

**Kuluttajapoliittinen ohjelma
vuosille 2008–2011
Konsumentpolitiskt program
för åren 2008–2011
Consumer Policy Programme for
the years 2008–2011**

Käyntiosoite
Aleksanterinkatu 4
00170 HELSINKI

Postiosoite
PL 32
00023 VALTIONEUVOSTO

Puhelin 010 606 000
Telekopio (09) 1606 2166

Julkaisusarjan nimi ja tunnus

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja
Konserni 23/2008

Tekijät (toimielimestä: nimi, puheenjohtaja, sihteeri)		Julkaisu-aika
Valtioneuvosto		Syyskuu 2008
		Toimeksiantaja(t)
		Työ- ja elinkeinoministeriö
		Toimielimen asettamispäivä
Julkaisun nimi		
Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008–2011		
Tiivistelmä		
Valtioneuvosto teki 15.5.2008 periaatepäätöksen kuluttajapoliittisesta ohjelmasta vuosille 2008–2011.		
Kuluttajapolitiikan keskeisiä tavoitteita ovat korkean kuluttajansuojatason varmistaminen, kestävien kulutus- ja tuotantotapojen edistäminen, kuluttajien roolin vahvistaminen sekä toimivien ja turvallisten markkinoiden varmistaminen.		
Kuluttajapolitiikalla ja kansallisilla toimenpiteillä on merkitystä sekä kuluttajan hyvinvoinnille että yritysten kilpailukyvyille. Kuluttajien tulee voida luottaa oikeuksiensa toteutumiseen. Lainsäädännön ohella keskeisessä asemassa ovat tehokas valvonta, elinkeinoelämän osaaminen ja itsesääntely sekä kuluttajan käytössä olevat neuvonta-, sovittelu- ja riitojenratkaisumenettelyt.		
Ohjelman käytännön hankkeita ovat mm. kuluttajien tietoisuuden lisääminen materiaali- ja energia- tehokkuudesta, velkaantumisen hillitseminen ja talousvalistuksen lisääminen, kuluttajan aseman varmistaminen sähköisissä ja rajojen yli tarjottavissa palveluissa sekä elintarvikkeista ja lääkkeistä annettavan informaation parantaminen. Lisäksi jatketaan kuluttajanhallinnon uudistamista siten, että se palvelee entistä paremmin kuluttajapolitiikan tavoitteita.		
Työ- ja elinkeinoministeriön yhteyshenkilö: Työelämä- ja markkinaosasto/Ulla Karhu, puh. +358 10 606 3547		
Asiasanat		
kuluttajapolitiikka		
ISSN		ISSN
1797-3554		978-952-227-070-2
Kokonaissivumäärä	Kieli	Hinta
64	Suomi	15 €
Julkaisija		Kustantaja
Työ- ja elinkeinoministeriö		Edita Publishing Oy

Sisältö

Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008–2011

Esipuhe.	7
1 Muuttuva toimintaympäristö	10
2 Kuluttajapolitiikan tavoitteet	12
3 Kuluttajapolitiikka 2008–2011	14
4 Seuranta	23

Konsumentpolitiskt program för åren 2008–2011

Förord	27
1 En verksamhetsmiljö under förändring.	30
2 Målen för konsumentpolitiken	32
3 Konsumentpolitiken 2008–2011	34
4 Uppföljning.	44

Consumer Policy Programme for the years 2008–2011

Introduction	47
1 Changes in the Operating Environment	50
2 Objectives of the National Consumer Policy.	52
3 National Consumer Policy 2008–2011	54
4 Monitoring	64

Esipuhe

Valtioneuvosto teki 15.5.2008 periaatepäätöksen kuluttajapoliittisesta ohjelmasta vuosille 2008–2011. Ohjelma sisältyy hallitusohjelmaan.

Ohjelman laadinnasta on vastannut työ- ja elinkeinoministeriö (kauppa- ja teollisuusministeriö). Valmistelussa on otettu huomioon kuluttajien toimintaympäristön muutokset, aikaisemman ohjelman toteuttamisesta saadut kokemukset sekä EU:ssa hyväksytyyn kuluttajapoliittisen strategian linjaukset vuosille 2007–2013.

Ohjelma sisältää katsauksen toimintaympäristöön, kuluttajapolitiikan tavoitteet sekä konkreettisia kuluttajapoliittisia toimenpiteitä vuosille 2008–2011.

Ohjelmaa johtaa ja koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö. Ministeriön yhteydessä toimiva kuluttaja-asiain neuvottelukunta seuraa ohjelman toteutumista sekä toimii eri tahojen verkostoitumisen edistäjänä. Työ- ja elinkeinoministeriö on asettanut ohjelmalle virkamiehistä koostuvan johtoryhmän, joka vastaa ohjelman toteutuksen seurannasta. Johtoryhmä raportoi puolivuositain kuluttaja-asiain neuvottelukunnalle.

Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008–2011

Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelmassa todetaan, että laaditaan uusi kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2008–2011. Ohjelman valmistelussa otetaan huomioon kuluttajien toimintaympäristön muutokset, nykyisen ohjelman toteuttamisesta saadut kokemukset sekä EU:ssa hyväksytyyn kuluttajapoliittisen strategian linjaukset vuosille 2007–2013.

Kuluttajia koskevat asiat ovat laaja-alaisia ja niitä käsitellään monella eri politiikan lohkolla. Kuluttajapolitiikka kuuluu työ- ja elinkeinoministeriölle. Oikeusministeriö vastaa pääosin kuluttajansuojaa koskevan lainsäädännön valmistelusta. Työ- ja elinkeinoministeriön yhteydessä toimivat kuluttaja-asiain neuvottelukunta, taloudenhallinnan neuvottelukunta ja tuoteturvallisuusasiain neuvottelukunta. Kuluttajahallintoon kuuluvat Kuluttajavirasto/kuluttaja-asiamies, Kuluttajatutkimuskeskus ja oikeusministeriön hallinnonalalla toimiva kuluttajariitalautakunta.

1 Muuttuva toimintaympäristö

Kuluttajapolitiikan tavoitteiden asettelussa on tärkeää tunnistaa vaikutuksiltaan merkittävimmät ympäristön muutostekijät, joilla on vaikutusta kuluttajien hyvinvointiin. Vanhoja toimintatapoja tulee arvioida uudelleen.

Yksi merkittävimmistä tekijöistä on ilmastomuutoksen torjuminen, joka asettaa kuluttajat uusien vaatimusten ja valintojen eteen. Tulevina vuosina EU:n ilmastopolitiikka edellyttää kasvihuonepäästöjen merkittävää vähentämistä liikenteessä, asumisessa ja maataloudessa.

Kestävien tuotanto- ja kulutustapojen edistämisestä on tullut hyvinvoinnin säilymisen peruskysymyksiä. Kulutustavaroiden tuotannon ympäristövaikutukset syntyvät globaalien tuotantoketjujen myötä yhä enemmän Suomen ja Euroopan ulkopuolella. Kotitalouksien merkittävimmän ympäristökuormituksen aiheuttavat asuminen, liikkuminen ja ruokailu. Kohtuullinen kuluttaminen vähentää luonnonvarojen tuhlaamista.

Kuluttajien hyvinvoinnin edellytyksenä ovat toimivat markkinat, joilla kuluttajien turvallisuus ja valinnanvapaus sekä tuotteiden ja palveluiden saatavuus, laatu ja kohtuuhintaisuus varmistetaan. Valinnanvapauden hyödyntäminen edellyttää, että kuluttajien käytössä on riittävästi informaatiota esimerkiksi tuotteisiin liittyvistä taloudellisista riskeistä.

Kuluttajien hyvinvointi voidaan turvata vain vuorovaikutteisessa ja avoimessa yhteiskunnassa, jonka turvallisuuteen ja toimivuuteen kuluttajat luottavat. Kuluttajilla itsellään on vastuullinen rooli oman hyvinvointinsa turvaajina. Kuluttajien vaikutusmahdollisuuksia ei ole osattu käyttää täysimääräisesti hyödyksi. Heidän valintansa ohjaavat myös palvelujen ja tuotteiden kehittämistä ja sitä kautta innovaatiota ja tehokkuutta.

Vaikka EU:n sisämarkkinat ovat yhdentyneet monin tavoin, kuluttajamarkkinat toimivat pääosin vielä kansallisten rajojen mukaisesti. Erityisesti palvelumarkkinoilla on kuitenkin odotettavissa markkinoiden yhdentymistä, mikä johtanee palvelutarjonnan monipuolistumiseen. Uusien toimijoiden ja tuotteiden tulo markkinoille korostaa tarvetta kuluttajien luottamuksen ja yritysten osaamisen sekä kilpailukyvyn vahvistamiseen.

Merkittävimmät suomalaisen kuluttajan elämään vaikuttavat muutostekijät liittyvät markkinoiden kansainvälistymiseen, taloudellisiin riskeihin, tietoyhteiskunta-kehitykseen, julkisten palveluiden laatuun, turvallisuus- ja ympäristökysymyksiin sekä eettisiin kysymyksiin.

Kulutusrakenne muuttuu sekä hyödykkeet monimutkaistuvat. Ikääntyneiden määrä kasvaa ja muuttoliike maaseudulta kasvukeskuksiin jatkuu. Myös maahanmuuttajien määrä kasvaa ja monikulttuurisuus lisääntyy. Tämä luo paineita erityisesti palveluiden saatavuudelle ja kuluttajien hyvinvoinnin varmistamiselle. Palvelutoiminnassa on merkittävää hyvinvointipalvelujen kysynnän voimakas kasvu. Julkisia palveluja tuotetaan yhtä laajemmin yksityisten organisaatioiden toimesta. Tämä kehitys näyttää jatkuvan lähitulevaisuudessa.

Käynnissä oleva teknologinen kehitys muuttaa merkittävästi yhteiskuntaa, sen toimintatapoja ja prosesseja. Vaikka tieto- ja viestintäteknikalla on suuri potentiaali helpottaa kuluttajien arkea, heillä voi olla vaikeuksia sopeutua yhä teknistyvämpään toimintaympäristöön. Julkisen sektorin palvelut siirtyvät pitkälti verkkoon ja riippuvuus tieto- ja viestintäteknologiasta eri toimialoilla lisääntyy. Myös kaupankäynti ja erilaiset yksityisen sektorin palvelut perustuvat yhä enemmän tieto- ja viestintäteknologian käytölle. Lisäksi väestön ikääntyminen luo tarvetta uusille arkipäivää tukeville teknologioille ja palveluille. Verkkojen ja palveluiden käyttöä kerääntyy paljon suojattavia tunniste- ja henkilötietoja ja yksityisyyden ja kuluttajan suojan turvaamisen merkitys korostuu. Lisäksi tarve kuluttajien tietotekniselle osaamiselle ja tietoturvatietoisuudelle kasvaa. Tämä lisää myös elinkeinonharjoittajien vastuullisuuden ja riittävän tiedotus- ja valistustoiminnan merkitystä.

Myös lapset ja nuoret hankkivat entistä enemmän tavaroita ja palveluja. Heihin kohdennettu mainonta ja muu kaupallinen vaikuttaminen on laajaa. Koska lapset ovat aikuisia alttiimpia kaupalliselle vaikuttamiselle, medialukutaidon oppimisen ja vahvistamisen merkitys korostuu. Lasten erityisen suojelun tarve vaatii erityistä huomiota sekä elinkeinonharjoittajilta että viranomaisilta.

Elinkeino toimintaa ja markkinoiden toimivuuden sääntelyä koskeva lainsäädäntö perustuu jo nyt paljolti EU:n säädöksiin. Tämä koskee ennen kaikkea tavaroiden tuotantoa ja markkinoille saattamista koskevaa lainsäädäntöä, mutta myös enenevässä määrin palveluita. Näin ollen tarvitaan kuluttajanäkökulman esiin tuomista erilaisissa päätöksentekotilanteissa niin kotimaassa kuin kansainvälisesti.

2 Kuluttajapolitiikan tavoitteet

Kuluttajapolitiikan perustehtävänä on varmistaa Suomen korkea kuluttajansuojan taso. Kuluttajien tulee voida luottaa oikeuksiensa toteutumiseen. Kuluttajan oikeussuojaa määrävän lainsäädännön ohella tehokas valvonta on merkittävässä asemassa. Keskeisessä asemassa ovat myös elinkeinoelämän osaaminen ja itesesäntely kuin myös kuluttajien käytössä olevat neuvonta-, sovittelu ja riitojenratkaisumenettelyt. Viranomaisvalvonnan ja elinkeinoelämän omavalvonnan on oltava toimivaa ja tehokasta.

