



# KESKUSKAUPPAKAMARIN LIIKETAPALAUTAKUNNAN LAUSUNTOLYHENNELMÄT VUOSILTA 1990–2010

## 1998–2010

### LTL 908/2010

#### Vertaileva markkinointi

Vastaaja vertasi mainoksessaan oman tuotteen hintoja kilpailijoidensa tuotteiden hintoihin. Hakijan mukaan markkinointia kokonaisuudessaan arvioitaessa siitä syntyi mielikuva, että vastaajan tuote oli edullisin. Liiketapalautakunta totesi, että vastaajan mainonta oli vertailevaa markkinointia. Lautakunta totesi myös, että vastaajan mainoksessa oli esitetty tosiasiaväite. Liiketapalautakunta katsoi, ettei vastaaja esittänyt sellaisia seikkoja, joiden perusteella voitaisiin katsoa, että eri palveluntarjoajien tuotteet olisivat olleet tosiasiasa vertailtavissa. Vertailtavat asiat eivät olleet yhteismitallisia. Tämän vuoksi vastaajan mainos ei täyttänyt vertailevalle markkinoinnille asetettuja kriteerejä ja antoi harhaanjohtavan kuvan vastaajan tuotteen edullisemmudesta. Vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan ja ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 5 ja 11 artiklojen vastaisesti.

### LTL 907/2010

#### Ilmainen -sanon käyttäminen markkinoinnissa

Vastaaja on käyttänyt palvelunsa markkinoinnissa termiä ”ilmainen” useammassa eri yhteydessä. Hakijan mukaan vastaajan markkinointi on totuudenvastaista ja harhaanjohtavaa, koska vastaajan mainos antaa kuluttajalle virheellisen kuvan siitä, että vastaajan tarjoaman palvelun käyttö olisi vastikkeetonta. Liiketapalautakunta totesi, että palvelun vastikkeettomuutta korostavat ilmaiset hallitsivat kyseessä olevaa mainosta. Kuluttaja ei kuitenkaan voi käyttää mainostettua palvelua vastikkeetta. Palvelun ilmaisuutta korostava mainos on siten harhaanjohtava. Lautakunta katsoi, että vastaaja on markkinoinnissaan menetellyt hyvän liiketavan ja ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 5 artiklan vastaisesti.

### LTL 906/2010

#### Jäljittely

Hakija oli tilannut vastaajalta räätälöidyn brändinhallintatyökalun. Vastaaja oli markkinoinut omaa brändinhallintatyökaluaan, joka hakijan mukaan vastasi hakijan työkalua visuaaliselta rakenteeltaan, jaotteluiltaan ja toimintaperiaatteiltaan. Hakijan mukaan vastaaja oli kopioinut suurimman osan hakijan sovelluksesta ilman lupaa, ja kyseessä oli hakijan työkalun jäljittely. Liiketapalautakunta totesi, että kilpailunvapaus sallii yleensä toisen elinkeinonharjoittajan tuotteiden jäljittelyn, jollei jäljittely loukkaa toiselle elinkeinonharjoittajalle kuuluvaa yksinoikeutta tai jollei jäljittely erityisestä syystä ole hyvän liiketavan vastaista. Lähtökohtana menettelyn hyvän liiketavan vastaisuuden arvioinnissa on se, ettei pelkästään tuotteen jäljittelyä ja jäljittelien myyntiä sekä markkinointia pidetä hyvän liiketavan



vastaisena menettelynä. Sopimatonta on kuitenkin sellainen jäljitelmien myynti ja markkinointi, joka on omiaan luomaan kuvan siitä, että jäljittelevä tuote on peräisin samasta kaupallisesta lähteestä kuin alkuperäinen tuote.

#### **LTL 905/2010**

##### **Harhaanjohtava markkinointi**

Hakijan mukaan vastaajan kyttykauppaa koskevasta tasahintailmoittelusta sai harhaanjohtavan ja virheellisen vaikutelman tuotteen kokonaishinnasta. Liiketapalautakunta katsoi, että mainokset olivat voineet antaa virheellisen vaikutelman tarjottavan hyödykkeen kokonaishinnasta, minkä vuoksi mainonta oli harhaanjohtavaa. Vastaaja oli menetellyt mainonnassaan hyvän liiketavan ja ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 5 artiklan vastaisesti.

#### **LTL 904/2010**

##### **Harhaanjohtava markkinointi**

Hakijan mukaan vastaajan tuotteen tasahintailmoittelusta sai harhaanjohtavan ja virheellisen vaikutelman tuotteen kokonaishinnasta. Liiketapalautakunta katsoi, että printtimainoksissa esitetty mainonta oli harhaanjohtavaa, koska se antoi virheellisen vaikutelman tarjottavan hyödykkeen kokonaishinnasta. Vastaaja oli menetellyt printtimainonnassaan hyvän liiketavan ja ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 5 artiklan vastaisesti.

#### **LTL 903/2010**

##### **Kilpailijan halventaminen, vertaileva markkinointi**

Hakijan mukaan vastaajan tv-mainos oli hakijaa halventava. Mainoksen kuvallisella ilmaisulla oli annettu ymmärtää, että hakija ja sen tuotteet eivät toimi yhtä hyvin kuin vastaajan tuotteet. Hakijan mukaan mainosta oli pidettävä myös vertailevana markkinointina, koska siitä pystyi epäsuorasti tunnistamaan viittauksen hakijaan. Liiketapalautakunta katsoi, että tv-mainosta voitiin pitää epäsuorana vertailevana markkinointina. Hakijaa ei ole kuitenkaan voitu tunnistaa mainoksen perusteella. Vastaaja ei ollut menetellyt markkinoinnissaan hyvän liiketavan tai ICC:n markkinoinnin perussääntöjen vastaisesti.

#### **LTL 902/2010**

##### **Ilmainen -sanana käyttäminen markkinoinnissa**

Vastaaja oli markkinoinut tuotteitaan käyttämällä tuotepakkauksissa paljousalennuksen yhteydessä "free – gratis" -ilmaisuja. Liiketapalautakunta totesi, että tuotepakkauksissa käytettiin ilmainen -sanana vieraskielistä vastinetta, vaikka lisäedun saaminen edellytti tuotepakkauksen ostamista. Liiketapalautakunta katsoi, että vastaaja oli menetellyt markkinoinnissa hyvän liiketavan sekä ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 1, 5 ja 7 artiklojen vastaisesti.

#### **LTL 901/2010**

##### **Totuudenvastaiset ilmaiset**



Vastaajan markkinoiman tuotteen pakkauksessa oli käytetty ilmaisia ”25 % extra” tai ”33 % extra”. ”25 % extra” -tuotepakkauksen kerrottiin sisältävän myytävää tuotetta 56+14 kappaletta, ja ”33 % extra” -tuotepakkauksen 28+10 kappaletta. Hakijan mukaan kyseiset ilmaiset antoivat ymmärtää, että kyseessä oli säästöpakkaus, joka sisälsi enemmän tuotetta kuin aikaisemmin markkinoilla ollut vastaava pakkaus. Hakijan mukaan ilmaiset olivat totuudenvastaisia, koska vastaajalla ei ollut markkinoilla tuotepakkauksia, jotka olisivat sisältäneet tuotetta 56 tai 28 kappaletta. Liiketapalautakunta totesi, että markkinoinnissa käytetyt ilmaiset olivat olleet totuudenvastaisia. Vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan ja ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 1 ja 5 artiklojen sekä ICC:n myynninedistämissääntöjen A2 ja A3 artiklojen vastaisesti.

### **LTL 900/2009**

#### **Harhaanjohtava markkinointi, hintaporrastus, toimitusvaikeuksilla uhkaaminen**

Hakijan mukaan vastaaja oli useiden vuosien ajan noudattanut maataloustuotteidensa hinnoittelussa hintaporrastusta, jonka perusteella asiakkaat olivat saaneet tuotteen edullisemmin, jos he olivat tilanneet sen syksyllä ja vastaavasti hinta on ollut korkeampi tilattaessa tuote keväällä. Hakija katsoi, että vastaaja oli pyrkinyt markkinoinnillaan vaikuttamaan harhaanjohtavasti mm. hakijan ostopäätöksiin. Hakija katsoi myös, että vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti uhatessaan asiakkaita toimitusvaikeuksilla, jos ostaja lykkää välttämättä tarvitsemansa tuotteen hankintaa. Liiketapalautakunta totesi, ettei asiassa esitetty sellaisia seikkoja, joiden perusteella vastaajan hintaporrastusmarkkinointia olisi pidettävä hyvän liiketavan vastaisena tai muutoin sopimattomana menettelynä elinkeinotoiminnassa. Lautakunta kuitenkin katsoi, että vastaaja oli toiminut hyvän liiketavan vastaisesti, kun se ei markkinoinnissaan ottanut huomioon muuttunutta markkinatilannetta ja sen vaikutusta hintaporrastusjärjestelmän toimivuuteen. Lautakunta totesi myös, ettei vastaajan voitu katsoa uhkailleen toimitusvaikeuksilla.

### **LTL 898/2009**

#### **Toisen hyödykkeestä tiedottaminen**

Hakijan mukaan vastaaja oli julkaissut hakijan kirjoittamaa ja kustantamaa kirjaa koskevan tiedotteen, jossa oli esitetty kirjaa koskevia totuudenvastaisia ja harhaanjohtavia tietoja. Tiedote oli julkaistu vastaajan Internet-sivuilla ja sitä oli jaettu kirjakauppojen sisäänostajille. Tiedote oli ollut omiaan vahingoittamaan hakijan elinkeinotoimintaa. Liiketapalautakunta totesi, että vastaaja on järjestö, jonka tehtävänä on kirjan aihepiiriin liittyvän tiedon levittäminen. Tällainen tiedottaminen ei ole sopimatonta, jos se on asianmukaisesti perusteltu. Liiketapalautakunta katsoi kuitenkin ottaen huomioon tiedotteen vastaanottajatahon, sisällön, sävyn ja sen lähettäjän aseman, että vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti jakaessaan tiedotetta kirjakauppojen sisäänostajille.

