEN OSA YLEISET PERIAATTEET

#### I. Selkeä ja tehokas suoja

*Sähköiseen kaupankäyntiin osallistuville kuluttajille tulee turvata selkeä ja tehokas kuluttajansuoja, joka tasoltaan vastaa vähintään muissa kaupankäynnin muodoissa vallitsevaa suojaa.*

Hallitusten ja yritysten sekä kuluttajien ja näiden edustajien tulee yhteistoimin pyrkiä luomaan tällainen suoja ja selvittämään, millaisia muutoksia sähköisen kaupankäynnin erityisolojen huomioon ottaminen mahdollisesti edellyttää.

#### II. Hyvät kauppa-, mainonta- ja markkinointitavat

*Sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee kiinnittää asianmukaista huomiota kuluttajien etuihin ja noudattaa toiminnassaan hyviä kauppa-, mainonta- ja markkinointitapoja.*

Yritykset eivät saa tuoda esille mitään sellaista, tai jättää esilletuomatta, tai muutoinkaan menetellä tavalla, joka on ilmeisen vilpillistä, harhaanjohtavaa tai sopimatonta.

Tavaroita tai palveluja kuluttajille myyvät, mainostavat tai markkinoivat yritykset eivät saa toiminnassaan menetellä tavalla, josta saattaa aiheutua kohtuutonta vaaraa tai haittaa kuluttajille.

Yritysten tulee aina antaessaan tietoja itsestään tai tarjoamistaan tavaroista tai palveluista esittää tiedot selkeällä, näkyvällä ja täsmällisellä tavalla sekä siten, että ne ovat helposti saatavilla.

Yritysten tulee toimia niiden väitteiden mukaisesti, joita ne esittävät kuluttajakauppaa koskevista periaatteistaan tai menettelytavoistaan.

Yritysten tulee ottaa huomioon sähköisen kaupankäynnin globaali luonne sekä mahdollisuuksien mukaan kohdemarkkinoidensa erityispiirteet sääntelyn osalta.

Yritykset eivät saa käyttää hyväkseen sähköisen kaupankäynnin erityispiirteitä peittääkseen todellisen identiteettinsä tai sijaintinsa taikka välttyäkseen noudattamasta kuluttajansuojastandardeja ja/tai kuluttajansuojan täytäntöönpanomekanismeja.

Yritykset eivät saa käyttää kohtuuttomia sopimusehtoja.

Mainonnan ja markkinoinnin tulee olla selvästi sellaiseksi tunnistettavaa.

Mainonnasta ja markkinoinnista tulee käydä ilmi, minkä yrityksen puolesta markkinointi tai mainonta tapahtuu, mikäli tämän seikan ilmoittamatta jättäminen olisi harhaanjohtavaa.

Yritysten tulee pystyä näyttämään toteen kaikki suorat tai kätketyt väitteensä väitteen koko voimassaoloajan, ja kohtuullisen ajan sen jälkeenkin.

Yritysten tulee kehittää ja ryhtyä toteuttamaan tehokkaita ja helppokäyttöisiä menetelmiä, joiden avulla kuluttajat voivat päättää, haluavatko he vastaanottaa pyytämättä saapuvia kaupallisia sähköpostiviestejä.

Kuluttajien ilmoittaessa, että he eivät halua vastaanottaa pyytämättä saapuvia kaupallisia sähköpostiviestejä, tätä päätöstä tulee noudattaa.

Pyytämättä saapuviin sähköpostiviesteihin sovelletaan useissa maissa erityislainsäädäntöön tai itsesääntelyyn perustuvia rajoituksia.

Yritysten tulee noudattaa erityistä varovaisuutta mainonnassa ja markkinoinnissa, jonka kohteena ovat lapset, ikäänntyneet, vakavasti sairaat tai muut sellaiset henkilöt, jotka eivät mahdollisesti pysty täysin ymmärtämään heille annettuja tietoja.

### III. Tietojen julkistaminen verkossa

#### A. Yrityksestä annettavat tiedot

*Kuluttajien kanssa sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa itsestään täsmällistä, selkeätä ja helposti saatavilla olevaa tietoa, joka mahdollistaa vähintään:*

1. yrityksen tunnistamisen millä tahansa seuraavista yhteydenottokeinoista: virallinen nimi, liiketoiminnassa mahdollisesti käytettävä muu nimi, päätoimipaikan osoite, sähköpostiosoite tai muu sähköinen yhteystieto taikka puhelinnumero, sekä soveltuvin osin rekisterinpitäjän osoite ja valtion mahdolliset rekisteri- tai lupanumerot;
2. kuluttajan nopean, helpon ja tehokkaan sähköisen viestinnän yrityksen kanssa;
3. riitojen asianmukaisen ja tehokkaan ratkaisemisen;
4. oikeuteen haastamisen; ja
5. yrityksen ja sen johtajien paikantamisen säädösten noudattamista valvovien ja sääntelystä vastaavien viranomaisten avulla.

