

EDUSKUNNAN VASTAUS 67/2008 vp

Hallituksen esitys laiksi kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi

Asia

Hallitus on antanut eduskunnalle esityksensä laiksi kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta ja eräksi siihen liittyviksi laeiksi (HE 32/2008 vp).

Valiokuntakäsittely

Talousvaliokunta on antanut asiasta mietinnön (TaVM 11/2008 vp).

Päätös

Eduskunta on hyväksynyt seuraavat lait:

Laki

kuluttajansuojalain 2 luvun muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 20 päivänä tammikuuta 1978 annetun kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luku seuraavasti:

2 luku

Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa

1 §

Hyvän tavan vastaisen markkinoinnin ja sopimattoman menettelyn kielto

Markkinointi ei saa olla hyvän tavan vastaista eikä siinä saa käyttää kuluttajien kannalta sopimatonta menettelyä. Sopimatonta menettelyä ei saa käyttää myöskään asiakassuhteessa.

2 §

Markkinoinnin hyvän tavan vastaisuus

Markkinointia pidetään hyvän tavan vastaisena, jos se on selvästi ristiriidassa yleisesti hy-

väsyttyjen yhteiskunnallisten arvojen kanssa ja erityisesti jos:

1) se loukkaa ihmisarvoa taikka uskonnollista tai poliittista vakaumusta;

2) siinä esiintyy sukupuoleen, ikään, etniseen tai kansalliseen alkuperään, kansalaisuuteen, kieleen, terveydentilaan, vammaisuuteen, seksuaaliseen suuntautumiseen tai muuhun henkilöön liittyvään seikkaan perustuvaa syrjintää; taikka

3) siinä suhtaudutaan hyväksyvästi toimintaan, jossa vaarannetaan terveyttä, yleistä turvallisuutta tai ympäristöä ilman, että tällaisen toiminnan esittämiseen on markkinoitavaan hyödykkeeseen liittyvää asiallista perustetta.

Alaikäisille suunnattua tai alaikäiset yleisesti tavoittavaa markkinointia pidetään hyvän tavan vastaisena erityisesti, jos siinä käytetään hyväksi alaikäisen kokemattomuutta tai herkkäuskoi-

suutta, jos se on omiaan vaikuttamaan haitallisesti alaikäisen tasapainoiseen kehitykseen tai jos siinä pyritään sivuuttamaan vanhempien mahdollisuus toimia täysipainoisesti lapsensa kasvattajina. Hyvän tavan vastaisuutta arvioitaessa otetaan huomioon markkinoinnin yleisesti tavoittamien alaikäisten ikä ja kehitystaso sekä muut olosuhteet.

3 §

Menettelyn sopimattomuus

Menettelyä pidetään sopimattomana, jos se on:

- 1) elinkeinotoiminnassa yleisesti hyväksyttävän asianmukaisen menettelytavan vastainen; ja
- 2) omiaan selvästi heikentämään kuluttajan kykyä tehdä perusteltu ostopäätös tai kulutushyödykkeeseen liittyvä muu päätös ja johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei ilman menettelyä olisi tehnyt.

Sopimattomina pidetään erityisesti menetteilyjä, jotka ovat 4—14 §:n vastaisia.

Jos menettely on suunnattu tietyille kuluttajaryhmälle, menettelyn sopimattomuutta arvioidaan tämän kuluttajaryhmän näkökulmasta. Jos menettely on omiaan heikentämään sellaisten kuluttajien päätöksentekoa, jotka ovat erityisen alttiita vaikuttamiselle ikänsä, vammansa tai herkkäuskoisuutensa vuoksi, ja elinkeinonharjoittajan olisi pitänyt se kohtuudella ymmärtää, menettelyn sopimattomuutta arvioidaan tällaisen kuluttajaryhmän näkökulmasta.

4 §

Markkinoinnin tunnistettavuus

Markkinoinnista on käytävä selkeästi ilmi sen kaupallinen tarkoitus sekä se, kenen lukuun markkinoidaan.