### **LTL 897/2009**

#### **Immateriaalioikeuden loukkauksesta tiedottaminen**

Hakijan mukaan vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti levittäessään markkinoille totuudenvastaisia ja perustelemattomia väitteitä siitä, että hakijan tuote loukkaisi vastaajan patenteja. Vastaaja oli lähettänyt mm. hakijan asiakkaille kirjeen, jossa oli todettu hakijan loukkaavan



vähintään yhtä vastaajan patenttia, ja jossa oli käytetty hakijan tuotteesta ilmaisua ”kiinalainen kopio”. Liiketalautakunta katsoi, että vastaajan lähettämien viestien sanamuoto oli ollut omiaan synnyttämään käsityksen siitä, että patenttioikeuden loukkaus oli kiistaton. Viesteistä ei selvästi ilmennyt, että loukkauksen tapahtuminen oli vastaajan oma arvio tilanteesta. Viestit voitiin tulkita hakijaa loukkaaviksi siltä osin kuin hakijan tuotteen mainittiin olevan kiinalainen kopio. Vastaajan menettely oli ollut omiaan vaikuttamaan sopimattomalla tavalla kysymyksessä olevan hyödykkeen kysyntään ja siten hakijan elinkeinotoimintaan. Liiketalautakunta katsoi, että vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 896/2009**

##### **Markkinoinnin harhaanjohtavuus, tutkimustuloksiin viittaaminen, superlatiivi-ilmaisut**

Hakija pyysi liiketalautakunnalta lausuntoa siitä, oliko vastaaja menetellyt puhelinmarkkinoinnissaan mainonnan kansainvälisten perussääntöjen ja hyvän liiketavan vastaisesti. Vastaaja oli käyttänyt markkinoinnissaan ilmaisuja ”nopein asiakaspalvelu” ja ”tyytyväisimmät asiakkaat”. Hakijan mukaan superlatiivi-ilmaisuja oli käytetty markkinoinnissa totuudenvastaisesti ja harhaanjohtavasti. Hakijan mukaan tutkimustuloksista, joihin vastaaja viittasi, ei käynyt ilmi sellaisia seikkoja, joista olisi voinut tehdä päätelmiä asiakaspalvelun nopeudesta. Myöskään ilmaisun ”tyytyväisimmät” tueksi ei ollut esitetty vaadittavaa faktapohjaa. Liiketalautakunta katsoi, että vastaaja oli menetellyt asiassa osin hyvän liiketavan sekä ICC:n markkinoinnin perussääntöjen 5 ja 6 artiklojen vastaisesti.

#### **LTL 895/2008**

##### **Hyvän liiketavan mukaisuus**

Poliisiviranomainen pyysi lausuntoa numeropalveluyrityksen toiminnan hyvän liiketavan mukaisuudesta.

#### **LTL 894/2008**

##### **Tuotteen, tuotenimien ja markkinointielementtien jäljittely**

Hakijan mukaan vastaaja oli jäljitellyt hakijan omaperäisiä ja hakijalle tunnusomaisia elintarvikkeita, niiden tuotenimiä sekä hakijan käyttämiä muita markkinointielementtejä kuten tuotevalikoimaa, tuotteiden asettelua sekä tarjouseräkokoja. Hakijan mukaan jäljittelyn tarkoituksena oli hyväksikäyttää hakijan tuotteiden tunnettuutta ja goodwill-arvoa sekä aiheuttaa sekaannusta tuotteiden kaupallisen alkuperän suhteen. Liiketalautakunta totesi, ettei pelkästään tuotteen jäljittelyä ja jäljitelmien markkinointia pidetä hyvän liiketavan vastaisena menettelynä. Sopimatonta on kuitenkin sellainen jäljitelmien markkinointi, joka on omiaan luomaan kuvan siitä, että jäljittelevä tuote on peräisin samasta kaupallisesta lähteestä kuin alkuperäinen tuote. Asiassa ei voitu osoittaa, että hakijan tuotteet olisivat olleet siinä määrin omaperäisiä ja tunnettuja, että tietty tuotteen ulkonäkö tai tuotenimi yhdistettäisiin nimenomaan hakijaan. Näin ollen asiassa ei myöskään kyetty osoittamaan, että vastaaja olisi käyttänyt hyväksi hakijan goodwill-arvoa. Vastaaja oli myynyt tuotteitaan ainoastaan omissa toimipisteissään, ja vastaajan oma tunnus oli ollut esillä kaikissa vastaajan mainoksissa ja myyntipakkauksissa. Siten hakijan esittämää sekaantumisvaaraa tuotteiden alkuperän suhteen ei ollut.



Edellä mainituilla perusteilla liiketapalautakunta katsoi, ettei vastaaja ollut menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 893/2008**

##### **Totuudenvastainen ja harhaanjohtava markkinointi, kilpailijan halventaminen**

Hakijan mukaan vastaaja oli hakijan asiakkaille kohdistamassaan puhelinmarkkinoinnissa esittänyt totuudenvastaisia ja harhaanjohtavia väitteitä hakijan hinnoittelusta ja siirtymisestä ulkomaiseen omistukseen. Lisäksi hakija katsoi, että vastaaja oli esittänyt hakijaa halventavia vihjauksia hakijan laskutusongelmista. Liiketapalautakunta totesi, että vastaajan edustaja oli puhelinmarkkinoinnissa esittänyt hakijayhtiön omistussuhteiden muutoksiin liittyvän tosiasiaväitteen, mutta vastaaja ei ollut esittänyt selvitystä väitteen paikkansapitävyydestä. Väite oli toteennäyttämätön, ja siten vastaajan markkinoinnissaan käyttämä ilmaisu oli ollut totuudenvastainen. Liiketapalautakunta katsoi vastaajan menetelleen asiassa hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 892/2008**

##### **Markkinoinnin sopimattomuus, harhaanjohtava markkinointi, luottamuksellisten tietojen hyväksikäyttö**

Hakijan mukaan vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti markkinoidessaan tytäryhtiönsä tuottamia järjestelmiä vastaajan omaa mainetta ja keskeistä asemaa hyväksikäyttäen. Vastaajan markkinoinnin olisi tullut olla puolueetonta suhteessa kaikkiin markkinoilla toimiviin järjestelmätoimittajiin. Hakija katsoi myös, että vastaaja oli käyttänyt markkinoinnissa sekä harhaanjohtavia ilmaisia että tytäryhtiönsä kilpailijoilta saatuja luottamuksellisia tietoja. Liiketapalautakunta katsoi, ettei asiassa ollut osoitettu, että vastaajan mahdollista erityistä asemaa olisi käytetty hyväksi sopimattomalla tavalla. Harhaanjohtavien ilmaisujen osalta lautakunta totesi, että ilmaisia oli käytetty elinkeinoelämässä ammattimaisesti toimiviin henkilöihin kohdistuvassa markkinoinnissa eikä vastaajan katsottu menetelleen asiassa hyvän liiketavan vastaisesti. Lautakunta totesi myös, että hakija ei ollut esittänyt selvitystä siitä, että vastaaja olisi saanut haltuunsa luottamuksellisia tietoja ja käyttänyt niitä hyväkseen. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.



### **LTL 891/2008**

#### **Tuotteen jäljittely**

Hakija oli markkinoinut puutarhahuonekalua korostaen sen olevan vaihtoehto sademetsäpuusta valmistetuille puutarhakalusteille. Hakija katsoi, että vastaajan markkinoima samannäköinen tuote on kopio hakijan markkinoimasta tuotteesta. Liiketalautakunta totesi, että vastaajan tuote saattoi olla sekoitettavissa hakijan tuotteeseen niiden kuvia tarkasteltaessa. Tuotteiden sekoitettavuutta arvioitaessa on kuitenkin vakiintuneesti kiinnitetty huomiota myös muihin tuotetta yksilöiviin tekijöihin kuin tuotteen ulkonäköön. Vastaaja oli markkinoinut tuotettaan sen omalla tuotenimellä. Lisäksi vastaaja ei ollut markkinoinnissaan vedonnut markkinoimansa tuotteen ekologisuuteen. Mainituilla perusteilla vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

### **LTL 890/2007**

#### **Hintavertailu**

Matkapuhelinliittymän markkinoinnissa käytettiin ilmaisuja ”ylivoimaisesti halvin” ja ”Suomen edullisin”. Liiketalautakunta totesi, että elinkeinonharjoittajan, joka markkinoinnissaan käyttäi tosiasiaväitteitä, on näytettävä niiden paikkansapitävyys. Lisäksi liiketalautakunta totesi, että vastaajan markkinointi oli vertailevaa mainontaa.

Hintavertailujen tekeminen markkinoinnissa edellyttää, että eri elinkeinonharjoittajien hinnat ovat vertailukelpoisia. Matkapuhelinliittymien hintavertailussa on otettava huomioon, että liittymien keskinäiseen edullisuuteen vaikuttavat useat eri tekijät. Liittymät poikkeavat toisistaan muun muassa kuukausimaksuiltaan ja minuuttihinnoiltaan. Lisäksi on olemassa liittymiä, joissa on tiettyjen palvelujen osalta kiinteä kuukausimaksu tietyille määrälle toimintoja tai tietynä aikana toteutettavia palveluja varten. Hinnat vaihtelevat myös sen mukaan, soitetaanko oman teleyrityksen verkossa vai toisen teleyrityksen verkkoon. Vertailussa on myös otettava huomioon, että kunkin puhelimen käyttäjän omat puhelimen käyttöä koskevat tottumukset vaikuttavat ratkaisevasti siihen, millaisiksi puhelimen käyttökustannukset muodostuvat. Kysymyksessä olevassa markkinoinnissa vastaaja oli verrannut mainostamansa tuotteen hintoja muiden matkapuhelinoperaattoreiden hintoihin. Mainoksesta sai sellaisen kuvan, että mainostettu liittymä oli yleisesti kaikkein edullisin. Yritys ei ole esittänyt liiketalautakunnalle selvitystä tosiasiaväitteen tueksi, joten tuotteen edullisemmuutta koskeva väite on toteennäyttämätön.