Jos yritys ilmoittaa kuuluvansa näiden ohjeiden kannalta merkitykselliseen itsesääntelyjärjestelmään, yritysten muodostamaan yhdistykseen, riitoja ratkaisevaan organisaatioon tai muuhun varmennuselimeen, sen tulee ilmoittaa kuluttajille asianmukaiset yhteystiedot, tavan, jolla kuluttajat voivat helposti tarkistaa jäsenyyden ja tarvittavat tunnukset ja menetelmät, jotka avaavat kuluttajille verkkoyhteyden kyseiseen varmennuselimeen.

#### B. Tavarosta tai palveluista annettavat tiedot

*Kuluttajien kanssa sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa tarjoamistaan tavarosta tai palveluista täsmällisiä, riittäviä ja helposti saatavilla olevia tietoja, jotta kuluttajat voivat niiden perusteella tehdä tietoisin päätöksen kaupan solmimisesta ja saada myös itselleen tosittien, josta kyseiset tiedot käyvät riittävän selvästi ilmi.*

#### C. Kaupanteosta annettavat tiedot

*Sähköistä kaupankäyntiä harjoittavien yritysten tulee antaa kaupan ehdoista, edellytyksistä ja kustannuksista riittävästi tietoa, jotta kuluttajat voivat sen perusteella tehdä tietoisin, joko myönteisen tai kielteisen päätöksen, kaupan solmimisesta.*

Tietojen tulee olla selkeitä, täsmällisiä ja helposti saatavilla sekä siten annettuja, että kuluttajille jää riittävästi harkinta-aikaa ennen lopullisen ostopäätöksen tekemistä.

Mikäli kaupanteko on mahdollista useammalla kuin yhdellä kielellä, yritysten tulee antaa kullakin kielellä kaikki ne tiedot, joita kuluttajat tarvitsevat voidakseen tehdä tietoisin ostopäätöksen.

Yritysten tulee esittää kuluttajille kaupan oleelliset ehdot ja edellytykset selkeästi ja täydellisesti kirjallisessa muodossa ja siten, että ne ovat myös kuluttajien saatavilla ja tallennettavissa.

Sikäli kuin kaupanteon yhteydessä on mahdollista ja asianmukaista, tietoihin on sisällytettävä:

1. erittely yrityksen veloittamista ja/tai muuten maksettaviksi määräämistä kustannuksista;
2. maininta muista kuluttajan maksettaviksi normaalisti tulevista kustannuksista, jotka yritys jättää veloittamatta ja/tai määräämättä;
3. tavarantoimitusehdot tai palvelun suoritus ehdot;
4. maksuehdot ja maksutavat;
5. ostopäätökset tai oston edellytykset, kuten vaatimus vanhemman tai holhoojan suostumuksesta tai maantieteelliset tai ajalliset rajoitukset;
6. asianmukaiset käyttöohjeet turvallisuutta ja terveyttä koskevine varoituksineen;
7. huoltoa koskevat tiedot;
8. yksityiskohtaiset tiedot kaupan peruuttamiseen, irtisanomiseen, tavarantoimitukseen tai vaihtoon, kaupan

purkuun ja/tai hyvityksen maksamiseen liittyvistä ehdoista ; sekä  
9. yrityksen antamat takuut.

Kustannuksia koskevissa tiedoissa tulee aina ilmoittaa käytettävä valuutta.

#### **IV Vahvistusmenettely**

*Jotta ei syntyisi epäselvyyttä kuluttajan ostoaikeista, ostoa suunnittelevan kuluttajan on voitava ennen kaupan päättämistä tarkoin osoittaa, mitä tavaroita tai palveluja hän haluaa ostaa, todeta ja oikaista mahdolliset virheet tai muuttaa tilaustaan, antaa tietoinen ja harkittu ostosuostumus sekä saada tosite, josta käyvät riittävän yksityiskohtaisesti ja selvästi ilmi kauppaa koskevat tiedot.*

Kuluttajan on voitava peruuttaa kauppa ennen ostoksen suorittamista.

#### **V. Maksaminen**

*Kuluttajille on tarjottava helppokäyttöiset ja turvalliset maksujärjestelyt ja ilmoitettava niiden turvallisuusaste.*

Maksujärjestelmien luvattomaan tai vilpilliseen käyttöön liittyvän vastuun rajaaminen samoin kuin takaisinperintämahdollisuudet ovat tehokkaita keinoja lisätä kuluttajien luottamusta, ja niiden kehittämistä ja käyttöä sähköisessä kaupankäynnissä tuleekin suosia.