5 §

Sekaannuksen vaara

Vertaileva mainonta tai muu markkinointi ei saa aiheuttaa sekaannuksen vaaraa elinkeinon-

harjoittajan ja kilpailijan tavaramerkkien, toimien tai muiden erottavien tunnusten taikka hyödykkeiden kesken, jos se on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman tällaista markkinointia olisi tehnyt.

6 §

Kielto antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja

Markkinoinnissa tai asiakassuhteissa ei saa antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja, jos tiedot ovat omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman annettuja tietoja olisi tehnyt.

Totuudenvastaiset tai harhaanjohtavat tiedot voivat koskea erityisesti:

- 1) kulutushyödykkeen olemassaoloa, saatavuutta, lajia, laatua, määrää ja muita keskeisiä ominaisuuksia;
- 2) kulutushyödykkeen alkuperää, valmistustapaa ja -aikaa, käyttöä ja käytön vaikutuksia sekä hyödykkeelle tehtyjen testien tuloksia;
- 3) kulutushyödykkeen hintaa tai sen määräytymisen perusteita, erityistä hintaetua ja maksuehtoja;
- 4) kulutushyödykkeen toimitusaikaa ja muita toimitusehtoja;
- 5) myyntimenettelyn luonnetta, asiakaspalvelua sopimuksen teon jälkeen ja asiakasvalituksen käsittelyä;
- 6) huollon, korjausten ja varaosien tarvetta ja saatavuutta;
- 7) elinkeinonharjoittajan tai hänen edustajan sa henkilöllisyyttä, yhteystietoja, ominaisuuksia ja asemaa markkinoilla sekä heidän saamiensa palkintoja ja tunnustuksia;
- 8) elinkeinonharjoittajan oikeuksia ja velvollisuuksia, mukaan lukien sitoumusta noudattaa käytäntönsäntöihin sisältyviä velvoitteita;
- 9) kuluttajan oikeuksia, velvollisuuksia ja riskejä.

7 §

Olennaisten tietojen antamatta jättäminen

Markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa jättää antamatta sellaisia asiayhteys huomioon ottaen olennaisia tietoja, jotka kuluttaja tarvitsee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen tekemiseksi ja joiden puuttuminen on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee päätöksen, jota hän ei olisi riittävin tiedoin tehnyt.

Arvioitaessa tietojen riittävyyttä otetaan huomioon tietojen selkeys, ymmärrettävyys ja oikea-aikaisuus, käytettyyn viestimeen liittyvät rajoitteet sekä elinkeinonharjoittajan muut toimenpiteet olennaisten tietojen antamiseksi kuluttajille.

Kuluttajan terveyden ja turvallisuuden kannalta tarpeelliset tiedot on aina annettava.

8 §

Tiedonantovelvollisuus tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä

Tarjottaessa yksilöityä kulutushyödykettä tiettyyn hintaan markkinoinnista on käytävä ilmi:

1) kulutushyödykkeen pääominaisuudet siinä laajuudessa kuin on asianmukaista ottaen huomioon kulutushyödyke ja käytetty viesti;

2) elinkeinonharjoittajan nimi ja maantieteellinen osoite sekä, jos elinkeinonharjoittaja toimii toisen elinkeinonharjoittajan asiamiehenä tai edustajana, samat tiedot hänen päämiehestään;

3) kulutushyödykkeen kokonaishinta veroineen tai, jos täsmällistä hintaa ei voida ilmoittaa, hinnan määräytymisen perusteet;

4) maksua, toimitusta, sopimuksen täyttämistä ja asiakasvalituksia koskevat käytännöt, jos ne poikkeavat siitä, mitä kuluttajilla on yleensä aihetta olettaa;

5) mahdollinen oikeus irtisanoa tai peruuttaa sopimus.

9 §

Kielto käyttää aggressiivisia menettelyjä

Markkinoinnissa tai asiakassuhteessa ei saa käyttää aggressiivista menettelyä.