### **LTL 889/2007**

#### **Jäljittely, toisen maineen ja tunnettuuden hyväksikäyttö**

Hakija- ja vastaajayhtiö toimivat samalla toimialalla sekä tarjosivat ja markkinoivat samantyyppisiä teknisen alan koulutuspalveluja. Koulutus oli suunnattu pääsääntöisesti samalle kohderyhmälle. Vastaajayhtiö oli järjestänyt koulustilaisuuden samassa paikassa kuin hakijayhtiö kolmena aikaisempana vuonna. Ohjelma ei ollut omaperäinen. Vastaajayhtiö oli markkinoinut koulustilaisuutta omalla nimellään, joten liiketalautakunta katsoi, ettei sen koulutusohjelma ollut omiaan aiheuttamaan sekaantumisvaaraa hakijayhtiön ja vastaajayhtiön kesken.



Liiketapalautakunta totesi lisäksi, ettei palvelun tarjoamisen paikka tai aihepiiri sinänsä ole sellainen seikka, johon elinkeinonharjoittaja voisi saada yksinoikeuden. Vastaajayhtiön koulutustilaisuuden ohjelma on kuitenkin lähes sanasta sanaan samanlainen kuin hakijan aikaisempina vuosina järjestämän samannimisen koulutustilaisuuden ohjelma. Vastaajayhtiön koulutustilaisuuden ohjelmassa oli vain pieniä eroja kellonaikojen ja muutaman osion järjestyksen osalta hakijayhtiön ohjelmaan verrattuna. Liiketapalautakunta katsoi, että tällainen toisen suora markkinointiaineiston hyödyntäminen on hyvän liiketavan vastaista.

#### **LTL 888/2007**

##### **Kilpailijan halventaminen**

Yritys viittasi markkinoinnissaan kilpailijayritykseen ja sen perimään maksuun, jota se kutsui ”merkilliseksi”. Liiketapalautakunta katsoi, että yrityksen käyttämä ilmaisu ”merkillinen maksu” oli omiaan saattamaan kilpailijayrityksen hinnoittelun epäilyttävään valoon erityisesti, kun samassa yhteydessä viitattiin, että ”kannattaa kuulua reiluun joukkoon”. Yrityksen markkinointi oli hyvän liiketavan vastaista.

#### **LTL 887/2007**

##### **Jäljittely**

Yritys oli elintarviketta markkinoidessaan käyttänyt samaa teemaa ja väriä kuin mitä kilpailija käytti vastaavan elintarvikkeen markkinoinnissa. Liiketapalautakunta totesi, ettei elinkeinonharjoittaja voi saada yksinoikeutta tiettyyn teemaan tai väriin. Arvioinnissa otettiin huomioon myös se, että yritys käytti markkinoinnissaan omia kaupallisia tunnuksiaan. Näin olleen sekaantumisvaaraa kaupallisen alkuperän suhteen ei esitetyn selvityksen perusteella ollut. Yritys ei ollut menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 883/2006**

##### **Vertaileva mainonta**

Yritys oli suoramarkkinointikirjeessään verrannut omien tuotteidensa hintoja kilpailijayrityksen vastaavien tuotteiden hintoihin. Liiketapalautakunta katsoi, että yritys oli korostanut markkinoinnissaan kilpailijayrityksen tuotteiden kalleutta ja sen toiminnan kaupallisuutta kielteisessä sävyssä. Lisäksi yritys oli kilpailijayrityksen toiminnasta kertoessaan käyttänyt ilmaisuja ”hintatason keinotekoinen nostaminen” ja ”tuotteesta ei kuitenkaan kannata maksaa ylihintaa”. Ilmaiset antoivat esitettyssä yhteydessä käytettyinä halventavan kuvan kilpailijayrityksestä. Yrityksen markkinointi oli hyvän liiketavan vastaista.

#### **LTL 882/2006**

**Harmaatuojan oikeus käyttää tavaramerkkiä markkinoinnissaan ilman merkin haltijan suostumusta**  
Linkitys verkkosivuilla



Liiketalautakunnalta pyydettiin lausuntoa siitä, missä määrin aitoja tavaramerkillä suojattuja tuotteita markkinoiva yritys saa käyttää tavaramerkkejä ilman tavaramerkin haltijan suostumusta. Asiassa oli kyse myös Internet-sivujen linkityksestä.

Tavaramerkin käyttäminen markkinoinnissa ilman merkin haltijan suostumusta

Suomalainen tavaramerkin haltija (hakija) katsoi, että vastaajayritys käyttää hakijan tavaramerkkiä hyvän liiketavan vastaisesti verkkokauppansa nettisivuilla. Vastaaja ei ole hakijan jälleenmyyjä, vaan se hankkii hakijan EU:n alueella liikkeelle laskemia tuotteita Suomen ulkopuolelta ja myy niitä suomalaisille kuluttajille.

Liiketalautakunta totesi, että tavaramerkin käytön sallittavuus riippuu siitä, onko asiassa noudatettu tavaramerkkilakia. Liiketalautakunta ei voi ottaa kantaa vastaajan menettelyn hyvän liiketavan mukaisuuteen ennen kuin asian tavaramerkkioikeudellinen puoli on arvioitu toimivaltaisessa forumissa.

Liiketalautakunta kuitenkin totesi, että aitoja tavaramerkillä suojattuja tuotteita markkinoiva yritys saa hyvän liiketavan asettamissa rajoissa käyttää tavaramerkkejä tällaisen tuotteen yksilöimiseksi, jopa ilman tavaramerkin haltijan suostumusta.

Esillä olevassa tapauksessa hakijan tavaramerkkiä on käytetty kahdella eri tavalla. Ensinnäkin merkkiä on käytetty vastaajan Internet-sivujen yhden osion etusivulla. Tämän tyyppisen tavaramerkin käytön sallittavuus on tavaramerkkilainsäädännön kannalta tulkinnanvaraista, eikä sen arviointi kuulu liiketalautakunnan toimivaltaan.

Toiseksi vastaaja on tarjolla olevaa tuotetta esittelevällä Internet-sivullaan käyttänyt hakijan tavaramerkkiä tuotteen yksilöimiseksi. Tällainen toisen merkin informatiivinen käyttö on hyvän liiketavan asettamissa rajoissa sallittua.

#### Linkitys

Tarjolla olevaa tuotetta esittelevällä vastaajan Internet-sivulla oli linkki hakijan verkkosivuille. Linkin kohdalla oli teksti ”tuotteen kuva löytyy valmistajan www-sivuilta”. Hakija katsoi tällaisen linkityksen olevan hyvän liiketavan vastaista.

Liiketalautakunnan mukaan linkittäminen on Internetin toiminnan kannalta keskeinen toiminto. Linkittämistavalla on merkitystä arvioitaessa sen sallittavuutta.

Esillä olevassa kysymyksessä vastaajan Internet-sivuilta on voinut siirtyä linkkiä klikkaamalla hakijan Internet-sivujen etusivulle. Tällaista linkittämistä on oikeuskirjallisuudessa verrattu osoitteen tai puhelinnumeron ilmoittamiseen. Tämänkaltaisen linkin ilmoittaminen ei yksinään luo vaikutelmaa yritysten kaupallisesta yhteydestä. Liiketalautakunta katsoi, ettei vastaaja ole tältä osin toiminut hyvän liiketavan vastaisesti.





## **LTL 881/2006**

### **Toisen tunnuksen jäljittely**

Liiketalautakunnalta pyydettiin lausuntoa asiassa, jossa vastaajayrityksen logo ja rekisteröity toiminimi muistuttivat hakijayrityksen logoa ja aputoiminimeä. Asiassa oli lisäksi kysymys toisen yrityksen liiketoimintaan viittaamisesta kilpailevan yrityksen Internet-sivuilla.

Vastaaja käytti markkinoinnissaan logoa ja rekisteröimäänsä toiminimeä, joka muistutti samalla toimialalla toimivan hakijan aputoiminimeä ja logoa, joita se oli käyttänyt vuodesta 1995 alkaen. Vastaajan rekisteröimän toiminimen alkuosa oli identtinen hakijan aputoiminimen alkuosan kanssa.

Liiketalautakunta totesi lausunnossaan, että toiminimen haltijaa ei yleensä voida kieltää käyttämästä laillisesti rekisteröityä toiminimeä tai sen osaa, vaikka se muistuttaisikin toisen yrityksen toiminimeä. Toiminimen käyttäminen osana tuotteen tai palvelun markkinointia saattaa kuitenkin joissakin tilanteissa muodostua sellaiseksi, että toimintaa voidaan pitää sopimattomana menettelynä elinkeinotoiminnassa siitä riippumatta, onko kiistanalaiseen toiminimeen saatu yksinoikeus rekisteröimällä tai vakiinnuttamalla. Menettelyn moitittavuus kuitenkin edellyttää tällöin, että menettely aiheuttaa konkreettista sekaantumisvaaraa tuotteen kaupallisesta alkuperästä tai että menettelyssä on pyritty käyttämään hyväksi toisen elinkeinonharjoittajan toimintaan liittyvää goodwill-arvoa.