#### **VI Riitojen ratkaisu- ja korvausmenettely**

##### *A. Sovellettava laki ja lainkäyttöjärjestelmä*

Yritysten kuluttajille suuntaama sähköinen tai muu rajat ylittävä kaupankäynti perustuu voimassa oleviin säännöksiin ja lainkäyttöjärjestelmiin.

Sähköinen kaupankäynti merkitsee haasteita nykyisin käytössä oleville järjestelmille. Sen vuoksi tuleekin harkita, pitäisikö voimassa olevaa peruslainsäädäntöä ja lainkäyttöjärjestelmää muuttaa tai soveltaa eri tavalla, jotta varmistettaisiin tehokas ja selkeä kuluttajansuoja sähköisen kaupankäynnin jatkuvasti kasvaessa.

Harkitessaan olemassa olevien puitteiden muuttamista hallitusten tulee pyrkiä varmistamaan, että nämä puitteet ovat oikeudenmukaisia niin kuluttajien kuin elinkeinoelämänkin kannalta ja että ne helpottavat sähköistä kaupankäyntiä, takaavat kuluttajille vähintään yhtä hyvän oikeudellisen suojan kuin muutkin kaupankäynnin muodot ja antavat kuluttajille mahdollisuuden kohtuulliseen ja oikeaan aikaan tapahtuvaan riitojen ratkaisuun ja korvauksen saantiin ilman aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

##### *B. Vaihtoehtoiset riidanratkaisu- ja korvausmenettelyt*

*Kuluttajille tulee taata mielekäs mahdollisuus kohtuulliseen ja oikeaan aikaan tapahtuvaan vaihtoehtoiseen riitojen ratkaisuun ja korvauksen saantiin ilman aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.*

Yritysten, kuluttajia edustavien tahojen ja hallitusten tulee myös vastedes yhteistyössä käyttää ja kehittää oikeudenmukaisia, tehokkaita ja selkeitä itsesääntely- ym. menettelyjä, kuten vaihtoehtoisia riidanratkaisutapoja, käsitellä kuluttajien tekemiä valituksia ja ratkaista sähköisestä kaupankäynnistä aiheutuvia, kuluttaja-asioihin liittyviä riitoja kiinnittäen erityistä huomiota rajat ylittävään kaupankäyntiin.

1. Yritysten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee vastaisuudessakin luoda oikeudenmukaisia, tehokkaita ja selkeitä sisäisiä mekanismeja kuluttajien tekemien valitusten ja heidän vaikeuksiensa kohtuullista ja oikea-aikaista käsittelyä ja niihin reagoimista varten ilman, että tästä aiheutuu kuluttajalle aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä. Kuluttajia tulee kannustaa käyttämään näitä mekanismeja hyväkseen.

2. Yritysten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee myös vastedes luoda yhteistoimintaan perustuvia itsesääntelyohjelmia kuluttajien tekemien valitusten käsittelemiseksi ja kuluttajien avustamiseksi sähköiseen kaupankäyntiin liittyvien riitojen ratkaisemisessa.

3. Yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten tulee yhteistyössä toimien jatkossakin tarjota kuluttajille vaihtoehtoisia riidanratkaisumenettelyjä, jotka mahdollistavat riidan tehokkaan ratkaisemisen oikeudenmukaisesti ja oikeaan aikaan ilman, että tästä aiheutuu kuluttajalle aiheettomia kustannuksia tai turhaa vaivannäköä.

4. Edellä sanottua toteutettaessa yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten tulee hyödyntää tietotekniikkaa uudistushakuisesti ja pyrkiä sen avulla lisäämään kuluttajien tietoisuutta ja valinnanvapautta.

Myös lisätutkimukset ovat tarpeen tässä jaksossa asetettujen tavoitteiden toteuttamiseksi kansainvälisellä tasolla.

#### **VII. Yksityisyys**

*Asianmukaisen ja tehokkaan kuluttajansuojan takaamiseksi yritysten tulee kuluttajille suunnatussa sähköisessä kaupankäynnissä toimia niiden tunnustettujen, yksityisyyttä koskevien periaatteiden mukaisesti, jotka on esitetty*

OECD:n ohjeissa yksityisyyden suojaamisesta ja henkilötietojen liikkumisesta rajojen yli (1980) ja ottaen huomioon OECD:n ministeritason julistuksen, joka koskee yksityisyyden suojaamista globaaleissa verkostoissa (1998).