Kuluttajapolitiikalla edistetään kestäviä tuotanto- ja kulutustapoja. Kuluttaja voi ostopäätöksillään ja valinnoillaan vaikuttaa markkinoilla myytävien tuotteiden valikoimaan ja tuotekehitykseen. Kuluttajien mukanaoloa ympäristöä säästävien innovaatioiden ja uusien sosiaalisten ratkaisujen kehittämisessä kannustetaan. Näin voidaan vähentää luonnonvarojen tuhlaamista ja kasvihuonepäästöjä sekä pitää huolta heikoimmista.

Kuluttajapoliittisilla toimenpiteillä varmistetaan toimivat ja turvalliset markkinat sekä julkiset palvelut. Kuluttajille turvataan riittävä tietopohja ja osaaminen toimia kehittyvillä markkinoilla sekä vaikuttaa kuluttajina yhteiskunnassa. Erityistä huomiota pitää kiinnittää heikoimmassa asemassa oleviin kuluttajiin. Lapsilla on oikeus myös kuluttajapolitiikan alalla erityiseen suojeluun. Sääntelyssä on tärkeä ottaa huomioon lasten ja nuorten iän ja kehitystason tuomat erityispiirteet.

Kuluttajanäkökulma otetaan huomioon kaikilla asian kannalta merkityksellisillä politiikan lohkoilla.

Toimiva kuluttajapolitiikka edellyttää viranomaisten, elinkeinoelämän sekä kuluttaja- ja kansalaisjärjestöjen aktiivista yhteistyötä. Yhteistyöllä on tavoiteltava sitä, että elinkeinonharjoittajat ja palveluja tuottavat julkiset toimijat ottavat toiminnassaan huomioon asiakasnäkökulman ja että erityisesti heikoimmassa asemassa olevien kuluttajaryhmien tarpeisiin kiinnitetään huomiota. Yrittäjien neuvonnan merkitys on tärkeää myös vastuullisen kaupan periaatteiden toteuttamiseksi.

Kuluttajapolitiikan toteutumisen ja markkinoiden kehittymisen seuraaminen edellyttää, että käytössä on riittävä tietopohja. Kuluttajatutkimuksella on tässä merkittävä rooli.

Kuluttajan asemaan vaikuttavien säännösten ja ohjeiden on oltava selkeitä. Niiden on turvattava kuluttajan asema ja annettava samalla mahdollisuus markkinoiden tehokkaalle toiminnalle. Näiden välinen tasapaino on erityisen tärkeää kuluttajan käyttäessä erityistuntemusta edellyttäviä palveluja.

Kuluttajien saatavilla on oltava monipuolista ja laadukasta kuluttajainformaatiota, jotta he voivat hankkia riittävän tietopohjan markkinoilla tarjolla olevista vaihtoehdoista myös kestäväen kehityksen näkökulmasta. Elintarvikkeista kuluttajat tarvitsevat luotettavaa ja ymmärrettävää tietoa. Kuluttajien käyttöön tulisi kehittää havainnollisia malleja sekä käyttäjäystävällisiä työkaluja, joiden avulla voi luotettavasti arvioida oman kulutuksensa ympäristövaikutuksia. Tuote- ja palvelukehityksen tulee perustua kuluttajien tarpeiden ymmärtämiseen ja huomioon ottamiseen.

Edunvalvontaa EU:n toimielimissä tehostetaan, koska tällä on suuri merkitys kuluttajapolitiittisten tavoitteiden kannalta. Kuluttajien olisi voitava luottaa kaikkiin sisämarkkinoilla oleviin tuotteisiin – sekä EU:sta että kolmansista maista peräisin oleviin. EU:ssa tapahtuvan edunvalvonnan ja kansallisten toimien avulla on varmistettava, että sisämarkkinoiden yhdentymisen hyödyttää kuluttajia.

Kuluttajapolitiikalla ja kansallisilla toimenpiteillä on merkitystä sekä kuluttajan hyvinvoinnille että yritysten kilpailukyvyille.

Markkinoiden toimivuus edellyttää toimivaa kilpailu- ja kuluttajapolitiikkaa, jotka täydentävät toisiaan. Kilpailu- ja kuluttajapolitiikalla pyritään varmistamaan markkinoiden tehokas toiminta ja tehokkuushyötyjen tasapuolinen jakautuminen markkinaosapuolten kesken. Kilpailua on edistettävä yleisesti ja varsinkin keskeisillä palvelutoimialoilla, mistä hyötyvät erityisesti kuluttajat.

Ohjelman tavoitteiden saavuttamiseksi toteutetaan vuosina 2008–2011 seuraavat toimenpiteet ja hankkeet. Niitä toteutetaan valtiontalouden kehysten puitteissa tarvittaessa uudelleen kohdentamalla resursseja.

3 Kuluttajapolitiikka 2008–2011

3.1 Kohti kestäväää kulutusta

Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimintaohjelma sisältää keskeisiä kuluttajapolitiittisia tavoitteita ja hankkeita. Kuluttajille on tarjottava oikeaa ja relevanttia tietoa sekä havainnollisia työkaluja kestävien kulutuspäätösten pohjaksi. Myös tuotannon ja tuotekehityksen ohjaaminen kestäväää kulutusta sekä palveluita tukevaan suuntaan on tärkeää. Pyritään mahdollisimman suureen materiaalitehokkuuteen edistämällä kilpailukykyisten tuotteiden ja palveluiden aikaansaamista pienenevin materiaalipanoksin siten, että haitalliset vaikutukset vähenevät niiden koko elinkaaren aikana. Kestävään kuluttamiseen liittyy myös tuotannon globaalinäkökulma – ympäristövaikutukset syntyvät yhä enemmän Euroopan ulkopuolella ja tuotannon työolosuhteita ja eettisiä vaikutuksia on vaikea arvioida.

Edistetään materiaali- ja energiatehokkuutta koskevaa kuluttajille suunnattavaa tiedotusta, viestintää, kampanjointia sekä havainnollisten mallien ja käyttäjäystävällisten työkalujen kehittämistä. Lisätään resursseja kuluttajien tietoisuuden edistämiseen. Tuetaan sellaisten tuotemerkintöjen kehittämistä, jotka kertovat tuotteen ympäristöystävällisyydestä ja ilmastovaikutuksista.

Vastuutahot: TEM, YM, Motiva Oy

Kuluttajavirasto painottaa kestäväää kulutuksen kriteerejä vertailevissa hyödyketesteissä ja muissa selvityksissä. Ympäristö- ja eettisten väittämien käyttö markkinoinnissa otetaan erityisvalvonnan kohteeksi.

Vastuutaho: Kuluttajavirasto

Energia- ja materiaalitehokkuutta koskevassa Euroopan yhteisön lainsäädännössä hyödynnetään nykyistä paremmin sekä pohjoismaisen että EU:n ympäristömerkintäjärjestelmän kriteeristötyötä ja varmistetaan että synergiaedut tulevat hyödynnetyksi.

Vastuutahot: TEM, Turvatekniikan keskus, Suomen Standardisoimisliitto ry

3.2 Kuluttajalähtöiset innovaatiot

Ihmiset ilmaisevat itseään ja ottavat kantaa kuluttamisen kautta. Ostamalla tai ostamatta jättämisellä kuluttajat ilmaisevat huolensa esimerkiksi ympäristön tilasta.

Kuluttajat eivät enää vain kuluta tuotteita ja palveluja, vaan he vaikuttavat siihen, miten niitä kehitetään ja tuotetaan. Yrityksillä onkin entistä paremmat mahdollisuudet kuunnella kuluttajia ja ottaa heidät kumppaneiksi jo tuotekehitysvaiheessa. Käyttäjien osallistumisen avulla markkinoille voidaan tuottaa parempia tuotteita ja palveluja.

Hyvinvoinnin olennainen osa on ihmisen mahdollisuus vaikuttaa omaan elämäänsä. Uusissa hyvinvointiyhteiskunnan kehittämissävisioissa kansalaiset tulevat mukaan palvelutuotantoon entistä enemmän. Samaan aikaan kansalaisten tulee myös ottaa enemmän vastuuta elämästään ja tekemisistään.

Kuluttajien osallistumista teknologian kehittämiseen ja arviointiin lisätään. Kehitetään työkaluja asiakaspalautejärjestelmien paremman toimivuuden varmistamiseksi.

Vastuutahot: TEM, Kuluttajatutkimuskeskus

3.3 Rajojen yli tarjottavat palvelut ja palveludirektiivin voimaansaattaminen

Palveludirektiivin voimaantulo tuo markkinoille uusia palveluntarjoajia. Kuluttajat saavat uusia vaihtoehtoja. Samalla korostuu myös tarve opastaa kuluttajia ja yrityksiä palveluihin liittyvän kuluttajansuojanormien noudattamisessa. Lupa-menettelyjen sekä ilmoitus- ja rekisteröitymisvelvoitteiden keventyminen edellyttää viranomaisilta uusia valvontakäytäntöjä. Valvonnan ja informaation avulla varmistetaan, että palveluyritykset noudattavat voimassaolevaa kuluttajalainsäädäntöä toiminnassaan ja asiakaspalvelussaan.

Palveludirektiivin voimaan saattamisessa varmistetaan, ettei suomalaisen kuluttajan asema palveluiden ostajana heikkene ja että kuluttajat saavat oikeaa tietoa palveluista ja niiden tarjoajista.

Vastuutahot: TEM ja muut ministeriöt

3.4 Kuluttajien velkaantuminen on yhteinen haaste

Markkinoilla on yhä enemmän erilaisia, osin varsin monimutkaisia luottomuotoja. Kuluttajien velkaantuminen näyttää jatkuvan. Tämä asettaa haasteita vastuulliselle luotonannolle sekä kuluttajan aseman turvaamiselle muuttuvilla markkinoilla. Kuluttajien velkaantumista hillitään parhaiten ennalta estävällä toiminnalla.

EU:n uusi kulutusluottodirektiivi selkeyttää eri kulutusluottojen ehtojen vertailua. Direktiivi pannaan täytäntöön vuoteen 2010 mennessä.

Vastuutaho: OM

Oikeusministeriön asettama työryhmä valmistelee pikaluottoihin liittyvän lainsäädännön muuttamista. Tavoitteena on poistaa pikaluottojen tarjonnassa esiintyneitä ongelmia. Määräaika 30.11.2008.

Vastuutaho: OM

Sosiaalinen luototus tarjoaa mahdollisuuden saada kohtuuehtoista luottoa myös niille, joille ei siihen pienituloisuutensa tai vähävaraisuutensa vuoksi ole muuten mahdollisuutta ja joilla on kyky suoriutua luoton takaisinmaksusta. Sosiaalinen luototus ehkäisee siten taloudellista syrjäytymistä ja ylivelkaantumista sekä edistää henkilön ja perheen itsenäistä suoriutumista. Edistetään sosiaalisen luototuksen käyttöönottoa ja siihen liittyvää taloudellista neuvontaa ja ohjausta kattavasti koko maassa.

Vastuutaho: STM

Talousvalistusta tehostetaan. Taloudenhallinnan neuvottelukunta koordinoi talousvalistusta ja -neuvontaa. Neuvottelukunnan määrärahoja pyritään lisäämään. Valistusta kohdennetaan myös nuorille sekä kouluille.

Vastuutahot: TEM, OPM

3.5 Kuluttajan asema tietoyhteiskunnassa

Sähköisiä viestintäverkkoja käytetään yhä enemmän kaupankäynnin ja markkinoinnin välineenä, sopimusten teossa sekä maksunvälityksessä. Kuluttaja-kaupan säännökset ja kuluttajan tiedontarpeet ovat samat välineestä riippumatta. Tietoyhteiskunnassa tarvitaankin selkeitä pelisääntöjä siihen, kuinka kuluttajien oikeuksia voidaan sähköisessä ympäristössä parhaiten toteuttaa. Markkinoiden toimivuuden kannalta on olennaista, että kuluttajan oikeudet osataan ottaa huomioon ja hyödyntää jo uusien liiketoimintamallien ja ansaintalogiikoiden suunnittelussa. Uudet kaupankäynnin muodot saattavat sisältää tietoturvariskejä, jotka kuluttajan on hyvä tunnistaa ja kyetä välttämään. Erityistä huomiota on kiinnitettävä lasten ja erityisryhmien asemaan tietoyhteiskunnan palveluiden käyttäjinä. Esi-merkiksi tärkeää on alaikäisen asiakkaan tunnistaminen, muun muassa, että luotonantaja tunnistaa lainanhakijan ja että varmistetaan, etteivät alaikäiset pääse te-

kemään sellaisia sopimuksia, joita heillä ei lainsäädännön mukaan ole oikeutta tehdä. Erityistä huomiota on kiinnitettävä myös arkaluonteiseen tietoon.