Aggressiivisena menettelynä pidetään häirintää, pakottamista ja muuta sellaista kuluttajan painostamista, joka on omiaan johtamaan siihen, että kuluttaja tekee ostopäätöksen tai muun kulutushyödykkeeseen liittyvän päätöksen, jota hän ei ilman painostamista olisi tehnyt.

Menettelyn aggressiivisuutta arvioitaessa otetaan huomioon erityisesti:

1) menettelyn ajoitus, paikka, luonne ja kesto;
2) uhkaava tai halventava kielenkäyttö tai käyttäytyminen;

3) kuluttajan vastoinikäymisten tai muiden sellaisten henkilöön liittyvien seikkojen hyväksikäyttö, jotka heikentävät kuluttajan arvostelukykyä;

4) sopimukseen tai lakiin perustuvien kuluttajan oikeuksien käytön hankaloittaminen;

5) uhkaus ryhtyä toimiin, jotka eivät ole lain mukaan sallittuja.

10 §

Kulutushyödykkeiden toimittaminen ilman tilausta

Markkinoinnissa ei saa tarjota kulutushyödykkeitä toimittamalla niitä kuluttajille ilman nimenomaista tilausta ja edellyttämällä kuluttajalta maksua, hyödykkeen palauttamista tai säilyttämistä taikka muuta toimenpidettä.

11 §

Hinnanalennusilmoitukset

Kulutushyödykkeen hintaa ei saa ilmoittaa alennetuksi enempää kuin se tosiasiallisesti alittaa elinkeinonharjoittajan aikaisemmin perimän hinnan.

12 §

Yhdistetyt tarjoukset ja kylkiäistarjoukset

Jos markkinoinnissa tarjotaan kulutushyödykkeitä yhteisellä hinnalla tai niin, että ostamalla hyödykkeen saa alennetulla hinnalla toisen hyödykkeen tai muun erityisen edun, markkinoinnissa on selkeästi ilmoitettava:

- 1) tarjouksen sisältö ja arvo sekä yhteisellä hinnalla tarjotuista hyödykkeistä lisäksi niiden erilliset hinnat, jollei hyödykkeen hinta erikseen hankittuna ole pienempi kuin kymmenen euroa;
- 2) tarjouksen hyväksi käyttämistä koskevat ehdot, erityisesti tarjouksen kesto sekä määrälliset ja muut rajoitukset.

13 §

Markkinointiarpajaisten ehtojen selkeys

Jos markkinointiin liittyy arvontoja, yleisökilpailuja tai pelejä, niihin osallistumisen ehtojen on oltava selkeitä ja ymmärrettäviä sekä helposti saatavilla.

14 §

Markkinointiarpajaisten vastikkeettomuus

Markkinoinnissa ei saa luvata sattumanvaraista etua, jonka saaminen edellyttää vastiketta, kulutushyödykkeen ostamista tai ostotarjouksen tekemistä.

Mitä 1 momentissa säädetään, ei koske sanoma- ja aikakauslehdissä järjestettäviä tavanomaisia ajanvietteeksi katsottavia kilpatehtäviä.

15 §

Tarkemmat säännökset

Valtioneuvoston asetuksella voidaan antaa tarkempia säännöksiä:

- 1) tuotemerkintöjen ja käyttöohjeiden liittämistä kulutushyödykkeeseen sekä muiden kulutushyödykkeen laatua, ominaisuuksia ja käyttöä koskevien tietojen antamisesta markkinoinnissa;

- 2) kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa;

- 3) Euroopan parlamentin ja neuvoston sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annetun direktiivin 2005/29/EY liitteen I panemiseksi täytäntöön.

16 §

Kielto

Elinkeinonharjoittajaa voidaan, jos se on kuluttajansuojan kannalta tarpeellista, kieltää jatkamasta tämän luvun säännösten tai niiden nojalla annettujen säännösten vastaista menettelyä taikka uudistamasta sellaista tai siihen rinnastettavaa menettelyä. Kieltoa on tehostettava uhkasakolla, jollei se erityisestä syystä ole tarpeeton.