Liiketalautakunta totesi, että hakijan aputoiminimeä voidaan yleiskielisyytensä vuoksi pitää erottamiskyvyltään suhteellisen heikkona ja vastaajan markkinoinnin kohderyhmä on alan yrityksissä toimivat ammattihenkilöt. Liiketalautakunta katsoi, ettei vastaajan toiminimi ole omiaan aiheuttamaan sellaista sekaantumisvaaraa suhteessa hakijan aputoiminimeen, että menettely olisi katsottava hyvän liiketavan vastaiseksi.

Vastaajan logon osalta liiketalautakunta totesi, että se on yleisilmeeltään samankaltainen hakijan logon kanssa. Vastaajan logossa on kuitenkin sen rekisteröity toiminimi ja vastaajan markkinoinnin kohderyhmänä ovat yrityksissä työskentelevät ammattihenkilöt. Erityisesti nämä seikat huomioon ottaen liiketalautakunta katsoi, ettei vastaaja ole menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti, kun se käyttää markkinoinnissa kysymyksessä olevaa logoa.

Vastaaja oli Internet-sivuillaan kertonut yhtiön johdossa toimivien henkilöiden olleen mukana hakijayhtiön toteuttamissa urakoissa ja maininnut hakijayhtiön vastaajayhtiön johdossa toimivan henkilön työhistoriasta kerrottaessa. Liiketalautakunta totesi, että henkilöllä on oikeus oman liiketoimintansa yhteydessä kertoa omasta työkokemuksestaan ja aikaisemmista yrityksistään. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

## **LTL 879/2005**

### **Vertaileva mainonta, kilpailijan halventaminen**

Yritys viittasi mainonnassaan kilpailijan tuotteiden sisältämiin lisäaineisiin. Liiketalautakunta katsoi, että lisäaineisiin viittaaminen sekä niiden korostaminen olivat omiaan herättämään kuluttajissa



epäluuloa ja pelkoa erityisesti, kun kyse oli vauvanhoitotuotteesta. Yrityksen menettely oli hyvän liiketavan vastaista, koska mainoksesta syntyi kokonaisvaikutelma, että kilpailijan tuotteen käyttöön liittyy terveydellisiä riskejä. Tällainen mainonta oli myös kilpailijaa halventavaa.

#### **LTL 875/2005**

##### **Onko asiakaslehdessä julkaistu haastattelu mainos**

Liiketapalautakunnalta pyydettiin lausuntoa muun muassa siitä, oliko yrityksen asiakaslehdessä oleva henkilöhaastattelu katsottava mainokseksi.

Liiketapalautakunta totesi ensiksi, että koska kyseessä olevan asiakaslehden tarkoituksena oli edistää elinkeinonharjoittajan tarjoamien palveluiden menekkiä, asiakaslehti oli osa yrityksen markkinointiaineistoa.

Lausuntopyynnön kohteena olevan henkilöhaastattelun osalta liiketapalautakunta totesi, että siinä käsiteltiin ainoastaan haastateltavan uraan liittyviä henkilökohtaisia kysymyksiä. Haastattelu ei sisältänyt viittauksia yritykseen, joka julkaisi asiakaslehteä. Haastattelussa ei mainittu kyseisen yrityksen kaupallisia tunnuksia eikä se muutoinkaan sisältänyt yrityksen kaupallisia tavoitteita tukevia elementtejä. Haastattelussa ei ollut myöskään mainonnalliseksi ilmaisuiksi tulkittavia ilmaisuja. Haastattelu ei ollut yhtiön hyödykkeiden menekin edistämiseen tähtävä.

Mainituilla perusteilla liiketapalautakunta katsoi, ettei asiakaslehdessä julkaistua haastattelua voitu pitää mainonnan kansainvälisissä perussäännöissä tarkoitettuna mainoksena.

#### **LTL 872/2005**

##### **Hintavertailu, harhaanjohtava mainonta**

Yhtiö oli markkinoinnissaan käyttänyt mainostamansa hyödykkeen edullisuutta kuvaavia ilmaisuja ja verrannut mainostamansa hyödykkeen hintaa suhteessa kilpailevaan hyödykkeeseen. Samassa mainoksessa oli lisäksi mainostettavan hyödykkeen ja kilpailevan hyödykkeen hintakehitystä kuvaavat käyrät kymmenen vuoden ajalta. Käyrät osoittivat, että mainostetun hyödykkeen hinnat olivat laskeneet ja kilpailevan hyödykkeen hinnat olivat nousseet. Käyrien kuvaama tilastotieto sinänsä oli totuudenmukainen, mutta mainosta kokonaisuutena arvostellen sen esittäminen mainituissa yhteydessä oli omiaan antamaan harhaanjohtavan vaikutelman hyödykkeiden hintaerosta. Yritys oli menettänyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 870/2005**

##### **Kilpailijan halventaminen**

Yritys oli ollut sopimussuhteessa toiseen yritykseen. Sittemmin sopimussuhde oli irtisanottu ja toinen yritys kertoi jäsenkirjeessään sopimussuhteen irtisanomisen aiheuttamista muutoksista asiakkailleen. Jäsenkirjeessä mainittiin toinen yritys nimeltä ja viitattiin samassa yhteydessä määrättyihin veroriskeihin ja moraalisiin ongelmiin. Menettely oli omiaan aiheuttamaan harhaanjohtavan kuvan,



että toisen yrityksen toimintaan liittyisi veroriskejä. Menettelyn katsottiin halventaneen toista yritystä. Asiakaskirjeen lähettänyt yritys oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 868/2005**

##### **Hintavertailu, totuudenvastainen mainonta**

Yritys oli markkinoinnissaan verrannut tarjoamiensa palvelujen hintoja toisiin saman alan yritysten tarjoamien palveluiden hintoihin ja käyttänyt näiden palveluista ilmaisia ”vanhat ja kalliit”. Ilmaisen katsottiin olevan toisten saman alan yritysten kannalta halventava. Yrityksen markkinointi oli hyvän liiketavan vastaista.

Lisäksi yritys oli markkinoinut tarjoamiaan palveluja mainoksella, jossa vertailtiin mainostettavan palvelun hintoja muiden palveluntarjoajien hintoihin. Mainoksessa käytettiin korostetusti ilmaisua ”Ykkönen”. Mainittua ilmaisua käytettiin superlatiiviväittämän tavoin, joka voitiin tulkita johtopäätökseksi muista samassa mainoksessa esitetyistä edullisuusmielikuvaa tukevista elementeistä. Tästä syystä väite oli kauppiaille kehumisen sijasta tosiasia väite, jonka paikkansapitävyys oli näytettävä toteen. Yritys ei esittänyt selvitystä mainoksessa käyttämiensä edullisemmuusväitteiden tueksi. Yritys oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **LTL 867/2005**

##### **Vertaileva markkinointi**

Yhtiö oli lähettänyt asiakasomistajilleen kirjeen, jossa se kertoi, miten se aikoo jakaa hyvitystä asiakasomistajilleen. Samassa kirjeessä kerrottiin, miten eri yritysten voitonjako eroaa toisistaan mainiten samalla nimeltä eräs kilpailijayritys. Kirjeen lähettäneen yhtiön käsityksen mukaan kirje ei ollut mainos, vaan kuukausittain lähetettävä infokirje sen omille asiakasomistajille. Liiketapalautakunta viittasi mainonnan kansainvälisiin perussääntöihin, joiden mukaan termi mainos on ymmärrettävä laajassa merkityksessä, ja katsoi, että kysymyksessä oli suoramarkkinointikirje.

#### **866/2004**

##### **Vertaileva mainonta, superlatiivi-ilmaisu, totuudenvastainen mainonta**

Yritys oli markkinoinut omia tuotteitaan käyttäen ilmaisia ”markkinoiden laadukkain” ja ”markkinoiden parhaat säätöominaisuudet”. Kysymyksessä oli vertaileva mainonta. Yritys ei ollut näyttänyt tosiasioita koskevia väitteitään toteen, joten se oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.



**865/2004**

**Markkinoinnin harhaanjohtavuus**

Vastaaja on markkinoinut Internetissä toimivaa yrityshakemistopalvelua kirjeellä, jossa on esitetyt tilisiirtolomake ja esite tarjottavasta palvelusta. Liiketaloutusvirasto katsoi, ettei tilisiirtolomakkeella oleva mainos ole selkeästi tunnistettavissa mainokseksi. Vastaajan katsottiin menettäneen mainonnan kansainvälisten perussääntöjen 12 artiklan vastaisesti ja siten myös hyvän liiketavan vastaisesti.

**864/2004**

**Markkinoinnissa käytetyn ilmaisun harhaanjohtavuus, toisen maineen hyväksikäyttö**

Markkinoijalla oli oikeus oman nimensä käyttöön tuotteensa markkinoinnissa, vaikka toinen saman toimialan yritys oli rekisteröinyt kyseisen sukunimen oman yrityksensä tunnuksiksi. Kysymys erityisesti ilmaisun ”tuoteperhe” käytöstä.

**863/2004**

**Toisen maineen, mainosarvon ja tunnettuuden hyväksikäyttö**

Hakija ja vastaaja ovat palveluiden tarjoajia, jotka toimivat samalla toimialueella ja toimialalla sekä tarjoavat ja markkinoivat samoja palveluja. Vastaaja on rekisteröinyt hakijan entisen toiminimen kanssa identtisen toiminimen sen jälkeen, kun hakijan entinen toiminimi on poistettu rekisteristä. Hakijan entinen toiminimi ja siitä johdettu lyhenne liitetään vakiintuneesti hakijan toimialueellaan tarjoamiin palveluihin.