Työ- ja elinkeinoministeriö laatii yhteistyössä liikenne- ja viestintäministeriön, Viestintäviraston ja Kuluttajaviraston kanssa toimenpideohjelman kuluttajan aseman parantamiseksi viestintäpalveluiden tarjonnassa. Hanke käynnistetään vuoden 2008 aikana.

Vastuutaho: TEM, LVM, OM

3.6 Suojelua tarvitsevat ryhmät, kuten lapset ja nuoret

Uusi teknologia tuo uudenlaisia mainonnan, markkinoinnin ja kaupankäynnin välineitä ja mainontaa kohdennetaan entistä enemmän lapsille ja nuorille. Nämä myös osaavat usein käyttää aikuisia paremmin uusia sähköisiä välineitä. Alaikäisillä on kuitenkin aikuisia rajoitetummat kyvyt ja mahdollisuudet tehdä päätöksiä ja sopimuksia. Myös ikääntyneet ja maahanmuuttajat saattavat tarvita erityistä suojelua. Ikääntyvien ja maahanmuuttajien määrä lisääntyy, joten erilaisten palveluiden ja uudenlaisten toimintamallien kehittämisen tarve kasvaa. Sähköinen asiointi tukee ihmisten hyvinvointia, mutta on haastava erityisesti ikääntyneille.

Lapset tarvitsevat aikuisten läsnäoloa ja tukea median käytössä sekä erilaisia aika- ja sisältörajoituksia kehitysasteensa mukaisesti. Vanhemmat kaipaavat ammattilaisten tukea mediakasvatustyössään. Myös asennekasvatuksella on merkittävä asema parannettaessa vanhempien tietoja lastensa arkisesta mediakäytöstä.

Selvitetään lapsiin ja nuoriin kohdistuvaa markkinointia ja markkinoinnin menettelytapoja. Arvioidaan vuoden 2009 elokuun loppuun mennessä sääntelyn ja suositusten riittävyttä lasten suojelemiseksi niin kuluttajansuojan kuin terveyden kannalta.

Vastuutahot: TEM, OPM, OM

3.7 Julkiset palvelut ja kuluttajansuoja

Palvelumallien uudistuessa on noussut esiin kysymys julkisten ja yksityisten palvelujen rajanvedosta ja kuluttajaoikeuden periaatteiden soveltamisesta myös julkisiin palveluihin. Huomioon otettavia näkökohtia ovat palvelujen saatavuuden ja

jatkuvuuden varmistaminen, palvelun sisällön ja laadun määrittely, riittävien tietojen tarjonta kielilainsäädännön edellyttämällä tavalla, markkinoinnin asianmukaisuus, sopimusehtojen kohtuullisuus, kohderyhmän erityispiirteiden tunnistaminen, oikaisu ja hyvitys virhetilanteissa sekä sopimuskumppanin määrittely.

Asetetaan työryhmä, jonka tehtävänä on selvittää vuoden 2010 loppuun mennessä, miten kuluttajaoikeuden periaatteiden toteutuminen voidaan turvata myös julkisissa palveluissa.

Vastuutaho: OM ja muut ministeriöt

3.8 Kuluttaja-asioita koskevan liiketoimintaosaamisen kehittäminen

Kuluttajaviraston on annettava elinkeinonharjoittajille tietoa soveltamansa lainsäädännön sisällöstä ja soveltamiskäytännöstä. Tätä tehtävää täyttävät mm. ala- ja aihekohtaiset linjaukset, joiden tarkoituksena on auttaa yrityksiä noudattamaan kuluttajaoikeudellisia säännöksiä eri käytännön tilanteissa. Tärkeä merkitys on myös elinkeinoelämän itsesääntelyllä, joka esimerkiksi hyvin toimintamallien avulla voi edistää linjausten noudattamista ja toimivuutta. Viranomaisohjeistus ja itsesääntely täydentävät toisiaan.

Yritykset, jotka panostavat kuluttajalaatuun, menestyvät paremmin. Kuluttajanäkökulma tulee nähdä keinona parantaa asiakaspalvelua. Kuluttajakaupan säännökset auttavat saamaan asiakaspalveluprosessia sujuvammaksi ja minimoimaan taloudellisia riskejä.

Viranomaisten ja elinkeinoelämän yhteistyönä tarkastellaan vuoteen 2009 mennessä Kuluttajaviraston linjauksia tarvittavilta osin.

Vastuutahot: TEM, OM

Yrittäjille suunnatuissa neuvontapalveluissa kiinnitetään entistä paremmin huomiota myös kuluttajakaupan kysymyksiin. Kuluttajavirasto kehittää verkkopalvelujaan siten, että niitä voidaan hyödyntää yritysneuvonnan palveluissa ja yritysten liiketoimintaosaamista tukevilla hankkeissa. Aineisto lisätään myös vuoden 2008 aikana yrittäjille suunnattuun YritysSuomi.fi -portaaliin.

Vastuutaho: Kuluttajavirasto

3.9 Elintarvikkeista annettavan informaation kehittäminen

Kuluttajat pitävät keskeisenä ongelmana elintarvikkeiden nykyisissä pakkausmerkinnöissä tietojen huonoa näkyvyyttä ja epäselvyyttä. Kuluttajat haluavat tehdä valintoja terveyteen ja hyvinvointiin liittyvien seikkojen lisäksi myös muun muassa eettisiin perusteisiin. Monet kuluttajat ovat myös kiinnostuneita elintarvikkeiden alkuperästä, elintarvikkeiden tuotanto-olosuhteista sekä muun muassa siitä, onko tuotteessa käytetty muuntogeenistä aineista. Kuluttajat eivät muodosta yhtenäistä joukkoa vaan koostuvat monista pienemmistä ryhmistä, joilla on omat tarpeensa ja mieltymyksensä.

Euroopan komission on antanut ehdotuksen Euroopan parlamentin ja neuvoston asetukseksi elintarvikkeita koskevien tietojen antamisesta kuluttajille. Suomi vaikuttaa aktiivisesti tämän yhteisö-säädöselähdotuksen käsittelyyn kuluttajalle annettavan informaation näkyvyyden ja selvyyden parantamiseksi sekä elintarvikkeiden alkuperän ilmoittamista koskevien vaatimusten täsmentämiseksi.

Tuotantotapaan liittyvien tietojen osalta selvitetään vuoden 2009 loppuun mennessä mahdollisuuksia antaa kuluttajille erityisesti ostopöytätilanteessa tietoa myös muilla tavoin kuin pakkausmerkinnöissä.

Vuonna 2009 järjestetään yhteistyössä elintarvikevalvontaviranomaisten, kuluttaja- ja neuvontajärjestöjen ja toimijoiden kanssa kampanja, jossa rohkaistaan ja opastetaan kuluttajia hyödyntämään elintarvikkeiden pakkausmerkintöjä ja antamaan palautetta puutteellisista merkinnöistä.

Vastuutahot: MMM ja Elintarviketurvallisuusvirasto

3.10 Lääkkeitä koskeva informaatio

Kuluttajat tarvitsevat luotettavaa ja laadukasta lääkkeitä koskevaa tietoa. Kuluttajien haasteena on tiedon runsaus eri medioissa ja tiedon luotettavuuden, puolueettomuuden ja asiallisuuden arviointi.

Komissio valmistelee esitystä, jolla lääketeollisuudelle annettaisiin mahdollisuus antaa informaatiota potilaille. Jos esitys annetaan, tulee tällainen informaatio rajata tiukasti. Lääkemarkkinointi ja jo olemassa oleva lääkkeiden piilomarkkinointi edellyttävät tehokasta valvontaa ja

kuluttajien informointia, jotta vältetään turhaa reseptilääkkeiden käyttöä ja voidaan hillitä lääkekustannusten kasvua.

Kuluttajan valmiuksia lääketiedon arvioinnissa tulee edistää ja vahvistaa terveydenhuollon ja farmasian alan ammattilaisten roolia lääketiedon jakajina lääketurvallisuuden vahvistamiseksi.

Olemassa olevia yhteisön lääke- ja terveystoimintoja tulee lääkkeitä koskevan tiedon osalta kehittää.

Vastuutahot: STM ja Lääkelaitos

3.11 Suomen kuluttajapoliittiset tavoitteet EU:ssa

EU:n kuluttajapoliittiset toimenpiteet perustuvat komission usealle vuodelle vahvistettuun kuluttajapoliittiseen strategiaan, sitä täydentäviin Euroopan parlamentin ja neuvoston päätelmiin sekä komission vuosittaisiin työohjelmiin. Jäsenvaltioilla on mahdollisuus vaikuttaa näihin asiakirjoihin aloitteillaan ja kannanotoillaan.

Edunvalvontaa EU:n toimielimissä tehostetaan. Suomen nykyinen kuluttajansuojan korkea taso on pystyttävä säilyttämään ja kuluttajan aseman turvaaminen on otettava huomioon kattavasti EU:n eri lainsäädäntösektoreilla. Vuonna 2009 asetettavan uuden komission kuluttajapoliittisiin linjauksiin vaikuttamiseksi valmistellaan Suomen tavoitteet EU:n kuluttajapolitiikan kehittämiseksi.

Vastuutahot: TEM, OM

3.12 Kuluttaja- ja muut kansalaisjärjestöt kuluttajapolitiikassa

Vahva kuluttajaliike kansallisella tasolla on tärkeää hyvin toimiville kansallisille markkinoille. Tämän vuoksi kuluttaja- ja kansalaisjärjestöille on turvattava riittävät toimintamahdollisuudet. Näin voidaan myös edistää Suomen kansallisen kuluttajaliikkeen edustajien mahdollisuuksia toimia tehokkaasti EU:n kuluttajaliikkeessä. Kuluttajajärjestöjen kautta kuluttajat voivat vaikuttaa sekä kansalliseen että EU:n kuluttajapolitiikkaan. Myös muiden kuin varsinaisten kuluttajajärjestöjen kuluttajia koskeva valistus- ja tiedotustoiminta on lisääntynyt. Myös aktiivisten, uutta synnyttävien kuluttajaryhmien rooli on merkittävä. Järjestöjen kautta on

mahdollisuus myös luoda yhteyksiä ja tehdä yhteistyötä muiden maiden kuluttajajärjestöjen kanssa.

Kuullaan kuluttaja- ja kansalaisjärjestöjä asioiden valmistelussa sekä varmistetaan järjestöjen osallistuminen asiaankuuluviin ryhmiin. Kuluttajajärjestöille turvataan vähintään nykyisen suuruinen rahoitus.

Selvitetään järjestöjen kuluttajatiedonlisäämiseen tähtäävien hankkeiden ja projektien rahoituslähteet.

3.13 Kuluttajahallinnon kehittäminen

Kuluttajatutkimuskeskus:

Valtioneuvosto teki kesällä 2007 periaatepäätöksen sektoritutkimuksen kehittämisestä.

Tavoitteena on luoda toimintamalli ministeriöiden yhteiselle sektoritutkimukselle tutkimusohjelmakokonaisuuksia muodostamalla. Ministeriöt ohjaavat hallinnonalansa tutkimusorganisaatioita niin, että tuottajayhteisö vahvistuu ja koko tutkimusjärjestelmän toiminnan tuloksellisuus paranee. Myös sektoritutkimuksen rakenteellinen uudistaminen on valmisteilla.

Kuluttajatutkimuskeskuksen asemaa soveltavaa tutkimusta tekevänä laitoksena tulee tarkastella osana talous-, ympäristö- ja innovaatiotutkimusta sekä kehittää kokonaisvaltaisesti osana kuluttajahallintoa.

Kuluttajatutkimuksen asemaa turvataan. Kuluttajatutkimuksen asemaa selvitetään erikseen vuonna 2008 tehtävän sektoritutkimuksen valossa.

Vastuutaho: TEM

Kuluttajahallinnon ja -tutkimuksen yhteistyötä tiivistetään erityisesti mm. uusien tuotteiden ja palveluiden käyttöönottoon ja teknologian ja kuluttajien toiminnan yhteiskehitykseen liittyvissä asioissa.