### VIII. Kuluttajakasvatus ja -tietous

Hallitusten, elinkeinoelämän ja kuluttajia edustavien tahojen tulee yhteistyössä toimien opastaa kuluttajia sähköiseen kaupankäyntiin liittyvissä asioissa tarkoituksena parantaa sähköiseen kaupankäyntiin osallistuvien kuluttajien mahdollisuuksia tehdä järjeviä ostopäätöksiä sekä lisätä yritysten ja kuluttajien tietoisuutta sähköistä kaupankäyntiä koskevan kuluttajansuojan puitteista.

Hallitusten, elinkeinoelämän, tiedotusvälineiden, oppilaitosten ja kuluttajia edustavien tahojen tulee opastaa kuluttajia ja yrityksiä kaikin tehokkain keinoin, mukaanlukien globaalien verkostojen mahdollistamat innovatiiviset tekniikat.

Hallitusten, kuluttajia edustavien tahojen ja yritysten tulee yhteistyössä toimien jakaa kuluttajille ja yrittäjille globaalisti tietoa oleellisista kuluttajansuojasäädöksistä ja oikeusturvakeinoista helposti saatavilla olevassa ja ymmärrettävässä muodossa.

### KOLMAS OSA TOTEUTTAMINEN

*Tämän suosituksen tarkoituksen toteuttamiseksi jäsenmaiden tulee sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla ja yhteistoimin yritysten, kuluttajien ja heitä edustavien tahojen kanssa*

- a) tarkistaa ja tarvittaessa tukea itsesääntelymenettelyjä ja/tai hyväksyä ja sopeuttaa säädöksiä ja menettelytapoja vastaamaan myös sähköisen kaupankäynnin asettamia vaatimuksia, pitäen mielessä teknologian ja tiedotusvälineiden puolueettomuuden periaatteet;
- b) kannustaa yksityissektoria säilyttämään johtajuutensa, joka merkitsee mm. kuluttajia edustavien tahojen osallistumista sellaisiin tehokkaisiin itsesääntelymekanismeihin, joihin sisältyy erityisiä substanssisäännöksiä riitojen ratkaisemiseksi sekä vaatimustenmukaisuuden toteutismekanismeja;
- c) kannustaa yksityissektoria säilyttämään johtajuutensa kehitettäessä teknologiaa kuluttajansuojan ja kuluttajien valtuuttamisen välineenä;
- d) tukea näiden ohjeiden olemassaoloa, tarkoitusta ja sisältöä mahdollisimman laajasti ja kannustaa käyttämään niitä; sekä
- e) parantaa kuluttajien mahdollisuuksia hankkia tietoa kuluttajakasvatuksesta ja saada opastusta sekä tehdä sähköiseen kaupankäyntiin liittyviä valituksia.

### NELJÄS OSA GLOBAALI YHTEISTYÖ

*Taatakseen tehokkaan kuluttajansuojan globaalissa sähköisessä kaupankäynnissä jäsenmaiden tulee*

helpottaa yritysten, kuluttajia edustavien tahojen sekä hallitusten välistä tiedonvälitystä kansainvälisellä tasolla, yhteistyötä ja tarpeen mukaan yhteisten aloitteiden aikaansaamista ja toteuttamista;

harjoittaa oikeus-, sääntely- ja täytäntöönpanoviranomaistensa välityksellä kansainvälisen tason yhteistyötä tarpeen mukaan tietoja vaihtamalla ja välittämällä, toimintoja yhteensovittamalla ja pyrkimällä yhteistoimin estämään vilpillistä, harhaanjohtavaa ja sopimatonta menettelyä rajat ylittävässä kaupankäynnissä;

käyttää hyväksi olemassa olevia kansainvälisiä verkostoja ja liittyä kahden- ja/tai monenvälisiin sopimuksiin tai muihin järjestelyihin tällaisen yhteistyön toteuttamiseksi tarpeen mukaan ja soveltuviissa tapauksissa;

toimia yhteisymmärryksen aikaansaamiseksi keskeisistä kuluttajansuojatoimista sekä kansallisella että kansainvälisellä tasolla tarkoituksena lisätä kuluttajien luottamusta, varmistaa asioiden ennakoitavuus yritysten näkökulmasta ja suojella kuluttajia; sekä

pyrkii omin ja yhteisin toimin kehittämään sopimuksia tai muita järjestelyjä toisaalta kuluttajien ja yritysten välisistä riitatapauksista sekä toisaalta vilpillisen, harhaanjohtavan ja sopimattoman menettelyn estämiseksi suoritetuista toimenpiteistä tehtyjen päätösten keskinäiseksi tunnustamiseksi ja täytäntöön panemiseksi.