

## Statsrådets förordning

### om ändring av 1 och 2 § i statsrådets förordning om otillbörligt förfarande från konsumentsynpunkt vid marknadsföring och i kundrelationer

I enlighet med statsrådets beslut

ändras i statsrådets förordning om otillbörligt förfarande från konsumentsynpunkt vid marknadsföring och i kundrelationer (601/2008) 1 § 22 punkten och 2 § 6 punkten, av dem 1 § 22 punkten sådan den lyder i förordning 176/2018, samt

fogas till 1 §, sådan den lyder delvis ändrad i förordningarna 1126/2015 och 176/2018, nya 23–26 punkter samt till 2 § en ny 7 punkt som följer:

#### 1 §

##### *Vilseledande förfaranden*

Följande förfaranden vid marknadsföring och i kundrelationer ska betraktas som otillbörliga enligt 2 kap. 3 § i konsumentskyddslagen (38/1978) och som vilseledande enligt 2 kap. 6 och 7 § i lagen:

---

22) att använda redaktionellt material i medierna för att främja försäljningen av en konsumtionsnyttighet om näringsidkaren har betalat för det säljfrämjande materialet och detta inte uppges i innehållet eller genom bilder eller ljud som tydligt kan identifieras av konsumenten,

23) att tillhandahålla sökresultat som svar på en konsuments sökning på internet utan att konsumenten tydligt informeras om att det är fråga om betald reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre ranking av konsumtionsnyttigheter i sökresultaten,

24) att återförsälja evenemangsbiljetter till konsumenter, om näringsidkaren har köpt biljetterna genom användning av automatiska medel för att kringgå eventuella begränsningar av antalet biljetter som en person kan köpa eller andra regler som är tillämpliga på biljettköp,

25) att uppge att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt har använt eller köpt konsumtionsnyttigheten utan att vidta rimliga och proportionerliga åtgärder för att säkerställa att recensionerna härrör från sådana konsumenter,

26) att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter.

#### 2 §

##### *Aggressiva förfaranden vid marknadsföring och i kundrelationer*

Följande förfaranden ska betraktas som otillbörliga enligt 2 kap. 3 § i konsumentskyddslagen och som aggressiva enligt 2 kap. 9 § i lagen:

---

6) att oriktigt skapa intryck av att konsumenten har vunnit, kommer att vinna eller genom att utföra en särskild handling vinner ett pris eller en förmån trots att det inte finns något pris eller någon förmån eller det förutsätts att konsumenten betalar pengar eller ådrar sig en kostnad för att få priset eller förmånen,

7) att kräva att en konsument som gör anspråk på ersättning från en försäkring lägger fram dokument som inte rimligen kan anses relevanta för huruvida anspråket är giltigt, eller systematiskt underlåta att svara på relevant korrespondens i ärendet, om detta sker i syfte att förmå konsumenten att avstå från att utöva sina avtalsenliga rättigheter.

Denna förordning träder i kraft den 1 januari 2023.

Helsingfors den 8 juli 2022

Justitieminister Anna-Maja Henriksson

Lagstiftningsråd Jussi Päivärinne