Vastaajan katsottiin toimineen hyvän liiketavan ja mainonnan kansainvälisten perussääntöjen 10 artiklan vastaisesti käyttäessään hyväkseen hakijan ja sen edeltäjäyhtiöiden liiketoiminnallaan aikaansaamaa erityistä mainetta, mainosarvoa ja tunnettuutta omassa hakijan liiketoiminnan kanssa kilpailevassa liiketoiminnassa.

**862/2003**

**Tuotteen jäljittely, toisen maineen ja tunnettuuden hyväksikäyttö**

Vastaajan ei katsottu toimineen hyvän liiketavan vastaisesti jäljitellessään hakijan tuotetta. Hakija ja vastaaja ovat julkaisseet viihdelehtiä, jotka ovat ulkoasultaan ja sisällöltään samantyyppisiä. Lehtien kohderyhmä on sama. Kysymyksessä olevien lehtien kaltaisia aihepiiriltään ja ulkoasultaan samantyyppisiä viihdelehtiä on monissa maissa runsaasti. Kaikille näille lehdille on tyypillistä värikkäisyys, värimaailman samankaltaisuus, isot otsikot ja runsas kuvitus. Lehdet tunnetaan lähinnä niiden nimen perusteella. Lehtiin selkeästi merkityt nimet toimivat lehtien yleisilmeen yhdenmukaisuudesta huolimatta tunnistimina ostajan valintatilanteessa. Ostajien voidaan katsoa kykenevän ostotilanteessa erottamaan hakijan ja vastaajan lehdet toisistaan ainakin lehden nimen perusteella.

Hakijan julkaiseman lehden ei katsottu olevan sillä tavalla omaperäinen ja nimenomaan hakijalle tunnusomainen tuote, että se eroaisi muista markkinoilla olevista vastaavista tuotteista. Näin ollen



vastaajan ei katsottu pyrkineen oikeudettomasti hyödyntämään hakijan lehden mainetta tai tunnettuutta.

### **861/2003**

#### **Toiminimen ja tavaramerkin jäljittely, toisen maineen hyväksikäyttö**

Hakija on pyytänyt liiketapalautakunnalta lausuntoa siitä, onko vastaaja, joka on ulkomailla rekisteröity osakeyhtiö, toiminut hyvän liiketavan vastaisesti tai muutoin sopimattomasti käyttäessään liiketoiminnassaan hyväksi hakijan Suomessa rekisteröityyn tavaramerkkiin ja toiminimeen sekoitettavissa olevaa tunnusta vastaajan kotimaassa sekä rekisteröimällä mainitun toiminimen ja tavaramerkin vastaajan kotimaassa ja mahdollisesti käyttämällä mainittua tunnusta vastaajan kotimaassa tai Suomessa.

Vastaaja on ulkomaalainen yhtiö, jonka toiminimi on rekisteröity sen kotimaassa ja jonka tavaramerkkihakemus on myös vireillä ainoastaan sen kotimaassa. Liiketapalautakunnalle esitetyn selvityksen perusteella vastaaja ei ole toiminut eikä suunnittele toimivansa Suomessa millään tavoin. Mainituilla perusteilla liiketapalautakunta katsoi, ettei sillä ole toimivaltaa antaa asiassa lausuntoa.

### **860/2003**

#### **Kilpailijan tuotetta koskevien tietojen totuudenvastaisuus ja harhaanjohtavuus, sopimaton ilmaisu**

Hakija ja vastaaja ovat myyneet pääpiirteissään samankaltaista peliä. Vastaaja on rekisteröinyt pelinsä nimen tavaramerkkinä. Vastaaja on katsonut, että hakijan jälleenmyyjä on loukannut vastaajan yksinoikeutta rekisteröityyn tavaramerkkiin. Vastaaja on lähettänyt hakijan jälleenmyyjälle kirjeen, jossa on selostettu lyhyesti muun muassa vastaajan tuotteeseen liittyviä immateriaalioikeuksia koskevia seikkoja sekä vaadittu, että kirjeen vastaanottaja vetää tuotteen pois markkinoilta ja korvaa vastaajalle aiheutuneen vahingon. Vastaajan ei katsottu kokonaisuutena arvostellen toimineen kirjeessä esitettyjen ilmaisujen osalta hyvän liiketavan vastaisesti.

### **859/2003**

#### **Tuotteen ja tuotepakkauksen jäljittely, toisen maineen hyväksikäyttö**

Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti jäljitelleessään hakijan tuotetta. Hakija ja vastaaja ovat valmistaneet ja myyneet samankaltaista peliä. Sekä pelivälineet, pelin säännöt että pakkauslaatikko muistuttivat toisiaan. Esitetyn selvityksen perusteella peli on muunneltua vanhasta suomalaisesta perinnepeleistä.

Hakijan pelin ei katsottu olevan sillä tavoin omaperäinen ja nimenomaan hakijalle tunnusomainen tuote, että sen jäljittely olisi hyvän liiketavan vastaista. Vastaajan ei katsottu pyrkineen oikeudettomasti hyödyntämään hakijan tuotteen markkina-arvoa. Vastaajan tuotteet eivät olleet omiaan alentamaan hakijan tuotteen mainetta ja arvoa. Vastaajan ei katsottu myöskään menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti jäljitellessään hakijan pelin tuotepakkauksena olevaa kantolaatikkoa. Kantolaatikon ei katsottu olevan sillä tavoin omaperäinen, että se nauttisi erityistä suojaa.



### **858/2003**

#### **Vertaileva ja harhaanjohtava mainonta, iskulauseen jäljittely**

Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti, kun vastaajan mainonta antoi harhaanjohtavan kuvan hakijan tuotteiden hinnoista. Tehdyssä hintavertailussa osa hakijan tuotteista oli jätetty vertailun ulkopuolelle. Lisäksi oli vertailtu hyödykkeitä, joita käytetään eri tarkoituksiin.

Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti myös siltä osin, kun se oli vedonnut mainonnassaan tutkimukseen, jonka kohderyhmänä olivat vastaajan oman www-sivuston kävijät.

Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti, kun se oli käyttänyt samaa iskulausetta kuin hakija. Myös iskulauseen tekstityyppi oli ollut sama kuin hakijalla. Iskulause ei kuitenkaan ollut sillä tavalla omaperäinen, että sen käyttäminen vastaajan mainoksessa aiheuttaisi sekaannusta. Hakija ei myöskään ollut näyttänyt, että iskulause olisi vakiintunut juuri hakijan iskulauseeksi.

### **857/2002**

#### **Totuudenvastainen mainonta**

Vastaaja oli mainostanut olevansa alansa suurin Suomessa. Kuitenkin myynnin, markkinaosuuden ja liikevaihdon perusteella hakijan voitiin katsoa olevan alan suurin Suomessa. Hakijan yhdistymissuunnitelma ulkomaisen yhtiön kanssa ei vaikuttanut asian arviointiin, vaan vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

### **856/2002**

#### **Harhaanjohtava mainonta**

Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti käyttäessään muuta kuin taksilupaa edellyttävässä henkilökuljetuspalveluja koskevassa mainonnassaan aputoiminimestään muodostettuja ”taxi” –liitännäisiä ilmaisuja. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti siltä osin, kuin se oli käyttänyt mainonnassa pelkkää ilmaisua ”taxi” pyrkien totuudenvastaisesti rinnastamaan toimintansa taksilupaa vaativaan toimintaan ja käyttämään hyväkseen taksien mainetta ja tunnettuutta. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti valitessaan puhelinnumeroiksi samoja yksittäisiä numeroita, joita alueen taksin tilausnumerot sisältävät.



## **855/2002**

### **Toisen maineen ja tunnettuuden hyväksikäyttö**

Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti, kun se oli tuotteitansa radiomainoksessa mainostaessaan käyttänyt erään julkisuuden henkilön nimeä ilman hänen suostumustaan. Vastaajan radiomainoksessa käyttämää lausumaa, jonka mukaan vastaajan tuote on parempi kuin kyseinen julkisuuden henkilö, ei pidetty hyvän liiketavan vastaisena, koska mainoksen kuulija ymmärtää, ettei mainostettua tuotetta ja julkisuuden henkilön kykyjä voida verrata keskenään. Lausumassa ei muutenkaan vähätelty eikä loukattu kyseistä henkilöä ihmisenä eikä hänen taitojaan ja kyvykkyyttään omalla alallaan. Mainoksessa esiintyneestä lyhyestä repliikistä ei riittävällä selkeydellä ilmennyt, että kyseessä olisi ollut ko. henkilön imitointi, joten vastaajan ei tältä osin katsottu myöskään menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

## **853/2002 ja 854/2002**

### **Tuotteen jäljittely**

Vastaajan ei katsottu toimineen hyvän liiketavan vastaisesti, koska liiketapalautakunnalle esitetyn selvityksen perusteella ei voitu yksiselitteisesti päätellä, että vastaaja olisi jäljitellyt hakijan tuotemallia.

## **852/2002**

### **Harhaanjohtava, totuudenvastainen ja hyvän liiketavan vastainen markkinointi**

Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti käyttäessään markkinoinnissa kauppiallisena kehumisena pidettäviä ilmaisia, jotka eivät olleet hakijoita tai heidän tuotteitaan halveksivia. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti verratessaan mainonnassa omakotitalon eri lämmitysjärjestelmien kustannuksia käyttäen ilmaisia, jotka ovat olleet omiaan antamaan liioitellun, harhaanjohtavan ja totuudenvastaisen kuvan vastaajan mainostaman lämmitysjärjestelmän edullisuudesta.

Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti käyttäessään mainonnassa väitettä, että mainostetun tuotteen valinta on ympäristöteko. Vastaaja ei ollut esittänyt väitteen tueksi näyttöä lämmitysjärjestelmän käyttöönoton edellyttämistä investoinneista eikä järjestelmän ylläpidosta ja näihin liittyvistä ympäristönäkökohdista. Ympäristötekoväitettä on pidettävä harhaanjohtavana, kun otetaan huomioon mainos kokonaisuudessaan ja erityisesti se, miten ympäristötekoväite on yhdistetty mainoksen muihin ympäristöön viittaaviin väitteisiin.

## **851/2002**

### **Hyvän liiketavan vastainen menettely**

Vastaaja oli käyttänyt mainosjulisteessa setelissä esiintyneen henkilön vähäisessä määrin muokattua kuvaa, joka oli selvästi yhdistettävissä alkuperäiseen setelissä esiintyneeseen kuvaan. Koska muokattu kuva ei irrottautunut setelistä huomiota herättävästi, voitiin kyseessä katsoa olevan rahan käyttö mainoksessa. Setelissä esiintyneen henkilön oikeudenomistaja ovat antaneet luvan Suomen Pankille käyttää kuvaa setelissä. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.



Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti käyttäessään TV-mainonnassa setelissä esiintyneen henkilön henkilökuvaa setelyhteydestä erillään muokatussa muodossa ilman henkilön oikeudenomistajien lupaa.

#### **850/2001**

##### **Harhaanjohtava mainonta**

Koska hakijan tuotteesta annettu virheellinen väite ei ollut esiintynyt mainoksessa, vaan alan johtavan lehden artikkelissa ja vastaaja oli laatinut sitä koskevan oikaisun, vastaajan toiminta kokonaisuutena arvioituna ei ollut hyvän liiketavan vastaista.

#### **848/2001**

##### **Toiminimen jäljittely**

Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti, kun se oli ottanut radiokanavan nimekseen hakijan samannimisen ohjelman.

#### **846/2001**

##### **Harhaanjohtava mainonta ym.**

Toisen elinkeinonharjoittajan goodwill-arvon hyväksikäyttö verkkotunnuksissa on hyvän liiketavan vastaista.

#### **845/2001**

##### **Mainonnan jäljittely ja harhaanjohtava mainonta**

Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti jäljitellessään hakijan mainoksia. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti esittämällä markkinoinnissaan totuudenvastaisia väitteitä siitä, missä palvelu suoritetaan.

#### **844/2001**

##### **Hyvän liiketavan vastainen kylkiäinen**

Vastaaja ei ollut toiminut hyvän liiketavan vastaisesti markkinoidessaan yrityksille painokoneita tarjoamalla kaupapäällisenä henkilöautoa.





### **843/2001**

#### **Mainonnan jäljittely ym.**

Vastaaja oli mainoksessaan verrannut sähköisen viestinnän nopeutta suhteessa painettuun sanaan. Sähköinen viestintä on ajankohtaisen tiedon välittämisessä kiistatta nopeampaa kuin viestintä painetun sanan välityksellä. Vastaaja ei ollut syyllistynyt hyvän liiketavan vastaiseen menettelyyn. Vastaaja oli käyttänyt hyväkseen hakijan mainoksen yleissommittelua ja iskulausetta sekä hakijan mainonnallaan hankkimaa tunnettuutta. Vastaaja oli toiminut hyvän liiketavan vastaisesti.

### **842/2000**

#### **Tuotteen kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Vastaaja ei ollut toiminut hyvän liiketavan vastaisesti markkinoidessaan hakijan valistamaa kenkää muistuttavaa kenkää. Vastaaja ei ollut jäljitellyt hakijan markkinointia tai käyttänyt hyväkseen hakijan tuotteiden nauttimaa goodwill -arvoa.

### **841/2000**

#### **Totuudenvastainen ja harhaanjohtava mainonta**

Mainonnassaan ja tuotepaketissaan vastaaja oli ollut omiaan antamaan tuotteestaan kuluttajille sellaisen kuvan, että vaipat olisivat kompostoitavissa. Kompostoitumista osoittavat merkinnät vaippapakkauksessa ja vaipassa olivat siinä määrin yleisiä, että ne olivat omiaan johtamaan kuluttajia harhaan tuotteeseen yleisesti liittyvien ympäristönäkökohtien ja erityisesti tuotteen kompostoitavuuden osalta. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

### **840/2000**

#### **Vertaileva mainonta**

Vastaaja oli mainoksessaan esittänyt väitteen tuotteensa paremmuudesta viittaamatta kuitenkaan väitettä tukeviin tutkimustuloksiin. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

### **839/2000**

#### **Totuudenvastainen ja harhaanjohtava markkinointi**

Vastaaja oli käyttänyt yrityksestään mitattavissa olevaa tosiasiaa koskevaa väitettä. Väitteet olivat olleet osittain virheellisiä. Vastaaja oli menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.



**838/2000**

**Totuudenvastainen ja harhaanjohtava markkinointi**

Vastaaja oli käyttänyt markkinoinnissaan yrityksestään mitattavissa olevaa tosiasiaa koskevaa väitettä. Esitetty väite oli ollut virheellinen. Vastaaja oli toiminut hyvän liiketavan vastaisesti.

**834/1999**

**Tuotteen jäljittely**

Hakijan mukaan vastaaja oli sopimattomasti hyväksikäyttänyt hakijan nimen goodwill-arvoa, tuotekehittelyä ja taiteellista panosta. Hakija ei ollut esittänyt näyttöä taiteilijan osuudesta tuotteen suunnittelussa tai siitä, että tuote olisi tullut tunnetuksi nimenomaan hakijan tuotteina. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**832/1998**

**Harhaanjohtava mainonta**

Vastaajan vaippamainoksissaan esittämiä väitteitä ei pidetty hyvän liiketavan vastaisina.

**831/1998**

**Harhaanjohtava mainonta**

Vastaaja oli käyttänyt markkinoimansa sillituotteen kanteen sanan herring, joka oli hakijan käyttämä tuotemerkki. Vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**830/1998**

**Harhaanjohtava vertaileva mainonta**

Superlatiivi-ilmaisun katsottiin olevan vertailevaa mainontaa, vaikkei kilpailijaa oltukaan mainittu mainoksessa nimeltä. Vastaajan omiin laboratorionkokeisiin perustuvia tutkimuksia ei katsottu puolueettomiksi ja riittäviksi tutkimuksiksi, joilla vertailevat väitteet olisi voitu todistaa. Vastaajan menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

**829/1998**

**Mainonnan jäljittely**

Vastaajan tuote-esitteen takakanteen kiinnitetyn kontaktikortin ei katsottu jäljittelevän hakijan vastaavaa korttia hyvän liiketavan vastaisesti.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200  
kauppakamari.fi



**828/1998**

**Harhaanjohtava vertaileva mainonta**

Elintarvikkeen makuun perustuvia vertailevia väitteitä ei pystytty todistamaan oikeiksi. Väitteet todettiin hyvän liiketavan vastaisiksi. Vastaajan katsottiin käyttäneen hakijan tavaramerkkiä oikeudettomasti hyväkseen. Lupausta rahojen palauttamisesta tyytymättömälle asiakkaalle ei pidetty hyvän liiketavan vastaisena.

**827/1998**

**Mainonnan jäljittely Kilpailijan halventaminen Tuotepakkauksen jäljittely**

Vastaaja oli käyttänyt hakijan tuotemerkkiä oikeudettomasti hyväkseen ja halventanut hakijan tuotetta mainonnassaan. Vastaajan ei todettu jäljitelleen hakijan mainontaa tai sen tuotepakkauksia. Vastaajan suorittamaa hintavertailua ei pidetty hyvän liiketavan vastaisena.

**826/1998**

**Harhaanjohtava mainonta**

Vastaajan tuote ei ollut väitetyllä tavalla ”julkaisuvuorossa kymmenes”. Vastaajan menettely katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi. Vastaaja oli väittänyt tuotteestaan tehdyn kopioita. Väitteen ei voitu katsoa viittaavan suoraan mihinkään kilpailijaan eikä sitä pidetty hyvän liiketavan vastaisena. Osaa mainoksen väittämistä pidettiin kaupallisena kehumisena, osan katsottiin vähentävän lukijan luottamusta kilpailevien tuotteiden laatuun ja näin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**825/1998**

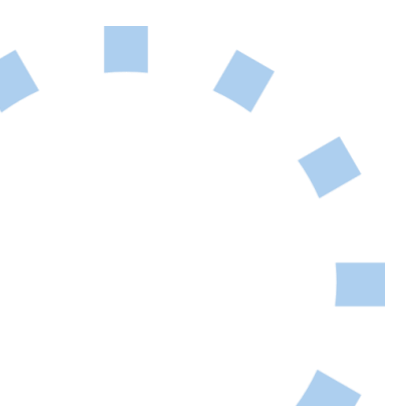
**Harhaanjohtava vertaileva mainonta**

Vastaajan mainosta tuli arvioida kokonaisuutena, ei pelkästään sen otsikkoa. Mainoksen kuvateksti katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi. Osa väitteistä katsottiin kaupalliseksi kehumiseksi. Koska mainoksen sisältö oli muuttunut lehden toimituksen virheen vuoksi, ei vastaajan katsottu menettelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**824/1998**

**Tuotteen jäljittely**

Vastaajan markkinoimat työvaatteet muistuttivat pitkälti hakijan markkinoimia työvaatteita. Hakijan työvaatteita ei kuitenkaan katsottu omaperäisiksi ja yksinomaan hakijalle tunnusomaisiksi. Vastaaja oli myös merkinnyt tuotteensa selvästi tuotemerkillään. Vastaajan ei katsottu syyllistyneen hyvän liiketavan vastaiseen jäljittelyyn.