Vastuutahot: TEM, Kuluttajatutkimuskeskus, Kuluttajavirasto

Kuluttajaneuvonta:

Kunta- ja palvelurakennemuutoksesta annetun lain mukaan kuluttajaneuvonta siirretään kunnilta valtion järjestettäväksi ja rahoitettavaksi vuoden 2009 alusta. Tavoitteena on kuluttajalle selkeä ja toimiva malli.

Kuluttajaneuvonnan tultua valtiollistetuksi selvitetään vuoteen 2010 mennessä neuvontajärjestelmän edelleen tehostamista.

Vastuutaho: TEM

Talous- ja velkaneuvonta:

Laki talous- ja velkaneuvonnasta tuli voimaan vuonna 2000. Lääninhallitukset tekevät kuntien tai muun palvelun tuottajan kanssa sopimukset neuvonnan järjestämisestä ja valtio rahoittaa neuvonnan järjestämistä.

Asetetaan selvitysmies tekemään kokonaisarvio talous- ja velkaneuvonnan toimivuudesta ja kehittämistarpeista vuoden 2008 loppuun mennessä. Samalla arvioidaan, miten talous- ja velkaneuvonnan vaikuttavuutta voidaan parantaa. Yhtenä vaihtoehtona selvityksessä tulee olla talous- ja velkaneuvonnan yhdistäminen kuluttajaneuvontaan tai johonkin muuhun olemassa olevaan järjestelmään.

Vastuutaho: TEM

Markkinavalvonta/Tuoteturvallisuuslainsäädäntö:

Suuri osa tuotteiden ja palvelusten markkinavalvonnasta toteutetaan Kuluttajavirastossa ja Turvatekniikan keskuksessa. Markkinavalvonnan kansallinen koordinointi kuuluu työ- ja elinkeinoministeriölle.

Tuoteturvallisuuslainsäädännön tehostamista ja selkeyttämistä selvitetään työ- ja elinkeinoministeriön työryhmässä vuoden 2008 aikana.

Vastuutaho: TEM

Asetetaan työryhmä, joka selvittää vuoden 2009 loppuun mennessä markkinavalvonnan ja siihen liittyvän lainsäädännön valmistelun organisointia ja kehittämistarpeita työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla. Lisäksi selvitetään koko valtioneuvonhallinnossa eri markkinavalvonnasta vastaavien viranomaisten välistä koordinointia ja työnjakoa.

Vastuutaho: TEM

4 Seuranta

Kuluttajapoliittista ohjelmaa johtaa ja koordinoi kuluttaja-asioista vastaava työ- ja elinkeinoministeriö. Työ- ja elinkeinoministeriöön on perustettu sisämarkkina- ja kuluttajapolitiikan ryhmä. Ryhmän keskeisenä tehtävänä on pyrkiä varmistamaan, että markkinoiden toimivuutta kehitettäessä kuluttajan asema markkinoilla tulee aina huomioitua ja että kuluttajanäkökulma otetaan huomioon kaikessa lainsäädäntö- ja hallintotyössä.

Kuluttaja-asiain neuvottelukunta seuraa ohjelman toteutumista sekä toimii eri tahojen verkostoitumisen edistäjänä. Työ- ja elinkeinoministeriö asettaa virkamiehistä koostuvan ohjelman johtoryhmän. Johtoryhmä vastaa ohjelman toteutuksen seurannasta. Johtoryhmä raportoi puolivuositain kuluttaja-asiain neuvottelukunnalle.

Kuluttajapoliittisen ohjelman toteutumisesta ja kuluttajapolitiikan tilasta annetaan kertomus vuonna 2010.

Konsumentpolitiskt program för åren 2008–2011

Förord

Statsrådet har den 15 maj 2008 fattat ett principbeslut om det konsumentpolitiska programmet för åren 2008–2011. Programmet ingår i regeringsprogrammet.

Arbets- och näringsministeriet (och dessförinnan handels- och industriministeriet) svarade för utarbetandet av programmet. I samband med beredningen har ändringarna i konsumenternas omvärld, de erfarenheter som gjorts av genomförandet av tidigare program samt riktlinjerna för det konsumentpolitiska program för åren 2007–2013 som godkänts i EU tagits i beaktande.

Programmet innehåller en överblick över verksamhetsmiljön, konsumentpolitikens mål samt konkreta konsumentpolitiska åtgärder för åren 2008–2011.

Genomförandet av programmet sker under ledning och styrning av arbets- och näringsministeriet. Delegationen för konsumentärenden, som verkar i anslutning till ministeriet, följer med hur programmet genomförs samt främjar nätverksbildningen mellan olika parter. Arbets- och näringsministeriet har tillsatt en ledningsgrupp för programmet. Ledningsgruppen består av tjänstemän och svarar för uppföljningen av hur programmet genomförs. Ledningsgruppen rapporterar halvårsvis till delegationen för konsumentärenden.

Konsumentpolitiskt program för åren 2008–2011

I regeringsprogrammet för statsminister Matti Vanhanens andra regering konstateras att ett nytt konsumentpolitiskt program utarbetas för åren 2008–2011. I beredningen av programmet beaktas förändringarna i konsumenternas omvärld, erfarenheterna av det nuvarande programmet samt riktlinjerna för den konsumentpolitiska strategi för åren 2007–2013 som godkänts i EU.

Konsumentfrågorna är mycket omspännande och de behandlas inom många olika politikområden. Arbets- och näringsministeriet svarar för konsumentpolitiken. Justitieministeriet svarar i första hand för beredningen av konsumentskyddslagstiftningen. I anslutning till arbets- och näringsministeriet verkar en delegation för konsumentärenden, en delegation för ekonomihantering och en produktsäkerhetsdelegation. Konsumentförvaltningen omfattar Konsumentverket/konsumentombudsmannen, Konsumentforskningscentralen och konsumenttvistenämnden. Den sistnämnda tillhör justitieministeriets förvaltningsområde.

1 En verksamhetsmiljö under förändring

När konsumentpolitiska mål uppställs är det viktigt att identifiera de viktigaste faktorer bakom förändringarna i omvärlden som har betydelse för konsumenternas välfärd. Gamla rutiner bör ses över.

En av de viktigaste faktorerna är kampen mot klimatförändringar vilket ofta ställer konsumenterna inför situationer med nya krav och val. EU:s klimatpolitik förutsätter en betydlig minskning av växthusgasutsläppen från trafiken, boendet och jordbruket under de kommande åren.

Främjandet av hållbara produktions- och konsumtionsmönster har blivit en av de mest fundamentala faktorerna när det gäller att vidmakthålla välfärden. Miljökonsekvenserna av produktionen av konsumtionsvaror uppstår som en följd av globala produktionskedjor i en allt större utsträckning utanför Finland och Europa. Den största miljöbelastningen från hushåll förorsakas av boendet, transporterna och måltiderna. Måttlig konsumtion minskar slöseriet med naturresurser.

En förutsättning för konsumenternas välfärd är att det finns en välfungerande marknad där konsumenternas säkerhet och valmöjligheter samt tillgången och kvaliteten på produkter och tjänster säkerställs. För att konsumenterna ska kunna dra nytta av valfriheten krävs att de till sitt förfogande har tillräcklig information om t.ex. de ekonomiska risker som är förenade med produkterna.

Konsumenternas välfärd kan tryggas endast i ett interaktivt och öppet samhälle där konsumenterna kan lita på att samhället är säkert och välfungerande. Konsumenten själv har en ansvarsfull roll i tryggandet av sin egen välfärd. Konsumenternas möjligheter till inflytande har inte utnyttjats fullt ut. Deras val styr också utvecklingen av tjänster och produkter och därigenom tillkomsten av innovationer samt effektiviteten.

Trots att den inre marknaden inom EU i många avseenden är integrerad, fungerar dock konsumentmarknaderna till stora delar ännu inom de nationella gränserna. När det gäller särskilt marknaden för tjänster kan man dock förvänta sig en integrering av marknaderna vilket torde leda till en diversifiering av tjänsteutbudet. När nya aktörer träder in och nya produkter släpps ut på marknaden framhävs behovet att stärka konsumenternas förtroende samt företagets kunnande och konkurrenskraft.

De viktigaste förändringsfaktorer som inverkar på den finländska konsumentens liv har att göra med marknadernas internationalisering, ekonomiska risker, utvecklingen mot ett informationssamhälle, kvaliteten på offentliga tjänster, säkerhets- och miljöfrågorna samt etiska frågor.

Konsumtionsstrukturen förändras och nyttigheterna blir mer komplicerade. Antalet ålderstigna ökar och flyttningsrörelsen från landsbygden till tillväxtcentra fortsätter. Också antalet invandrare stiger och den kulturella mångfalden ökar. Detta skapar tryck framför allt i fråga om tillgången till tjänster och säkerställandet av konsumenternas välfärd. Den starkt ökande efterfrågan på välfärdstjänster är en viktig faktor i serviceverksamheten. De offentliga tjänsterna produceras i allt större omfattning av privata organisationer. Denna utveckling tycks fortsätta också inom den närmaste framtiden.

Den pågående teknologiska utvecklingen innebär en betydlig ändring av samhället, dess sätt att fungera och processerna. Fastän informations- och kommunikationstekniken i mångt och mycket kan underlätta konsumenternas vardag, kan de dock ha svårigheter att anpassa sig till den i allt mer teknikberoende omvärlden. Servicen inom den offentliga sektorn tillhandahålls i allt större utsträckning i elektronisk form via Internet och beroendet av informations- och kommunikationstekniken ökar inom olika sektorer. Också handeln och den service som tillhandahålls av den privata sektorn baserar sig i allt större utsträckning på användning av informations- och kommunikationsteknik. I takt med att befolkningen åldras uppstår dessutom behov av ny teknik och nya tjänster som hjälper den att klara av vardagen. Användningen av nätverk och elektroniska tjänster ger upphov till massor av identifikations- och personuppgifter som ska skyddas vilket gör att betydelsen av konsumentskydd framhävs. Dessutom behöver konsumenterna bättre kunskaper i datateknik och ökad medvetenhet om datasäkerhet. Detta gör också att betydelsen av näringsidkarnas ansvar och tillräckliga kommunikations- och informationsinsatser ökar.

Också barn och ungdomar köper allt fler saker och tjänster. Omfattningen av reklam och övriga kommersiella budskap som riktas till dem är mycket stor. Eftersom barn är mer mottagliga för kommersiella budskap än vuxna, framhävs betydelsen av mediekunskap och stärkandet av den. Det speciella behovet att skydda barnen kräver särskild uppmärksamhet från både näringsidkarnas och myndigheternas sida.

Den lagstiftning som reglerar näringsverksamheten och marknadsfunktionen baserar sig redan nu i mycket stor utsträckning på EU:s rättsakter. Detta gäller framför allt lagstiftningen om produktionen och utsläppandet på marknaden av varor men också i allt högre grad tjänsterna. Således måste konsumentaspekten framhävas i olika situationer där beslut fattas. Detta gäller både det egna landet och internationellt.

2 Målen för konsumentpolitiken

Konsumentpolitikens grundläggande uppgift är att säkerställa att nivån på konsumentskyddet i Finland är hög. Konsumenterna ska kunna lita på att de kan utöva sina rättigheter. Utöver den lagstiftning som reglerar konsumenternas rättsskydd spelar en effektiv tillsyn en viktig roll. Också näringslivets kunnande och självreglering spelar en central roll liksom även de rådgivnings-, medlings- och tvistlösningsförfaranden som konsumenterna har till sitt förfogande. Myndighetstillsynen och näringslivets egenkontroll ska fungera väl och vara effektiva.

Konsumentpolitiken ska främja hållbara produktions- och konsumtionsmönster. Konsumenten kan genom sina inköpsbeslut och val inverka på utbudet av produkter på marknaden och på produktutvecklingen. Konsumenterna uppmuntras att delta i utvecklandet av miljövänliga innovationer och nya sociala lösningar. På detta sätt kan slöseriet med naturresurser och växthusgasutsläppen minskas och det blir möjligt att sörja för de svagaste i samhället.

Genom konsumentpolitiska åtgärder säkras välfungerande och trygga marknader samt offentliga tjänster. Konsumenterna tillförsäkras en tillräcklig kunskapsbas och färdigheter för att kunna verka på en marknad som är stadd i utveckling. Särskild uppmärksamhet bör fästas vid de mest utsatta grupperna av konsumenter. Barnen har rätt till särskilt skydd också på det konsumentpolitiska området. I regleringen bör hänsyn tas till de särskilda aspekter som hänför sig till barnens och ungdomarnas ålder och utvecklingsnivå.

Konsumentaspekten beaktas inom samtliga politikområden som har relevans i sammanhanget.