Kielto voidaan, jos siihen on erityistä syytä, kohdistaa myös 1 momentissa tarkoitetun elinkeinonharjoittajan palveluksessa olevaan tai muuhun, joka toimii hänen lukuunsa.

17 §

Kiellon määrääminen

Kiellon, jota 16 §:ssä tarkoitetaan, määrää markkinaoikeus. Markkinaoikeus voi antaa kiellon myös väliaikaisena, jolloin kielto on voimassa, kunnes asia on lopullisesti ratkaistu.

Kuluttaja-asiamies voi määrätä 16 §:ssä tarkoitetun kiellon tai antaa kiellon väliaikaisena sen mukaan kuin Kuluttajavirastosta annetun lain (1056/1998) 6 §:ssä säädetään.

18 §

Lääninhallituksen kielto eräissä asioissa

Lääninhallitus voi määrätä 16 §:ssä tarkoitetun kiellon asiassa, joka koskee asunnon tai muun kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta annettujen säännösten vastaista menettelyä, jos lainvastaisuus on ilmeinen ja säännösten soveltamiskäytäntö tämänkaltaisessa asiassa on

vakiintunut. Lääninhallituksen päätökseen ei saa hakea muutosta valittamalla.

Elinkeinonharjoittaja voi saattaa 1 momentissa tarkoitetun kieltopäätöksen markkinaoikeuden käsiteltäväksi neljäntoista päivän kuluessa päätöksestä tiedon saatuaan. Muutoin päätös jää pysyväksi.

Lääninhallitus voi asettaa määräämänsä kiellon tehosteeksi uhkasakon. Uhkasakon tuomitsi maksettavaksi markkinaoikeus.

Ennen kuin lääninhallitus määrää 1 momentissa tarkoitetun kiellon, sen on varattava elinkeinonharjoittajalle tilaisuus tulla kuulluksi.

Määrätessään 1 momentissa tarkoitetun kiellon lääninhallituksen on tehtävä kirjallinen päätös ja huolehdittava sen antamisesta tiedoksi asianosaisille.

19 §

Määräys markkinointitoimen oikaisemiseksi

Määrätessään 16 §:ssä tarkoitetun kiellon markkinaoikeus voi velvoittaa kiellon saaneen taikka markkinoinnin tilanneen tai suorittaneen

elinkeinonharjoittajan määrääjässä toimittamaan markkinointitoimen oikaisun, jos sitä markkinointitoimesta kuluttajille aiheutuvien ilmeisten haittojen vuoksi on pidettävä tarpeellisenä. Määräystä voidaan tehostaa uhkasakolla.

20 §

Valvonta

Markkinointia ja menettelyjä asiakassuhteessa kuluttajansuojan kannalta valvoo kuluttaja-asiamies.

Kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamista markkinoinnissa valvovat kuluttaja-asiamies ja lääninhallitukset.

Markkinaoikeudesta ja asian käsittelystä siinä säädetään muutoin markkinaoikeuslaissa (1527/2001) sekä eräiden markkinaoikeudellisten asioiden käsittelystä annetussa laissa (1528/2001).

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Laki

sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

kumotaan sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa 22 päivänä joulukuuta 1978 annettun lain (1061/1978) 2 §:n 3 momentti, sellaisena kuin se on laissa 1073/2000, ja

lisätään lakiin uusi 2 a § seuraavasti:

2 a §

Markkinointi, josta voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa kilpailija tai kilpailijan markkinoima hyödyke (*vertaileva markkinointi*), on vertailun osalta sallittu, jos:

1) se ei ole totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa;

2) se koskee hyödykkeitä, joita käytetään samaan tarkoitukseen tai samoihin tarpeisiin;

3) siinä verrataan puolueettomasti hyödykkeiden yhtä tai useampaa olennaista, merkityksellistä, toteen näytettävissä olevaa ja edustavaa ominaisuutta tai hyödykkeiden hintoja;