## 1990–1997 (kategorioittain)

### Harhaanjohtava mainonta

**750/1990**

#### **Mainoksen erotettavuus**

Artikkelin muotoisesta ilmoituksesta puuttui maininta siitä, että artikkeli oli mainos. Vastaajan menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

**762/1991**

#### **Tuotteen ainutlaatuisuus**

Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti markkinoituaan tuotettaan ainoana maailmassa, pystymättä kuitenkaan todistamaan väitettään todeksi.

**767/1992**

#### **Tuotteen turvallisuus**

#### **Vertaileva mainonta**

Vastaajan, joka oli mainonnassaan vedonnut viranomaisten lausuntoihin alumiinin mahdollisista kielteisistä vaikutuksista ihmiselle, ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti. Vastaajan mainonnassa ei katsottu vertaillun hakijan ja vastaajan tuotetta toisiinsa.

**781/1993**

#### **Tuotetietojen harhaanjohtavuus**

#### **Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Käsitteiden ”lääkeaine” ja ”särkylääke” käyttäminen ketoprofeenia sisältävän lääkkeen mainoksessa ei ollut harhaanjohtavaa tai totuudenvastaista. Se, että tutkimus lääkeaineen käytöstä oli tehty pääasiassa hakijan tuotteen perusteella, ei estänyt vastaajaa käyttämästä tutkimuksen tuloksia kyseisen lääkeaineen käytön osalta omassa markkinoinnissaan.

**799/1994**

#### **Kaupallinen kehuminen**

#### **Vertaileva mainonta**

Ennakkolausunto, jossa mainoksessa esitetyt väitteet ”ainutlaatuinen koostumus” ja ”maku kestää extra-pitkään, Kap Horniin/Dakariin/Vladivostokiin asti” katsottiin sallituksi kaupalliseksi kehumiseksi.



**798/1994**

**Tuotenimen harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen**

Tuotemerkkiä "Aito" ei katsottu hyvän liiketavan vastaiseksi. Sen sijaan sanan "aito" käyttäminen adjektiivina mainonnassa katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**800/1994**

**Tuotenimen harhaanjohtavuus**

Vastaajan markkinoinnissaan käyttämät "valio"-ilmaukset olivat substantiivimuodossa ja ne katsottiin hyvän liiketavan mukaisiksi.

**801/1994**

**Tuotenimen harhaanjohtavuus  
Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen**

Juustonkaltaista kasvirsavatuotetta ei voitu nimittää juustoksi. Kuitenkin tuotenimi "Juustomestari Justelius" katsottiin sallituksi. Tuotteen ja tuotepakkauksen ei katsottu muistuttavan kilpailijan tuotetta harhaanjohtavalla tavalla, etenkin kun siinä oli selkeästi valmistajan nimi. Tuotteiden kaupallisen alkuperän suhteen ei ollut sekaantumisvaaraa. Pakkausmerkinnät "1-luokkainen, puolikova, täysrasvainen" todettiin sallituksi kaupalliseksi kehumiseksi.

**760/1991**

**Toiminimen harhaanjohtavuus**

Vastaaja käytti markkinoidessaan telepalveluitaan yhdessä liikemerkinsä kanssa sanaa tele. Sana sinänsä ei antanut virheellistä kuvaa liikelaitoksen toiminnasta yksityisenä liiketoimintana eikä se ollut omiaan luomaan mielikuvaa että vastaaja olisi ainoa teletoimintaa harjoittava yritys Suomessa. Liiketoiminnan luonnetta kuvaavan sanan käyttöä ei voitu rajoittaa. Vastaajan ei todettu menetellen hyvän liiketavan vastaisesti.

**775/1993**

**Toiminimen harhaanjohtavuus  
Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Pelkästään vastaajan liikehuoneiston ulkopuolisessa valomainoksessa käyttämä toiminimen osa "Kiinteistömaailma" ei sellaisenaan ollut omiaan johtamaan ulkopuolisia harhaan tai aiheuttamaan sekaannusta. Koska toiminimeä ei muutoin oltu käytetty harhaanjohtavasti, ei vastaajan todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.



**764/1991**

**Standarditunnuksen käyttö**

Vasaajan todettiin menetelleen sopimattomasti elinkeinotoiminnassa käytettyään tuote-esitteessään SFS-standarditunnusta, vaikka ko. standardia ei oltu vielä hyväksytty. Se, että suoramarkkinointiesitteen saatekirjeessä todettiin kysymyksessä olevan vasta ehdotus, ei poistanut teon moitittavuutta.

**756/1991**

**Rinnakkaistuonti**

**Alennuksen määrä**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Vastaaja mainosti ostaneensa maahantuojan varaston. Ostettu yhtiö oli harjoittanut maahantuontia. Vastaajan ei todettu toimineen hyvän liiketavan vastaisesti. Samassa ilmoituksessa oli todettu kelloja myytävän 60-70 % alennuksella. Alennus perustui varaston myyneen yhtiön ilmoitukseen kellojen vähittäishinnoista. Koska kelloja ei vastaajan toimesta oltu myyty sanottuun hintaan, alennuksen määrä katsottiin harhaanjohtavaksi.

**758/1991**

**Henkilökunnan kaksikielisyys**

Vastaaja oli väittänyt olevansa paikkakunnan ainoa alan yritys, jossa oli kaksikielinen henkilökunta. Paikkakunnalla oli kuitenkin myös muita alan liikkeitä, joissa oli kaksikielinen henkilökunta. Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**777/1993**

**Asiakkaiden käyttäytymistä koskeva väite**

Vastaaja oli mainonnassaan todennut, että neljä viidestä kilpailijan tuotteen käyttäjästä haluaisi vaihtaa tekstinkäsittelyohjelmansa vastaajan tuotteeseen. Väite perustui tutkimukseen, jossa tutkittiin, kumman tuotteen käyttäjä valitsisi, jos olisi ostamassa tekstinkäsittelyohjelmaa. Väitteen katsottiin olevan omiaan johtamaan harhaan.

**Vertaileva mainonta**

**776/1993**

**Hintavertailun harhaanjohtavuus**

Vastaaja oli antanut ymmärtää olevansa alan edullisin liike. Esitettyjä väitteitä ei oltu kaikilta osin rajattu koskemaan suoritettua tutkimusta ja sen tuloksia, vaan tutkimuksesta oli tehty liian pitkälle

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppakamari.fi



meneviä johtopäätöksiä. Vastaaja ei ollut pystynyt näyttämään väitteidensä todenperäisyyttä ja sen todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**821/1997**

**Hintavertailun harhaanjohtavuus**  
**Tuotteiden vertailukelpoisuus**

Vastaaja oli viitannut puolueettomaan tutkimukseen harhaanjohtavalla tavalla. Vastaaja oli lisäksi vertaillut yhtä oman ja hakijan palvelumuodon hintaa. Tuotteet olivat vertailukelpoisia ja vertailu sinänsä hyvän liiketavan mukainen. Mainoksen otsikko, jossa annettiin ymmärtää vastaajan olevan kokonaisuutena edullisin, oli kuitenkin harhaanjohtava.

**748/1990**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**

Vastaaja väitti tuotettaan markkinoiden parhaaksi pystymättä kuitenkaan objektiivisesti näyttämään väitettään todeksi. Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**753/1991**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**

Kiilahirsiseinän lämmöneristystä oli keuhuttu saumojensa tiiviiden perusteella markkinoiden parhaaksi. Mainosta ei todettu hyvän liiketavan vastaiseksi siltä osin kuin vertailu koski hirsiseiniä. Mainos todettiin kuitenkin hyvän liiketavan vastaiseksi, koska sauma oli mahdollista saada tiiviimmäksi muilla menetelmillä.

**757/1991**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**  
**Kilpailijan halventaminen**

Ilmoituksessa oli korostettu toisaalta suoramainontaan liittyvää tyytymättömyyttä ja toisaalta sanomalehden myönteisiä puolia ilmoitusvälineenä. Vertailu oli omiaan antamaan vähättelevän kuvan suoramainonnasta. Menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

**763/1991**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**

Vastaaja oli vertaillut sähkö- ja öljylämmityksen tuottamisesta aiheutuvia päästöjä. Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti siltä osin kuin markkinoinnissa oli esitetty tarkkoja numerolukuja, jotka eivät suoranaisesti perustuneet ulkopuoliseen tutkimukseen. Sen sijaan vastaajan ei todettu menetelleen sopimattomasti todetessaan sähkön tuottamisen lauhdevoimaloissa kivihiilen avulla saastuttavan ylipäättään enemmän.



**766/1992**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**

Vastaaja oli ilmoittanut lehtensä olevan tietyn alueen ”ykkönen”. Maininnan katsottiin viittaavan lehden levikkiin ja koska kyseisen lehden levikki ko. alueella ei ollut suurin, vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**768/1992**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kilpailijan halventaminen**

Vastaaja oli jakanut suppealle piirille kirjetä, jossa oli vertailtu hakijan ja vastaajan tuotteita. Kirjeettä ei katsottu aktiiviseksi markkinointitoimenpiteeksi eikä vastaaja menettelyä hyvän liiketavan vastaiseksi.

**774/1992**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten kattavuus**

Vastaajan väitteidensä tueksi esittämien tutkimustulosten otanta oli siinä määrin suppea, ettei sen pohjalta voitu yksiselitteisesti tehdä johtopäätöksiä siitä, että vastaajan tuotteen markkinaosuus olisi koko maassa selvästi suurempi kuin muiden vastaavien tuotteiden. Vastaajan katsottiin toimineen hyvän liiketavan vastaisesti.

**779/1993**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen  
Kilpailijan halventaminen**

Vastaajan mainoslauseumat olivat osittain tosiasiaväitteitä, joiden oikeellisuus olisi tullut osoittaa puolueettomin tutkimuksin. Arvostukseen ja tunteeseen perustuva kaupallinen kehuminen katsottiin muiden markkinointiin liittyvien kuluttajatutkimukseen perustuvien väitteiden johtopäätökseksi, joka kiellettyjen asiäväitteiden välittömään yhteyteen liitettynä katsottiin kielletyksi.