En välfungerande konsumentpolitik förutsätter ett aktivt samarbete mellan myndigheterna, näringslivet samt konsument- och medborgarorganisationerna. Samarbetet ska syfta till att näringsidkarna och de offentliga aktörer som tillhandahåller tjänster i sin verksamhet beaktar kundaspekten och att uppmärksamhet fästs särskilt vid behoven hos de svagaste konsumentgrupperna i samhället. Näringsidkar-rådgivningen har en stor betydelse också med tanke på genomförandet av principerna om ansvarsfull handel.

Realisering av konsumentpolitiken och uppföljning av marknadsutvecklingen förutsätter att man har tillräcklig kunskapsbas till sitt förfogande. Konsumentforskningen har en viktig roll i detta sammanhang.

De bestämmelser och anvisningar som inverkar på konsumenternas ställning ska vara tydliga. De ska trygga konsumenternas ställning och samtidigt möjliggöra en

effektiv funktionering av marknaden. En balans mellan dessa är ytterst viktig när konsumenten använder sådana tjänster som kräver specialkunskaper.

Konsumenterna ska ha tillgång till mångsidig konsumentinformation av hög kvalitet för att de ska kunna skaffa tillräckliga kunskaper om alternativen på marknaden, också med tanke på hållbar utveckling. I fråga om livsmedel behöver konsumenterna tillförlitlig och begriplig information. Åskådliga modeller och användarvänliga verktyg ska utvecklas för att konsumenterna på ett tillförlitligt sätt ska kunna bedöma miljökonsekvenserna av den egna konsumtionen. Produktutvecklingen och utvecklingen av tjänster ska utgå från förståelsen för och beaktandet av konsumenternas behov.

Intressebevakningen vid EU:s institutioner effektiviseras eftersom detta har en stor betydelse med tanke på de konsumentpolitiska målen. Konsumenterna bör kunna ha förtroende för samtliga produkter som rör sig på den inre marknaden – för både dem som härstammar från EU och dem som härstammar från tredje länder. Genom intressebevakningen i EU och nationella åtgärder bör man säkerställa att integrationen av den inre marknaden gagnar konsumenterna.

Konsumentpolitiken och de nationella åtgärderna har betydelse för både konsumenternas välfärd och företagets konkurrenskraft.

För att marknaderna ska fungera väl krävs en fungerande konkurrens- och konsumentpolitik som kompletterar varandra. Målet för konkurrens- och konsumentpolitiken är att säkerställa att marknaden fungerar effektivt och att effektivitetsfördelarna fördelas jämnt mellan parterna på marknaden. Konkurrenten bör främjas i allmänhet och i synnerhet inom de servicesektorer som är av central betydelse, vilket gagnar särskilt konsumenterna.

För att målen för programmet ska kunna nås genomförs följande åtgärder och projekt under åren 2008–2011. De genomförs inom de ramar för statsfinanserna som statsrådet fastställt och genom omallokering av resurserna vid behov.

3 Konsumentpolitiken 2008–2011

3.1 Mot hållbar konsumtion

Handlingsprogrammet för hållbar konsumtion och produktion innehåller centrala konsumentpolitiska mål och projekt. Konsumenterna måste ges korrekt och relevant information samt åskådliga verktyg för att de ska kunna fatta hållbara konsumtionsbeslut. Det är också viktigt att produktionen och produktutvecklingen styrs i en riktning som stöder den hållbara konsumtionen och servicen. En så hög materialevektivitet som möjligt eftersträvas genom främjande av tillkomsten av konkurrenskraftiga produkter och tjänster med minskande materiella insatser så att de skadliga effekterna minskar under deras hela livscykel. Hållbar konsumtion inbegriper också produktionen i ett globalt perspektiv – miljökonsekvenserna uppstår i allt högre grad utanför Europa och det är svårt att bedöma arbetsförhållandena och etiken inom produktionen.

Information, kommunikation och kampanjer kring material- och energieffektivitet som riktas till konsumenterna samt utvecklande av åskådliga modeller och användarvänliga verktyg främjas. Fler resurser inriktas på ökning av konsumenternas medvetenhet. Utvecklande av sådana märkningar som ger information om produktens miljövänlighet och klimatpåverkan understöds.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, miljöministeriet, Motiva Oy

Konsumentverket betonar kriterierna för hållbar konsumtion i jämförande tester på nyttigheter och i samband med andra utredningar. Användningen av miljöpåståenden och etiska påståenden i marknadsföringen görs föremål för särskild tillsyn.

Ansvarig instans: Konsumentverket

Det arbete inom ramen för både det nordiska och det europeiska miljömärkningssystemet som handlar om fastställande av kriterier utnyttjas på ett bättre sätt än tidigare i Europeiska unionens lagstiftning om energi- och materialevektivitet och utnyttjande av synergifördelarna säkerställs.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, Säkerhetsteknikcentralen, Finlands Standardiseringsförbund SFS rf

3.2 Innovationer som tillkommer på konsumenternas initiativ

Människorna uttrycker sig själva och sina åsikter genom konsumtion. Konsumenterna uttrycker sina farhågor t.ex. om miljöns tillstånd genom att köpa eller att låta bli att köpa. Numera är konsumenterna inte längre enbart förbrukare av varor och tjänster utan de påverkar utvecklandet och produktionen av varor och tjänster. Företagen har ju numera också bättre möjligheter än tidigare att lyssna på konsumenterna och godkänna dem som partner redan i det skede då produkter utvecklas. I och med att användarna deltar i utvecklandet är det möjligt att producera bättre produkter och tjänster för marknaden.

Människans möjligheter att utöva inflytande över sitt eget liv är en väsentlig del av välfärden. I de nya visionerna om hur välfärdssamhället ska utvecklas bör medborgarna i en större utsträckning än tidigare tas med i produktionen av tjänster. Samtidigt bör medborgarna också åta sig ett större ansvar för sitt liv och sina gärningar.

Konsumenternas insatser i utvecklandet och utvärderingen av tekniken ökas. Verktyg utvecklas i syfte att säkerställa bättre funktion av systemen för kundrespon.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, Konsumentforskningscentralen

3.3 Tjänster som tillhandahålls över gränserna och sättande ikraft av direktivet om tjänster på den inre marknaden

Ikraftträdandet av direktivet om tjänster på den inre marknaden innebär att nya tjänsteleverantörer kommer in på marknaden. Konsumenterna får nya alternativ att välja emellan. Samtidigt framhävs också behovet att vägleda konsumenter och företag i fråga om iakttagande av sådana normer om konsumentskydd som gäller tjänster. Nya tillsynsmetoder krävs av myndigheterna som följd av att tillståndsförfarandena har förenklats och anmälnings- och registreringskyldigheterna lättats. Genom tillsyn och information går det att säkerställa att serviceföretagen i sin verksamhet och kundbetjäning följer den gällande konsumentlagstiftningen.

Vid sättandet i kraft av direktivet om tjänster på den inre marknaden säkerställs att den finländska konsumentens ställning som köpare inte för-

svagas och att konsumenterna får korrekt information om tjänsterna och dem som tillhandahåller tjänster.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet och övriga ministerier

3.4 Konsumenters skuldsättning innebär en gemensam utmaning

Många slags nya kreditformer, som delvis är ganska komplicerade, förekommer numera på marknaden. Skuldsättningen bland konsumenterna tycks fortsätta. Detta innebär utmaningar i fråga om ansvarstagande kreditgivning samt tryggande av konsumenternas ställning på en föränderlig marknad. Det bästa sättet att stävja skuldsättningen av konsumenter är förebyggande verksamhet.

EU:s nya direktiv om konsumentkrediter underlättar jämförelsen av villkoren för olika konsumentkrediter. Direktivet ska genomföras före år 2010.

Ansvarig instans: justitieministeriet

En arbetsgrupp som tillsatts av justitieministeriet bereder en ändring av lagstiftningen om snabblån. Målet är att eliminera problem som förekommit i samband med marknadsföringen av snabblån. Mandattiden löper ut 30.11.2008.

Ansvarig instans: justitieministeriet

Sociala lån innebär en möjlighet att få kredit på skäliga villkor också för dem som inte tidigare har haft någon möjlighet därtill på grund av låga inkomster eller medellöshet och som är kapabla att återbetala krediten. Sociala lån förebygger således ekonomisk utslagning och hög skuldsättning samt främjar individers och familjers förmåga att klara sig på egen hand. Införandet av sociala lån och ekonomisk rådgivning och vägledning i anslutning därtill främjas på ett täckande sätt i hela landet.

Ansvarig instans: social- och hälsovårdsministeriet

Den finansiella utbildningen effektiviseras. Delegationen för ekonomihantering är samordnare i fråga om ekonomisk fostran och rådgivning.

En höjning av anslaget för delegationen eftersträvas. Information riktas också till unga samt till skolor.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, undervisningsministeriet

3.5 Konsumentens ställning i informationssamhället

Elektroniska kommunikationsnätverk används i allt större utsträckning som hjälpmedel vid handel och marknadsföring, ingående av avtal samt betalningsförmedling. Reglerna för konsumentköp och konsumenternas informationsbehov är desamma oberoende av vilket medel som används. Informationssamhället behöver således klara spelregler om hur konsumenterna på bästa sätt kan utöva sina rättigheter i en elektronisk omgivning. Med tanke på en välfungerande marknad är det väsentligt att konsumenternas rättigheter kan beaktas och utnyttjas redan vid planeringen av nya affärsverksamhetsmodeller och nya sätt att tjäna pengar. De nya formerna av handel kan innebära risker i fråga om datasäkerhet vilka konsumenten bör kunna identifiera och undvika. Särskild uppmärksamhet bör fästas vid barns och specialgruppers ställning som användare av informationssamhällets tjänster. Det är t.ex. viktigt att identifiera minderåriga kunder, att kreditgivaren bl.a. identifierar den som ansöker om ett lån och försäkras sig om att minderåriga inte ingår sådana avtal som de enligt lagstiftningen inte har rätt att ingå. Särskild uppmärksamhet bör fästas också vid känslig information.

Arbets- och näringsministeriet utarbetar tillsammans med kommunikationsministeriet, Kommunikationsverket och Konsumentverket ett handlingsprogram för att förbättra konsumenternas ställning vid marknadsföringen av kommunikationstjänster. Projektet inleds under 2008.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet, kommunikationsministeriet, justitieministeriet

3.6 Grupper i behov av särskilt skydd såsom barn och unga

Ny teknik medför nya redskap i fråga om reklam, marknadsföring och handel, och reklamen riktar sig i allt större utsträckning direkt till barn och ungdomar. Dessa grupper kan också ofta använda nya elektroniska medier mycket bättre än vuxna.

Minderåriga har dock en mer begränsad förmåga och möjlighet att fatta beslut och ingå avtal än vuxna. Också äldre människor och invandrare kan vara i behov av särskilt skydd. Antalet äldre människor och invandrare stiger varför behovet att utveckla olika slags tjänster och verksamhetsmodeller av ny typ också ökar. Elektronisk kommunikation gagnar den sociala välfärden men innebär en stor utmaning särskilt för äldre människor.

Barn är i behov av vuxnas närvaro och stöd när de använder medier. De ska också ha olika slags begränsningar i fråga om tid och innehåll beroende på det utvecklingsstadium som de befinner sig på. Föräldrarna behöver stöd från sakkunniga när de lär barnen att använda medier på rätt sätt. Också attitydförändringen spelar en viktig roll när det gäller att förbättra föräldrarnas kunskaper om barnens dagliga användning av medier.

Marknadsföring som riktar sig till barn och unga samt de metoder som används i marknadsföringen utreds. En bedömning av huruvida regleringen och rekommendationerna är tillräckliga för att skydda barnen från både konsument- och hälsoskyddssynpunkt görs före utgången av augusti 2009.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, undervisningsministeriet, justitieministeriet

3.7 Offentliga tjänster och konsumentskyddet

I och med att tjänstemodellerna förnyas har frågan om gränsdragningen mellan offentliga och privata tjänster och om tillämpningen av de konsumenträttsliga principerna också på offentliga tjänster aktualiserats. Sådana aspekter som bör beaktas är säkerställande av tillgången på tjänster och kontinuiteten hos tjänsterna, fastställande av innehållet i och kvaliteten på tjänsterna, tillhandahållande av tillräcklig information på ett sätt som språklagstiftningen förutsätter, identifiering av särdragen hos de olika målgrupperna, rättelse och gottgörelse i de fall där ett fel har begåtts samt identifikation av avtalspartner.