4) se ei aiheuta sekaannuksen vaaraa mainostajan ja kilpailijan tai heidän tavaramerkkiensä,

toiminimiensä tai muiden erottavien tunnusten-
sa taikka hyödykkeittensä kesken;

5) siinä ei väheksytä eikä halvenneta kilpaili-
jan tavaramerkkiä, toiminimeä tai muuta erotta-
vaa tunnusta taikka hyödykettä, toimintaa tai
oloja;

6) siinä ei käytetä sopimattomasti hyväksi kil-
pailijan tavaramerkin, toiminimen tai muun erot-
tavan tunnuksen mainetta taikka kilpailijan
markkinoinnan hyödykkeen alkuperänimitystä;

7) siinä ei esitetä hyödykettä sellaisen hyö-
dykkeen jäljitelmänä tai toisintona, jolla on suo-
jattu tavaramerkki.

Erikoistarjousten vertailevassa markkinoin-
nissa on lisäksi selkeästi mainittava tarjouksen
kesto ja, jos tarjous on voimassa niin kauan kuin
hyödykkeitä riittää, maininta siitä.

Muuten kuin vertailun osalta vertailevaan
markkinointiin sovelletaan, mitä muualla laissa
säädetään mainonnasta ja muusta markkinoin-
nista.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta
20 .

Laki

luottolaitostoiminnasta annetun lain 125 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

muutetaan luottolaitostoiminnasta 9 päivänä helmikuuta 2007 annetun lain (121/2007) 125 § seu-
raavasti:

125 §

Markkinointi

Luottolaitoksen on markkinoinnissaan annet-
tava asiakkaalle markkinoitavasta hyödykkeestä
kaikki ne tiedot, joilla saattaa olla merkitystä
asiakkaan tehdessä hyödykettä koskevia ratkai-
suja.

Luottolaitos ei saa markkinoinnissaan antaa
totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja
eikä käyttää muutoinkaan asiakkaan kannalta so-

pimatonta tai hyvän tavan vastaista menettelyä.
Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän
tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi
kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Markkinointia, joka ei sisällä asiakkaan ta-
loudellisen turvallisuuden kannalta tarpeellisia
tietoja, on aina pidettävä sopimattomana.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta
20 .

Laki

arvopaperimarkkinalain muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan 26 päivänä toukokuuta 1989 annetun arvopaperimarkkinalain (495/1989) 2 luvun 1 §, 3 luvun 36 §, 3 a luvun 10 § ja 4 luvun 1 §, sellaisina kuin ne ovat, 2 luvun 1 § osaksi laissa 522/1998 sekä 3 luvun 36 §, 3 a luvun 10 § ja 4 luvun 1 § laissa 923/2007, seuraavasti:

2 luku

Arvopaperien markkinointi, liikkeeseenlasku ja tiedonantovelvollisuus

Arvopaperien markkinointi

1 §

Arvopapereita ei saa markkinoida eikä hankkia elinkeinotoiminnassa antamalla totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja taikka käyttämällä hyvän tavan vastaista tai muuten sopimatonta menettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Edellä 1 momentissa tarkoitettu tieto, jonka harhaanjohtavuus tai totuudenvastaisuus käy ilmi tiedon esittämisen jälkeen ja jolla saattaa olla olennaista merkitystä sijoittajalle, on viivytyksettä oikaistava tai täydennettävä riittävällä tavalla.

3 luku

Julkinen kaupankäynti

36 §

Julkisen kaupankäynnin markkinointi

Arvopaperien julkista kaupankäyntiä ei saa markkinoida antamalla totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja taikka käyttämällä hyvän tavan vastaista tai muuten sopimatonta me-

nettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain 2 luvussa.

3 a luku

Monenkeskinen kaupankäynti

10 §

Kaupankäynnin markkinointi

Monenkeskistä kaupankäyntiä ei saa markkinoida antamalla totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja taikka käyttämällä hyvän tavan vastaista tai muuten sopimatonta menettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain 2 luvussa.

