

Tiedote

Viranomaisille riittävät keinot puuttua lainvastaisiin alennusmyynteihin

Jatkuva alennusmyynti-ilmoittelu on ollut ongelmana jo vuosia, esimerkiksi huonekalualalla. Kuluttajaviranomaiset ovat tuloksetta yrittäneet puuttua asiaan, mutta ongelma ei ole ratkennut. Kuluttajaliitto vaatii kuluttaja-asiamiehelle mahdollisuutta määrätä tehokkaampia seuraamuksia markkinointisäännöksiä rikkoville yrityksille.

Monet yritykset myyvät tuotteita jatkuvalla alennuksella ja samaa tuotetta saatetaan tarjota alennettuun hintaan käytännössä keskeytyksettä jopa vuosia. Menettely on lainvastaista ja hämärtää kuluttajien käsitystä normaalista hintatasosta. Jatkuvat alennukset ovat yleisiä erityisesti huonekalukaupassa – kuluttaja ei edes välttämättä löydä kotipaikkakunnaltaan rehellisesti toimivaa yritystä, vaikka haluaisikin välttää epärehellisissä yrityksissä asioimista. Huonekaluliikkeiden ohella ongelmia on ollut myös urheiluväline- ja silmälasialalla.

Kuluttajaviranomaiset ovat yrittäneet puuttua ongelmaan tuloksetta jo vuosia. Yrityksiä on kielletty jatkamasta harhaanjohtavaa markkinointia ja kieltoa on tehostettu uhkasakolla. Osa yrityksistä on noudattanut kieltoa jonkin aikaa, mutta aloittanut harhaanjohtavan markkinoinnin pian uudelleen. Osa yrityksistä on vastustanut kieltoa, mikä on lykännyt sen voimaantuloa. Osa yrityksistä puolestaan on jatkanut menettelyä kielosta huolimatta ja maksanut uhkasakot. Tämä merkitsee sitä, että viranomaisten nykyinen keinovalikoima ei riitä asian ratkaisemiseen. Nykyisin elinkeinonharjoittajan lainvastaisesta toiminnasta ei välttämättä tule minikäänlaisia seuraamuksia tai seuraamukset ovat riittämättömiä. Periaatteessa teot voivat olla rikoslainkin mukaan rangaistavia, mutta käytännössä esimerkiksi markkinointirikokset eivät päädy esitutkintaan tai tuomioistuimeen.

Kuluttajaliitto vaatii, että kuluttaja-asiamiehelle annetaan mahdollisuus määrätä seuraamusmaksu tahallisesti tai törkeän huolimattomasti toimivalle kuluttajan oikeuksia rikkovalle elinkeinonharjoittajalle. Seuraamusmaksun pitää olla tuntuva, jotta sillä olisi vaikutusta. Euroopan komission tänä keväänä julkistamassa *New Deal for Consumers* -kuluttajansuojaesityksessä esitetään seuraamusmaksua, jonka maksimisuuruus olisi vähintään neljä prosenttia yrityksen vuotuisesta liikevaihdosta. Oikeusministeriön työryhmä on esittänyt jo vuonna 2015, että kuluttaja-asiamiehellä olisi oikeus hakea markkinaoikeudelta seuraamusmaksun määräämistä kuluttajansuojalainsäädäntöä rikkoville elinkeinonharjoittajille.

Lisätietoja:

pääsihteeri Juha Beurling, puh. 040-556 6421
kuluttajaekonomisti Paula Pessi, puh. 040-3502454