En arbetsgrupp med uppgift att utreda frågan om säkerställande av genomförandet av de konsumenträttsliga principerna också i fråga om offentliga tjänster tillsätts. Arbetsgruppens mandat löper ut vid utgången av 2010.

Ansvarig instans: justitieministeriet och övriga ministerier

3.8 Utvecklande av affärsverksamhetskompetensen kring konsumentfrågorna

Konsumentverket ska ge näringsidkarna information om innehållet i och tillämpningspraxisen gällande den lagstiftning som verket tillämpar. Detta syfte tjänar bl.a. de sektors- och ämnesbundna riktlinjer som är ägnade att hjälpa företagen i efterlevnaden av konsumenträttsliga bestämmelser i olika praktiska situationer. Också självregleringen inom näringslivet spelar en viktig roll eftersom den t.ex. tillsammans med bästa praxis kan bidra till att riktlinjerna iakttas och att de fungerar. Myndighetsanvisningarna och självregleringen kompletterar varandra.

De företag som satsar på konsumentkvaliteten når större framgångar. Konsumentaspekten bör ses som ett sätt att förbättra kundservice. Bestämmelserna om konsumentköp bidrar till att göra kundserviceprocessen smidigare och att minimera de ekonomiska riskerna.

Konsumentverkets riktlinjer granskas till behövliga delar i samarbete med myndigheterna och näringslivet före år 2009.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, justitieministeriet

I de rådgivningstjänster som är riktade till företagarna fästs större uppmärksamhet än tidigare också vid sådana frågor som rör konsumentköp. Konsumentverket utvecklar sina nättjänster så att de kan utnyttjas för företagsrådgivning och projekt som stöder företagets affärskompetens. Under 2008 ska materialet placeras också i portalen YritysSuomi.fi som är riktad till företagarna.

Ansvarig instans: Konsumentverket

3.9 Utvecklande av informationen om livsmedel

Konsumenterna anser att det största problemet med de nuvarande påskrifterna på livsmedelsförpackningar är att texterna syns dåligt och är oklara. Konsumenterna vill träffa sina val också bl.a. på etiska grunder förutom grunder som har att göra med hälsa och välmående. Många konsumenter är också intresserade av livsmedlens ursprung, de förhållanden i vilka livsmedlen produceras samt bl.a. huruvida genetiskt modifierade organismer har använts i produkterna. Konsumenterna bildar inte en enda homogenisk grupp utan består av många små grupper med egna behov och intressen.

Europeiska kommissionen har framlagt ett förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om livsmedelsinformation till konsumenterna. Finland medverkar aktivt vid behandlingen av det aktuella förslaget till en gemenskapsbestämmelse i syfte att öka informationens synlighet och klarhet samt för att kraven på information om livsmedels ursprung ska bli preciserade.

I fråga om informationen om produktionssätt utreds före utgången av 2009 möjligheterna att ge konsumenterna information vid inköpstillfället också på något annat sätt än i förpackningspåskrifterna.

År 2009 ordnas i samarbete med livsmedelsmyndigheterna, konsument- och rådgivningsorganisationerna och de ekonomiska aktörerna en kampanj som uppmuntrar konsumenterna till och vägleder dem i utnyttjande av förpackningspåskrifterna och givande av feedback om bristfälliga påskrifter.

Ansvariga instanser: jord- och skogsbruksministeriet och Livsmedels-säkerhetsverket

3.10 Informationen om läkemedel

Konsumenterna är i behov av tillförlitlig läkemedelsinformation av hög kvalitet. Det rikliga informationsflödet i olika medier och svårigheten att bedöma hur tillförlitlig, opartisk och saklig informationen är innebär en stor utmaning för konsumenterna.

Kommissionen håller på att utarbeta ett förslag som skulle ge läkemedelsindustrin en möjlighet att lämna information till patienterna. Om förslaget kommer att framläggas ska omfattningen av sådan information avgränsas noggrant. Marknadsföringen av läkemedel och den existerande smygmarknadsföringen av dem kräver effektiv tillsyn och informerande av konsumenter i syfte att undvika onödig användning av receptbelagda läkemedel och att stävja ökningen av läkemedelskostnader.

Konsumenternas beredskap att bedöma läkemedelsinformationen ska främjas och den yrkeskunniga personalens roll som förmedlare av läkemedelsinformation inom hälso- och sjukvården och farmacin ska stärkas i syfte att upprätthålla läkemedelssäkerheten.

De existerande läkemedels- och hälsoportalerna inom gemenskapen ska utvecklas i fråga om läkemedelsinformation.

Ansvariga instanser: social- och hälsovårdsministeriet och Läkemedelsverket

3.11 Finlands konsumentpolitiska mål i EU

De konsumentpolitiska åtgärderna i EU grundar sig på en konsumentpolitisk strategi som kommissionen fastställt för flera år framåt och på Europaparlamentets och rådets slutsatser som kompletterar strategin samt på kommissionens årliga arbetsprogram. Medlemsstaterna har en möjlighet att påverka dessa dokument genom sina initiativ och ställningstaganden.

Intressebevakningen i EU:s institutioner effektiviseras. Den nuvarande höga nivån på konsumentskyddet i Finland måste kunna bibehållas och uppmärksamhet fästas vid tryggheten av konsumenternas ställning på ett täckande sätt inom de olika lagstiftningssektorerna i EU. Finland bereder mål för utvecklande av konsumentpolitiken i EU för att det ska vara möjligt för Finland att påverka de konsumentpolitiska riktlinjerna för den nya EU-kommissionen, som ska väljas år 2009.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, justitieministeriet

3.12 Konsumentorganisationer och andra medborgarorganisationer och konsumentpolitiken

En stark konsumentrörelse på den nationella nivån är viktig med tanke på en väl fungerande nationell marknad. Av denna anledning ska konsument- och medborgarorganisationerna tillförsäkras tillräckliga verksamhetsmöjligheter. Detta främjar också möjligheterna för den finska konsumentrörelsens företrädare att verka effektivt inom EU:s konsumentrörelse. Genom konsumentorganisationerna kan konsumenterna utöva inflytande över både den nationella konsumentpolitiken och Europeiska unionens konsumentpolitik. Också andra organisationer än de egentliga konsumentorganisationerna har ökat sin informationsverksamhet som är riktad till konsumenterna. Också aktiva grupper av konsumenter med nya idéer innehar en viktig roll. Genom organisationerna är det även möjligt att knyta kontakter och samarbeta med andra länders konsumentorganisationer.

Konsument- och medborgarorganisationerna hörs när ärenden bereds och organisationernas deltagande i relevanta arbetsgrupper säkerställs. Konsumentorganisationerna tillförsäkras finansiering på minst samma nivå som den nuvarande.

Källorna för finansiering av organisationernas projekt i syfte att öka konsumentinformationen och andra projekt utreds.

3.13 Utveckling av konsumentförvaltningen

Konsumentforskningscentralen

Sommaren 2007 fattade statsrådet ett principbeslut om att utveckla sektorsforskningen.

Målet är att skapa en verksamhetsmodell för ministeriernas gemensamma sektorsforskning i form av forskningsprogram som bildar helheter. Ministerierna styr forskningsorganisationerna inom sina respektive förvaltningsområden så att producentsammanslutningen stärks och resultatet för hela forskningssystemet förbättras. Också en strukturell reform av sektorsforskningen bereds.

Konsumentforskningscentralens ställning som en inrättning som bedriver tillämpad forskning ska granskas som en del av den ekonomiska forskningen, miljöforskningen och innovationsforskningen samt utvecklas i ett helhetsperspektiv som en del av konsumentförvaltningen.

Konsumentforskningens ställning tryggas. Konsumentforskningens ställning utreds skilt i ljuset av ett sektorsforskningsprojekt som genomförs år 2008.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet

Samarbetet mellan konsumentförvaltningen och konsumentforskningen intensifieras särskilt i frågor som rör bl.a. ibruktagande av nya produkter och tjänster och det gemensamma utvecklandet av teknik och konsumentverksamhet.

Ansvariga instanser: arbets- och näringsministeriet, Konsumentforskningscentralen, Konsumentverket

Konsumentrådgivning

Enligt lagen om en kommun- och servicestrukturreform övertar staten ansvaret för ordnandet och finansieringen av konsumentrådgivningen från kommunerna vid ingången av år 2009. Målet är att skapa en modell som ur konsumenternas synvinkel är klar och välfungerande.

Efter att konsumentrådgivningen förstatligats utreds möjligheterna att effektivisera rådgivningssystemet ytterligare före år 2010.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet

Ekonomi- och skuldrådgivning

Lagen om ekonomisk rådgivning och skuldrådgivning trädde i kraft år 2000. Rådgivningen har ordnats så att länsstyrelserna ingår avtal om organisering av rådgivning med kommunerna eller andra tjänsteproducenter, och de kostnader som försakats av produktion av tjänsten ersätts med statens medel.

En utredningsman tillsätts för att före utgången av år 2008 göra en övergripande bedömning av hur ekonomi- och skuldrådgivningen fungerar och om behovet att utveckla den. Samtidigt bedöms hur ekonomi- och skuldrådgivningens verkningsfullhet kan förbättras. Ett av de alternativ som granskas vid utredningen ska vara att ekonomi- och skuldrådgivningen slås ihop med konsumentrådgivningen eller införlivas i något annat existerande system.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet

Marknadskontroll/Produktsäkerhetslagstiftningen

En stor del av marknadskontrollen i fråga om varor och tjänster sker vid Konsumentverket och Säkerhetsteknikcentralen. Arbets- och näringsministeriet svarar för samordningen av marknadskontrollen på det nationella planet.

En arbetsgrupp vid arbets- och näringsministeriet ska under år 2008 utreda frågan om ökning av produktsäkerhetslagstiftningens effektivitet och klarhet.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet

En arbetsgrupp tillsätts för att före utgången av 2009 utreda hur marknadskontrollen och beredningen av lagstiftningen om den skulle kunna organiseras inom arbets- och näringsministeriets förvaltningsområde samt utvecklingsbehoven i anslutning därtill. Dessutom görs en utredning av samordningen av arbetet för och arbetsfördelningen mellan olika myndigheter med ansvar för marknadskontrollen inom hela statsförvaltningen.

Ansvarig instans: arbets- och näringsministeriet

4 Uppföljning

Genomförandet av det konsumentpolitiska programmet sker under ledning och styrning av arbets- och näringsministeriet, som ansvarar för konsumentfrågorna. En grupp för inre marknads- och konsumentpolitik har inrättats vid arbets- och näringsministeriet. En viktig uppgift för gruppen är att säkerställa att konsumenternas ställning på marknaden alltid beaktas när marknadsfunktionen utvecklas och att konsumentaspekten beaktas genomgående i lagstiftnings- och förvaltningsarbetet.

Delegationen för konsumentärenden följer med hur programmet genomförs samt främjar nätverksbildningen mellan olika parter. Arbets- och näringsministeriet tillsätter en ledningsgrupp för programmet vilken är sammansatt av tjänstemän. Ledningsgruppen svarar för uppföljningen av hur programmet genomförs. Ledningsgruppen rapporterar halvårsvis till delegationen för konsumentärenden.

En berättelse om genomförandet av det konsumentpolitiska programmet och om det konsumentpolitiska läget kommer att avges år 2010.

**Consumer Policy Programme for
the years 2008–2011**

Introduction

On 15 May 2008 the Government adopted a decision-in-principle concerning a Consumer Policy Programme for 2008–2011. The Programme is included in the Government Programme.

The Ministry of Employment and the Economy (Ministry of Trade and Industry) has been responsible for the compilation of the Programme. Preparations for the programme have taken account of the changes in the operating environment of consumers, the experience obtained from implementing the previous programme, and the provisions of the consumer strategy approved in the EU for 2007–2013.

The Programme contains a review of the operating environment, consumer policy objectives and practical consumer policy measures for the years 2008–2011.

The Programme is managed and coordinated by the Ministry of Employment and the Economy, whilst the Advisory Council on Consumer Affairs, operating in conjunction with the Ministry, monitors the implementation of the programme and promotes the networking of various parties. The management group for the Programme, appointed by the Ministry of Employment and the Economy, comprising officials, is responsible for the monitoring of programme implementation. The management group will report to the Advisory Council on Consumer Affairs at six-month intervals.

Consumer Policy Programme for the years 2008–2011

The Government Programme of Prime Minister Matti Vanhanen's second Cabinet states that a new consumer policy programme for 2008–2011 will be drawn up. Preparations for the programme will take account of changes in the operating environment of consumers, the experience obtained from implementing the present programme, and the provisions of the consumer strategy approved in the EU for 2007–2013.