4 luku

Arvopaperikauppa ja sijoituspalvelun tarjoaminen

1 §

Hyvä tapa arvopaperikaupassa ja sijoituspalvelun tarjoamisessa

Arvopapereiden kaupassa sekä sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisessa ei saa käyttää hyvän tavan vastaista tai muuten sopimatonta menettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain 2 luvussa.

Sijoituspalvelua ja oheispalvelua ei saa markkinoida antamalla totuudenvastaista tai harhaan-

johtavaa tietoa. Markkinoinnista on käytävä ilmi sen kaupallinen tarkoitus.

Rahoitustarkastus antaa Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2004/39/EY täytäntöönpanosta sijoituspalveluyritysten toiminnan järjestämistä koskevien vaatimusten, toiminnan harjoittamisen edellytysten ja kyseisessä direktiivissä määriteltyjen käsitteiden osalta komission antaman direktiivin 2006/73/EY, jäljempä-

nä *komission direktiivi*, täytäntöön panemiseksi tarvittavat tarkemmat määräykset sijoituspalvelun ja oheispalvelun tarjoamisen yhteydessä kolmannelle annettavista ja tältä saatavista maksuista ja muista eduista sekä asiakkaalle annettavia tietoja koskevista vaatimuksista.

Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä _____ kuuta 20 ____ .

Laki

vakuutusyhtiölain 31 luvun 1 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti

muutetaan _____ päivänä _____ kuuta 20 ____ annetun vakuutusyhtiölain (/) 31 luvun 1 § seuraavasti:

31 luku

Vakuutusyhtiön toimintaa koskevat muut säännökset

Vakuutusyhtiön markkinointi, edustajana toimiminen ja asiamies

1 §

Vakuutusyhtiön markkinointi

Vakuutusyhtiön on markkinoinnissaan annettava asiakkaalle markkinoitavasta hyödykkeestä kaikki ne tiedot, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä hyödykettä koskevia ratkaisuja.

Vakuutusyhtiö ei saa markkinoinnissaan antaa totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja eikä käyttää muutoinkaan asiakkaan kannalta sopimatonta tai hyvän tavan vastaista menettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Markkinointia, joka ei sisällä asiakkaan taloudellisen turvallisuuden kannalta tarpeellisia tietoja, on aina pidettävä sopimattomana.

Tiedoista, jotka vakuutusyhtiön on annettava vakuutuksen hakijalle ennen vakuutus sopimuksen päättämistä, säädetään erikseen.

Tämä laki tulee voimaan _____ päivänä _____ kuuta 20 ____ .

Laki

vakuutusedustuksesta annetun lain 22 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan vakuutusedustuksesta 15 päivänä heinäkuuta 2005 annetun lain (570/2005) 22 § seuraavasti:

22 §

Markkinointi

Vakuutusedustajan on markkinoinnissaan annettava asiakkaalle vakuutusedustuspalveluitaan ja tarjolla olevista vakuutuksista kaikki tiedot, joilla saattaa olla merkitystä asiakkaan tehdessä palveluja tai vakuutuksia koskevia ratkaisuja.

Vakuutusedustaja ei saa antaa markkinoinnissaan totuudenvastaisia tai harhaanjohtavia tietoja eikä käyttää muutoinkaan asiakkaan kannalta sopimatonta taikka hyvän vakuutustavan tai hyvän vakuutusmeklaritavan vastaista menettelyä. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Markkinointia, joka ei sisällä asiakkaan taloudellisen turvallisuuden kannalta tarpeellisia tietoja, on aina pidettävä sopimattomana.

Asiamiehen on markkinoinnissaan ilmoitettava edustamansa vakuutuksenantajat ja yksittäistä vakuutusta markkinoidessaan, minkä vakuutuksenantajan tuotteesta on kysymys. Vakuutusmeklari ei saa markkinoinnissaan ilmoittaa edustavansa tiettyä vakuutuksenantajaa.