Consumer issues are wide-ranging and are handled in many different political sectors. Consumer policy falls within the administrative domain of the Ministry of Employment and the Economy, whilst the Ministry of Justice is mainly responsible for the preparation of legislation pertaining to consumer protection. The Advisory Council on Consumer Affairs, the Advisory Council on Financial Management and the Standing Advisory Committee on Product Safety operate in conjunction with the Ministry of Employment and the Economy. Consumer authorities include the National Consumer Agency and the Consumer Ombudsman as well as the National Consumer Research Centre and the Consumer Disputes Board, operating in the field of activity of the Ministry of Justice.

1 Changes in the Operating Environment

In terms of consumer policy goal setting, it is vital that the environmental change factors with the most significant impacts are recognised, since they influence consumer well-being. Old operating methods should be re-evaluated.

One of the key factors is control of climate change, which is forcing consumers to face new demands and choices. In the years to come, the EU climate policy will require significant reductions in greenhouse gas emissions in transport, housing and agriculture.

The promotion of sustainable production and consumption methods has become one of the fundamental issues in maintaining well-being. Due to global production chains, the environmental impacts of consumer goods production arise to an increasing extent outside Finland and Europe. As regards households, housing, transport and the consumption of foodstuffs cause the most significant environmental load. Moderate consumption reduces the use of natural resources.

The prerequisites for consumer well-being are well-functioning markets that ensure consumer safety and freedom of choice, alongside a good supply, high quality and moderate prices of products and services. In order to be able to benefit from freedom of choice, consumers must have access to sufficient information e.g. on the financial risks related to products.

Only an interactive, open society that provides safety and functionality that consumers can rely on, can secure consumer well-being. Consumers themselves play a responsible role in ensuring their personal well-being. The possibilities of empowering consumers have not been fully exploited. Their choices steer the development of services and products, hence innovation and efficiency.

Although the EU's internal market has integrated in many ways, consumer markets still function mainly within the framework of national boundaries. However, market integration can be expected, particularly in the service market, which will probably lead to the diversification of service supply. The entry of new operators and products onto the market is accentuating the need for enhancing consumer confidence, corporate competence and competitive strength.

The most significant change factors influencing the lives of Finnish consumers relate to market globalisation, economic risks, information society development, the quality of public services, safety and environmental aspects, and ethical issues.

Consumption patterns are changing and commodities are becoming increasingly complex. Meanwhile, the number of senior citizens is increasing and migration is continuing from the countryside to growth centres, while the number of immigrants is growing and multiculturalism increasing. This is putting particular pressure on the availability of services and ensuring consumer well-being. In service operations, intensely growing demand for welfare services is prominent. To an increasing extent, private organisations are producing public services, and this trend seems set to continue in the near future.

The technological development underway involves major changes for society, its operating methods and processes. Although information and communication technology have huge potential for facilitating the everyday lives of consumers, they may find adaptation to an increasingly technical operating environment difficult. Public sector services are largely going online and dependence on information and communication technology is increasing in various sectors. Commerce and various private sector services are increasingly based on the use of information and communication technology. Furthermore, the aging of the population is creating the need for new technologies and services supporting everyday activities. Network and service usage is leading to the accumulation of a considerable amount of identifying and personal information that requires protection, enhancing the importance of securing privacy protection and consumer protection. Moreover, the increasing need for consumers' IT competence and awareness of data security issues is enhancing the importance of entrepreneurs' taking responsibility and adequate informational and educational activities.

Children and young people purchase more goods and services than before. Moreover, an extensive amount of advertising and other types of commercial influence is being targeted at them. Because children are more susceptible to commercial influence than adults, the significance of learning and enhancing media literacy is receiving emphasis. Children need special protection, and this calls for the special attention of entrepreneurs and the authorities alike.

At the moment, legislation on business activities and the regulation of market functionality is already largely based on EU regulations, in particular as concerns legislation governing the production of goods and their launch onto the market, but services are also covered, to an increasing extent. Hence, the consumer perspective needs to be highlighted in various decision-making contexts, both domestically and internationally.

2 Objectives of the National Consumer Policy

The primary task of consumer policy is to ensure a high level of consumer protection in Finland. Consumers must be able to trust in the enforcement of their rights. In addition to legislation governing the legal protection of consumers, efficient enforcement plays a major role, as do the expertise and self-regulation of business life alongside the guidance, arbitration and dispute solving procedures available to consumers. Supervision by authorities and self-supervision in business life must be well-functioning and efficient.

Consumer policy promotes sustainable production and consumption methods. Consumers can, via their individual purchasing decisions and choices, influence the assortment of products sold on the market, and product development. Consumers are encouraged to contribute to the development of pro-environmental innovations and new social solutions, in order to facilitate a reduction in the wastage of natural resources, the reduction of greenhouse gas emissions, and caring for the weakest.

Consumer policy measures ensure well-functioning, safe markets and public services. A sufficient knowledge base and skills for operating in the developing markets are ensured for consumers, empowering them as consumers in society. Special attention must be paid to consumers in the weakest position, and children are entitled to special protection in the field of consumer policy. It is vital that regulation pays attention to the special characteristics resulting from the age and development level of children and young people.

The consumer perspective is taken into consideration in all political sectors significant to this issue.

A well-functioning consumer policy requires active cooperation between authorities, business life and consumer and citizens' organisations, aiming at ensuring that entrepreneurs and public service providers take account of the customer perspective in all operations, and that the needs of consumer groups in the weakest position are taken into particular consideration. The counselling of entrepreneurs is of major significance in pursuit of the principles of responsible trade.

Monitoring consumer policy implementation and market development requires the availability of a sufficient knowledge base. In this respect, consumer research plays a major role.

All regulations and instructions influencing the position of consumers must be clear. They must ensure the status of the consumer while facilitating the efficient operation of the market. The balance between these two factors is crucial, particularly as consumers use services that require special expertise.

Diverse, high-quality consumer information must be made available for consumers to enable them to obtain a sufficient knowledge base of the options available on the market, including from the viewpoint of sustainable development. Consumers need reliable and intelligible information on foodstuffs. Illustrative models and user-friendly tools should be developed for the use of consumers in order to facilitate the reliable assessment of the environmental impacts of personal consumption. Product and service development must be based on an understanding of, and consideration for, the needs of consumers.

Looking after consumer interests in various EU institutions will be enhanced since this is crucial in terms of consumer policy objectives. Consumers should be able to have confidence in all products on the internal market – both those originating in the EU and elsewhere. The work within the EU and national measures should ensure that the integration of the internal market benefits customers.

Consumer policy and national measures are significant both in terms of consumer well-being and the competitive strength of enterprises.

Well-functioning competition and a consumer policy that complement each other form the prerequisites for the functionality of markets. Competition and consumer policy strive to ensure the efficient functioning of markets and the equitable division of efficiency benefits between market operators. Competition must be promoted in general, especially in key service sectors that benefit consumers in particular.

The following measures and projects will be implemented in 2008–2011 in order to meet the goals of the programme. They will be implemented within the framework of the state budget, if necessary through the reallocation of resources.

3 National Consumer Policy 2008–2011

3.1 Towards Sustainable Consumption

The National Sustainable Consumption and Production Action Plan covers key consumer policy goals and projects. Consumers must be provided with the correct and relevant information alongside illustrative tools as a basis for sustainable consumer decisions. It is also important that production and product development be steered in a direction that supports sustainable consumption and services. The aim is material efficiency which is as high as possible, through the promotion of the creation of competitive products and services with decreasing material input so that the detrimental effects decline throughout the lifecycle of such products. A global production perspective is also connected to sustainable consumption, because environmental impacts emerge outside Europe to an increasing extent, and working conditions in production and the ethical impacts thereof are difficult to assess.

Information, communication and campaigns on material and energy efficiency, targeted at consumers, shall be promoted alongside the development of illustrative models and user-friendly tools. More resources will be allocated to enhancing the awareness of consumers. The development of product labels providing information on the product's environmental friendliness and climate impacts will be supported.

Responsible parties: Ministry of Employment and the Economy, Ministry of the Environment, Motiva Oy

The National Consumer Agency emphasises the criteria of sustainable consumption in comparative tests of commodities and other surveys. Special supervision will be targeted at the use of environmental and ethical statements in marketing.

Responsible party: The Consumer Agency

European Union legislation on energy and material efficiency will utilise the work on criteria of both the Nordic and EU environmental labelling system better than at present, and ensure the utilisation of synergy benefits.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the Safety Technology Authority (Tukes), the Finnish Standards Association SFS

3.2 Consumer-oriented Innovations

People express themselves and take a stand via consumption. By purchasing or deciding not to purchase, consumers express their concerns over e.g. the status of the environment. Consumers no longer simply consume products and services. Instead, they influence their development and production. Therefore, enterprises have better opportunities to listen to consumers and involve them as partners in the early stages of product development. User participation facilitates the production of better products and services on the market.

The possibility of individuals to influence their own lives is integral to well-being. New visions on the development of the welfare society must involve citizens in service production more than before. Simultaneously, citizens must also assume more responsibility for their lives and actions.

Consumer participation in the development and assessment of technology shall be increased. Tools for ensuring the better functionality of customer feedback systems will be developed.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the National Consumer Research Centre

3.3 Services Provided Across Borders and the Enforcement of the Service Directive

Once the Service Directive takes effect, new service providers will enter the market. Consumers will gain new options. At the same time, the need will be emphasised to provide guidance for consumers and companies in complying with consumer protection standards related to services. Due to the alleviation of permit procedures and notification and registration obligations, authorities will have to implement new enforcement practices.

Supervision and information will help to ensure the compliance of service companies with consumer legislation in force in all operations and customer service.

When implementing the Service Directive, it shall be ensured that the position of Finnish consumers as buyers of services remains undiminished, alongside the provision of the correct information to consumers on services and their providers.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy and other ministries

3.4 Consumers' Indebtedness is a Common Challenge

An increasing number of forms of credit are appearing on the market, some of them quite complex. The indebtedness of consumers seems to be continuing, and this poses challenges for responsible credit granting and ensuring consumers' position in the changing market. Preventive action is the best way to curb consumer indebtedness.

The new EU consumer credit directive will clarify the comparison of the terms of different consumer credits. The Directive will be enforced by 2010.

Responsible party: Ministry of Justice

A working group appointed by the Ministry of Justice is preparing the amendment of legislation related to fast credit, with the aim of eliminating problems that have occurred in the granting of such credit. Deadline 30 November 2008.

Responsible party: Ministry of Justice

Social lending provides the opportunity to obtain credit on moderate terms for those who have no chance of obtaining it through other channels, due to low income or having few assets, but who are nevertheless able to make loan repayments. Hence, social lending prevents financial exclusion and over-indebtedness and helps improve the ability of individuals and families to manage on their own. The introduction of social lending and the related financial counselling and guidance shall be promoted comprehensively nationwide.

Responsible party: Ministry of Social Affairs and Health

Financial education will be strengthened. The Advisory Council on the Management of Personal Financial Affairs coordinates financial education, counselling and guidance. The appropriations for the Advisory Council should be increased. Such education will also be targeted at young people and schools.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, Ministry of Education

3.5 The Status of Consumers in the Information Society

The use of electronic communication networks is continuously increasing as a tool of commerce and marketing, in concluding agreements and payment transmission. Consumer trade regulations and consumers' needs for information are identical, regardless of the medium. Therefore, the information society needs clear rules on how to enforce consumer rights in an electronic environment in the best possible way. In terms of market functionality, it is essential that consumer rights are duly taken into consideration and utilised even as new business methods of operation and earning logics are planned. New forms of trading may involve data security risks that consumers should be able to recognise and avoid. Moreover, the position of children and special groups as users of information society services calls for special attention. For instance, the identification of an underage customer is vital, including the identification of loan applicants by the creditor, who also ensures that minor citizens cannot conclude agreements to which they, by law, are not entitled. Sensitive information also calls for special attention.

In cooperation with the Ministry of Transport and Communications, the Finnish Communications Regulatory Authority and the Consumer Agency, the Ministry of Employment and the Economy will prepare an action plan for improving the status of consumers in the provision of communication services. This project will be launched in 2008.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy, the Ministry of Transport and Communications, the Ministry of Justice

3.6 Groups in Need of Special Protection, such as Children and Young People

New technology involves new kinds of advertising, marketing and commercial tools, and advertising is being targeted at children and young people to an increasing extent. Moreover, they are often much more well-versed in new electronic tools than adults. However, underage citizens have more limited abilities and potential than adults in making decisions and concluding agreements. In addition, senior citizens and immigrants may require special protection. Given the increasing number of senior citizens and immigrants, the need for developing different services and new kinds of operating models is increasing. Electronic transactions support the well-being of people but are also challenging, particularly for senior citizens.