Sen estämättä, mitä 4 momentissa säädetään, muussa Euroopan talousalueeseen kuuluvassa valtiossa kuin Suomessa rekisteröidyn vakuutusedustajan on tarvittaessa ilmoitettava markkinoinnissaan oikean kuvan antamiseksi vakuutusedustuspalveluistaan, minkä vakuutuksenantajien tuotteita vakuutusedustus yksinomaan koskee ja antaako vakuutusedustaja 25 §:n 2 momentissa tarkoitettuun tasapuoliseen analyysiin perustuvia tietoja.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta
20 .

Laki

kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä annetun lain 4 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä 15 päivänä joulukuuta 2000 annetun lain (1075/2000) 4 § seuraavasti:

4 §

Hyvä välitystapa

Välitystoiminnassa on noudatettava hyvää välitystapaa. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä sääde-

tään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Laki

saatavien perinnästä annetun lain 4 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan saatavien perinnästä 22 päivänä huhtikuuta 1999 annetun lain (513/1999) 4 § seuraavasti:

4 §

Hyvä perintätapa

Perinnässä ei saa käyttää hyvän perintätavan vastaista tai muutoin velallisen kannalta sopimattomasta tai hyvän tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Perinnässä ei saa:

- 1) antaa vääriä tai harhaanjohtavia tietoja maksun laiminlyönnin seuraamuksista;
- 2) aiheuttaa velalliselle kohtuuttomia tai tarpeettomia kuluja taikka tarpeetonta haittaa; eikä
- 3) vaarantaa velallisen yksityisyyden suojaa.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta 20 .

Laki

asianajajista annetun lain 5 §:n muuttamisesta

Eduskunnan päätöksen mukaisesti
muutetaan asianajajista 12 päivänä joulukuuta 1958 annetun lain (496/1958) 5 §, sellaisena kuin se on osaksi laissa 31/1993, seuraavasti:

5 §

Asianajajan tulee rehellisesti ja tunnollisesti täyttää hänelle uskotut tehtävät sekä kaikessa toiminnassaan noudattaa hyvää asianajajatapaa. Kuluttajan kannalta sopimattomasta tai hyvän

tavan vastaisesta menettelystä säädetään lisäksi kuluttajansuojalain (38/1978) 2 luvussa.

Asianajajan tointa ei saa harjoittaa yhtiössä muun kuin asianajajan kanssa, ellei asianajajayhdistyksen hallitus erityisistä syistä anna sii-

hen lupaa. Osakeyhtiössä asianajajan tointa saa harjoittaa vain asianajajayhdistyksen hallituksen antamalla luvalla ja määräämillä ehdoilla. Tällaisen osakeyhtiön yhtiöjärjestyksestä saa muuttaa vain samanlaisella luvalla. Yhtiön osakkeenomistaja vastaa hoidettavanaan olevasta asianajotehtävästä johtuvista velvoitteista yhteisvastuullisesti yhtiön kanssa. Jos asianajotehtävä on muun kuin yhtiössä asianajajana toimivan osakkeenomistajan hoidettavana tai ei tiedetä, kenen hoidettavana tehtävä on, vastaa jokainen asianajajana toimiva osakkeenomistaja yhteisvastuullisesti yhtiön kanssa tällaisesta velvoitteesta, joka on syntynyt hänen ollessaan yhtiössä maini-

tussa asemassa. Asianajaja ei myöskään ilman asianajajayhdistyksen hallituksen lupaa saa harjoittaa asianajajan tointa ulkomailla muualla kuin Euroopan talousalueen valtiossa.

Asianajajan on pidettävä päämiehilleen kuuluvat raha- ja muut varat erillään omista varoistaan.

Asianajajan velvollisuudesta tuomioistuimen määräyksestä toimia oikeudenkäynnissä avustajana tai asiamiehenä on säädetty erikseen.

Tämä laki tulee voimaan päivänä kuuta
20 .

Helsingissä 16 päivänä kesäkuuta 2008