Children require the presence of adults and their support in using media, as well as various restrictions in terms of the content and time spent doing so, in accordance with their individual phase of development. Parents need the support of professionals in media education, and the inculcation of attitudes plays a key role in improving the knowledge of parents of the everyday media consumption of their children.

Marketing targeted at children and young people, and marketing policies shall be examined. By the end of August 2009, the adequacy of regulation and recommendations in order to protect children, both in terms of consumer protection and health, shall be assessed.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the Ministry of Education, the Ministry of Justice

3.7 Public Services and Consumer Protection

With renewing service models, the question has arisen concerning the line between public and private services and the application of consumer rights principles to public services. Aspects to consider include ensuring the availability and continuity of services, the definition of service content and quality, the provision of sufficient information in the manner required by language legislation, the appropriateness of marketing, the fairness of contract terms, recognition of target group special characteristics, rectification and compensation in cases of error, and the definition of the contractual partner.

A working group shall be established for the purpose of examining, by the end of 2010, how consumer rights principles can be applied in public services to a greater extent than today.

Responsible party: The Ministry of Justice and other ministries

3.8 The Development of Business Competence Regarding Consumer Issues

The Consumer Agency will inform entrepreneurs about the content and enforcement practices of the legislation it applies. For instance, guidelines aimed at assisting companies in complying with consumer rights regulations in various practical situations, work to this end. The self-regulation of business life is also highly sig-

nificant, since it can, e.g. through sound operating models, promote compliance with policies and their functionality. Instructions issued by authorities and self-regulation complement each other.

Companies that invest in consumer quality succeed better. Indeed, the consumer perspective must be perceived as a method of improving customer service. Consumer trade regulations help in enhancing the fluency of customer service processes and minimising financial risks.

Authorities and business life will cooperate in reviewing the guidelines of the Consumer Agency by 2009, as far as necessary.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the Ministry of Justice

Consultation services targeted at entrepreneurs pay more attention to consumer trade issues. The Consumer Agency shall develop its online services so that they can be utilised in business consultation services and projects supporting the business expertise of enterprises. In 2008, this material will be included in the EnterpriseFinland.fi portal targeted at entrepreneurs.

Responsible party: The National Consumer Agency

3.9 Development of Information Provided on Foodstuffs

In the opinion of consumers, a key problem with the current package labelling of foodstuffs is the poor visibility and clarity of information. Consumers want to make choices not only on the grounds of their health and welfare, but also on ethical grounds. Furthermore, many consumers are interested in the origins and production conditions of foodstuffs, and many other aspects, e.g. whether the product includes any genetically modified ingredients. Consumers do not form one uniform group but comprise many smaller groups with individual needs and preferences.

The European Commission has submitted a proposal for a European Parliament and Council regulation concerning the provision of information on foodstuffs to consumers. Finland is contributing actively to the handling of this community regulation proposal concerning the enhancement of visibility and clarity of information to consumers and the

specification of requirements concerning the announcement of the origin of foodstuffs.

As regards information related to production methods, by the end of 2009 the possibilities for providing consumer information, particularly at the time of purchase, in other ways besides the labelling of packages will be examined.

In 2009, in cooperation with foodstuffs supervisory authorities, consumer and advisor organisations and other operators, a campaign will be organised in order to encourage and guide consumers in utilising the package labelling of foodstuffs and giving feedback on defective labelling.

Responsible parties: Ministry of Agriculture and Forestry and the Finnish Food Safety Authority

3.10 Information on Medicines

Consumers need reliable, high-quality information on medicines. They face the challenge of a welter of information in various media and the assessment of the reliability, impartiality and objectivity of information.

The Commission is preparing a proposal on allowing the pharmaceutical industry to provide patient information. Should this proposal be issued, such information will be strictly limited. The marketing of medicines and the existing hidden marketing of medicines require the provision of effective supervision and information to consumers in order to avoid the unnecessary use of prescription drugs and control the rising costs of medicines.

The skills of consumers in assessing information on medicines will be enhanced and the role of health care and pharmacy professionals in distributing information on medicines in order to enhance pharmaceutical safety shall be intensified.

Existing community portals on medicines and health will be improved in terms of pharmaceutical information.

Responsible parties: Ministry of Social Affairs and Health and the National Agency for Medicines

3.11 Finland's Consumer Policy Objectives within the EU

The EU's consumer policy measures are based on the Commission's consumer policy strategy approved for a span of several years, the supplementary decisions by the European Parliament and Council and the Commission's annual work plans. Member states can influence these documents through initiatives and comments.

Looking after consumer interests in EU institutions should be enhanced. We must be able to maintain Finland's current high level of consumer protection, and pay attention to securing the position of consumers comprehensively within the various legislation sectors of the EU. In order to influence the definition of consumer policy by the new Commission to be appointed in 2009, Finland will develop its own proposed goals for the development of EU consumer policy.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the Ministry of Justice

3.12 Consumer Organisations and Other Civic Organisations in Consumer Policy

Since a strong national consumer movement is vital to a well-functioning national market, adequate scope for action must be ensured for consumer organisations and other civic organisations. Hence, the possibilities for Finland's national consumer movement representatives to act efficiently in EU consumer movement can be promoted. Via consumer organisations, consumers can influence both national and EU consumer policy. Organisations other than actual consumer organisations have increased their education and information activities, and active consumer groups generating new ideas are playing a significant role. These organisations also provide the opportunity for establishing contacts and cooperating with the consumer organisations of other countries.

Consumer and civic organisations will be consulted in preparing issues and the participation of organisations in the appropriate groups must be ensured. Financing at the current level at a minimum will be ensured for consumer organisations.

The sources of financing for organisations' campaigns and projects targeted at increasing the volume of consumer information will be analysed.

3.13 Development of Consumer Administration

National Consumer Research Centre

In the summer of 2007, the Government reached a decision-in-principle on the development of sectoral research.

The aim is to create an operating model for Ministries' common sectoral research by forming research programme entities. Ministries steer the research organisations within their administrative sectors in order to reinforce the research community and enhance the effectiveness of research system operations. The structural reform of sectoral research is also being prepared.

The position of the National Consumer Research Centre as an institution engaged in applied research shall be examined as part of financial, environmental and innovation research, and developed comprehensively as part of consumer administration.

The position of consumer research shall be ensured, and analysed separately in light of sectoral research conducted in 2008.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy

The cooperation of consumer administration and research shall be intensified, particularly with regard to matters pertaining to the introduction of new products and services, and the joint development of technology and consumer activity.

Responsible parties: The Ministry of Employment and the Economy, the National Consumer Research Centre, the National Consumer Agency

Consumer Advice Services

In accordance with the Act on Municipal and Service Restructuring, consumer advice services will be transferred from municipalities to the state with respect to their organisation and financing as of early 2009. The aim is to establish a clear and well-functioning model for consumers.

Once consumer advice services have become a state operation, the further enhancement of the advice system shall be examined by 2010.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy

Financial and Debt Counselling

The Act on Financial and Debt Counselling became effective in 2000. State Provincial Offices will conclude agreements on the provision of such counselling services with municipalities or other service providers, and the Government will finance the provision of such counselling.

An administrator shall be appointed to prepare an overall assessment of the functionality and development needs of financial and debt counselling by the end of 2008. Simultaneously, measures to enhance the efficiency of financial and debt counselling will be assessed. An alternative in this survey will be to combine financial and debt counselling with consumer advice services or another existing system.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy

Market Supervision/Product Safety Legislation

The National Consumer Agency and the Safety Technology Authority (Tukes) implement the majority of market supervision related to products and services. The Ministry of Employment and the Economy is responsible for the national coordination of market supervision.

In 2008, a working group in the Ministry of Employment and the Economy will examine how to enhance the effectiveness, and clarify the structure of, product safety legislation.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy

A working group will be established to analyse, by the end of 2009, the organisation and development needs of market supervision and the related legislation within the administrative sector of the Ministry of Employment and the Economy. Moreover, throughout the public administration, the coordination and division of duties of various authorities responsible for market supervision shall be analysed.

Responsible party: The Ministry of Employment and the Economy

4 Monitoring

The Ministry of Employment and the Economy, responsible for consumer issues, directs and coordinates the consumer policy programme. An internal market and consumer policy group has been established within the Ministry, with the key task of striving to ensure that the position of consumers in the market is observed at all times when market functionality is developed, and the consumer perspective is taken into account in all legislation and administration.

The Advisory Council on Consumer Affairs monitors the implementation of the programme and promotes the networking of various parties. The Ministry of Employment and the Economy will appoint a programme management group comprising officials, to take charge of the monitoring of programme implementation. The management group will report to the Advisory Council on Consumer Affairs at six-month intervals.

A report will be issued in 2010 on the implementation of the Consumer Policy Programme and the status of consumer policy.

Författare		Publiceringstid
Statsrådet		September 2008
		Uppdragsgivare
		Arbets- och näringsministeriet
		Organets tillsättningsdatum
Titel		
Konsumentpolitiskt program för åren 2008–2011		
Referat		
<p>Statsrådet fattade den 15.maj 2008 ett principbeslut om ett konsumentpolitiskt program för åren 2008–2011.</p> <p>Centrala mål för konsumentpolitiken är att säkerställa en hög nivå på konsumentskyddet, att främja hållbara produktions- och konsumtionsmönster, att stärka konsumenternas roll samt att försäkra sig om välfungerande och trygga marknader.</p> <p>Konsumentpolitiken och de nationella åtgärderna har betydelse för både konsumenternas välfärd och företagets konkurrenskraft. Konsumenterna ska kunna lita på att de kan utöva sina rättigheter. Utöver den lagstiftning som reglerar konsumenternas rättsskydd spelar effektiv tillsyn, näringslivets kunnande och självreglering samt de rådgivnings-, medlings- och tvistlösningsförfaranden som konsumenterna har till sitt förfogande en central roll.</p> <p>Programmets konkreta projekt är bl.a. att öka konsumenternas kännedom om material- och energi-efektivitet, att stävja skuldsättningen och öka finansiella utbildningen, att säkra konsumenternas ställning i elektroniska tjänster och tjänster som tillhandahålls över gränserna samt att utveckla informationen om livsmedel och läkemedel. Dessutom fortsätter man att förnya konsumentförvaltningen för att allt bättre kunna tjäna konsumentpolitikens målsättningar.</p> <p>Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Avdelning för arbetslivs- och marknadsfrågor/ Ulla Karhu, tfn +358 10 606 3547</p>		
Nyckelord		
Konsumentpolitik		
ISSN		ISBN
1797-3554		978-952-227-070-2
Sidoantal	Språk	Pris
64	Finska	15 €
Utgivare		Förläggare
Arbets- och näringsministeriet		Edita Publishing Ab

Authors Government	Date September 2008	
	Commissioned by Ministry of Employment and the Economy	
	Date of appointment	
Title Consumer Policy Programme for the years 2008–2011		
Abstract <p>On 15 May 2008, the Government adopted a decision-in-principle concerning a Consumer Policy Programme for 2008–2011.</p> <p>Key objectives of the Consumer Policy Programme include ensuring a high level of consumer protection, promoting sustainable consumption and production methods, empowering consumers in society, and ensuring well-functioning, safe markets.</p> <p>Consumer policy and national measures are significant both in terms of consumer well-being and the competitive strength of enterprises. Consumers must be able to trust in the enforcement of their rights. In addition to legislation, efficient supervision, the expertise and self-regulation of business life alongside the guidance, arbitration and dispute solving procedures available to consumers play a major role.</p> <p>Practical measures of the programme include enhancing consumer awareness of material and energy efficiency, curbing indebtedness and increasing financial education and communication, ensuring consumer rights in electronic services and services provided across borders, and improving the quality of information provided on foodstuffs and medicines. Moreover, the reform of consumer administration will continue so as to provide better support to achieving the goals of consumer policy.</p> <p>Contact person within the Ministry of Employment and the Economy: Working life and markets department/Ulla Karhu, tel. +358 10 606 3547</p>		
Key words consumer policy		
ISSN 1797-3554	ISBN 978-952-227-070-2	
Pages 64	Language Finnish	Price € 15
Published by Ministry of Employment and the Economy		Sold by Edita Publishing Ltd