**782/1993**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen  
Kilpailijan halventaminen**

Vastaaja oli mainoksessaan vertaillut vaippoja. Koska hakijan tuote oli selkeästi erotettavissa omaleimaisen muotonsa vuoksi, vertailun katsottiin suuntautuneen hakijan tuotteeseen siitä huolimatta, ettei hakijan tuotetta oltu mainittu nimeltä. Vastaaja ei pystynyt näyttämään esittämiään väitteitä toteen. Osaa väittämistä ei pidetty mainontaa kokonaisuutena tarkastellen harhaanjohtavina.





**783/1993**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Arpajaiset**

Lehtien välistä vertailua pidettiin yksipuolisena. Lehden numeron tarjoaminen ”ilmaiseksi” oli hyvän liiketavan vastaista, kun tilaaja samalla sitoutui vastikkeelliseen suoritukseen. Vastiketta edellyttävä arvonta todettiin hyvän liiketavan vastaiseksi. Tilaus- ja arvontakortissa vastikkeeton vaihtoehto ei vastannut vastikkeellista vaihtoehtoa ja se katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**788/1993**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tuotteiden vertailukelpoisuus**

Ennakkolausunto siitä, onko hakijan suunnittelema pyykinpesukoneiden mainoskampanja hyvän liiketavan mukainen.

**789/1994**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten kattavuus**

Mainostaja menetteli hyvän liiketavan vastaisesti markkinoituaan tuotettaan vertailevin väittämin, jotka perustuivat vain yhtiön omilla tuotteilla tehtyyn tutkimukseen. Ammattijulkaisun artikkeliin sisältyneitä väitteitä ei katsottu hyvän liiketavan vastaisiksi.

**797/1994**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen**

Koska mainonnassa esitettyjä väitettä purukumin maun kestämisestä ”muita pidempään” ei voitu näyttää toteen, katsottiin väite hyvän liiketavan vastaiseksi.

**802/1994**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus**

Palveluita koskevat väittämät katsottiin epäsuoraksi vertailuksi. Koska vastaaja ei kyennyt näyttämään väitteitä toteen, sen todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.



**804/1995**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten kattavuus**

Vastaaja oli viitannut mainoksessaan tutkimustuloksiin. Tutkimuksen luonnetta ei oltu kuitenkaan täsmennetty riittävästi. Vastaajan katsottiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**806/1995**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten tulkinta**

Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti markkinoituaan tuotettaan yhdistelemällä kahden eri menetelmällä kerätyn tutkimuksen tuloksia niin, että vastaajan tuotteen markkinaosuuskehittämisestä annettiin todellisuutta parempi kuva.

**812/1995**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Yritysten vertailun harhaanjohtavuus  
Kilpailijan halventaminen**

Vastaaja oli jälleenmyyjälleen suunnatussa kirjeessä vertailut hakijan ja vastaajan tuotteita pystymättä osoittamaan väitteitään todeksi. Menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

**814/1996**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen**

Vastaajan tuotteestaan esittämät väitteet todettiin osittain hyvän liiketavan vastaiseksi, koska vastaaja ei pystynyt osoittamaan väitteitään todeksi. Vastaajan viittauksen Kuluttaja-lehden vertailuun katsottiin riittävän objektiiviseksi tutkimustulokseksi. Sana ”ainutlaatuinen” todettiin kaupalliseksi kehumiseksi eikä sen käyttämisen katsottu olevan sopimatonta.

**816/1996**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten puolueettomuus**

Vastaajan automerkki oli turvallisuustestissä saanut parhaat tulokset kuljettajan turvallisuuden osalta. Testiin viitaten vastaaja markkinoi automerkkiään toteamalla sen olevan testin turvallisin auto. Vastaajan todettiin käyttäneen tutkimuksesta hyväkseen vain oman tuotteen kannalta edullisia seikkoja ja menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.



**823/1997**

**Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Tutkimustulosten tulkinta  
Tutkimustulosten puolueettomuus**

Vastaaja oli esittänyt terveystieteen superlatiivisia väittämiä, joiden tueksi vastaaja vetosi tehtyyn tutkimukseen. Tutkimuksen ei kuitenkaan katsottu kaikilta osin tukevan vastaajan väitteitä. Väitteet katsottiin osittain hyvän liiketavan vastaisiksi.

## **Kilpailijan halventaminen**

**752/1991**

**Kilpailijan halventaminen**

Vastaaja lähetti hakijan asiakkaille kirjeen, jossa kerrottiin hakijan lopettaneen osan toiminnastaan, todettiin hakijan käyttämä alihankkija yhteistyökyvyttömäksi ja tarjottiin asiakkaille uutta yhteistyökumppania. Kirjettä ei pidetty hyvän liiketavan vastaisena, koska se perustui tosiseikkoihin ja koska vastaajan oli turvattava oman tuotteen huolto.

**755/1991**

**Kilpailijan halventaminen**

Lehti-ilmoituksen, jossa mainittiin negatiivisessa sävyssä kilpailijan toiminimeen helposti yhdistettävä kansalaisuus, katsottiin viittaavan kilpailijaan, vaikkei siinä oltu mainittu kilpailijan nimeä. Mainoksessa viitattiin myös kilpailijan tuotteen huonoon laatuun. Vastaaja ei kyennyt osoittamaan väitettään todeksi ja tämän todettiin syyllistyneen sopimattomaan menettelyyn elinkeinotoiminnassa.

**771/1992**

**Kilpailijan halventaminen**

Vastaajan liikkeen ikkunassa oli hakijayhtiötä koskevaa protesti-ilmoitusta ja sen yhteydessä teksti ”varo epäluotettavia maahantuojia”. Menettely todettiin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**784/1993**

**Kilpailijan halventaminen  
Tuotevertailun harhaanjohtavuus  
Kaupallinen kehuminen**

Matkapuhelinverkon ja -liittymien mainoksessa oli todettu mm. ”vaihda A-puhelimesi B-puhelimeen. Siitä kuuluu selvää puhetta: pätkimiset, salakuuntelut ja ruuhkat ovat historiaa.” Mainos katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi ja kilpailijaa halventavaksi.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200  
kauppakamari.fi



**786/1993**

**Kilpailijan halventaminen  
Sopimattoman menettelyn oikaiseminen**

Vastaaja oli toimittanut lehdistölle tiedotteen koskien vastaajan ja hakijan välistä kilpailua. Tiedotteessa oli useita asiavirheitä. Siitä huolimatta, että vastaaja oli myöhemmin kieltänyt lehdistöä julkaisemasta tiedotetta, vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**793/1994**

**Kilpailijan halventaminen**

Sanomalehden julkaisija käytti mainoksessaan mm. ilmaisua ”roskajournalismi” viitatessaan kilpailijan lehteen. Mainostajan menettely katsottiin hyvän liiketavan vastaiseksi ja kilpailijaa halventavaksi.

**819/1997**

**Kilpailijan halventaminen**

Vastaaja oli markkinointikirjeessään esittänyt kilpailijan tuotteesta tosiasiaväitteitä, joita se ei voinut näyttää toteen. Menettely todettiin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**820/1997**

**Kilpailijan halventaminen  
Sopimattoman menettelyn oikaiseminen**

Vastaaja oli esittänyt asiakaskirjeessään tosiasiaväitteitä kilpailijan toiminnasta ja tuotteesta. Vastaaja ei kuitenkaan ollut pystynyt osoittamaan väitteitään todeksi. Vastaajan menettely todettiin hyvän liiketavan vastaiseksi.

**822/1997**

**Kilpailijan halventaminen**

Vastaajan, joka oli kirjeitse kertonut jälleenmyyjilleen, ettei se hyväksy hakijaa jälleenmyyjäkseen, ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200  
kauppakamari.fi



## Jäljittely

**745/1990**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Hakijan ja vastaajan lapsille tarkoitetut rakennuspalikat muistuttivat lähes täydellisesti toisiaan. Hakijan tuote oli omaperäinen ja hakijalle tunnusomainen. Erityistä tarvetta yksityiskohdiltaan hakijan tuotetta muistuttavan tuotteen valmistamiseen ja markkinointiin ei ollut. Vastaajan katsottiin hyvän liiketavan vastaisesti jäljitelleen hakijan tuotetta ja käyttäneen hyväksi hakijan tuotteen goodwill -arvoa.

**759/1991**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Vastaajan markkinoimat ruuvit muistuttivat hakijan ruuveja. Hakijan ruuveja ei katsottu omaperäisiksi ja hakijalle tunnusomaisiksi. Tuotepakkauksissa olivat valmistajien nimet selkeästi erotettavissa. Ruuvien samankaltaisuus ei aiheuttanut sekaantumisvaaraa. Jäljittelyä ei pidetty hyvän liiketavan vastaisena.

**769/1992**

**Tuotteen jäljittely**

Julistetelinettä ei pidetty muotoilultaan erityisen omaperäisenä ja hakijalle tunnusomaisena. Vastaajan, joka valmisti pitkälle hakijan tuotetta muistuttavia julistetelineitä, ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**773/1992**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Hakijan julkaisemia palvelumuistioita ei pidetty erityisen omaperäisinä ja nimenomaan hakijalle tunnusomaisina. Tuotteen ulkonäön saneli lähinnä niiden valmistustapa ja käyttötarkoitus. Tuotteessa oli siinä määrin tuotu esiin valmistajan nimi, ettei tuote ollut sekoitettavissa kaupallisen alkuperän suhteen. Vastaajan menettely ei ollut hyvän liiketavan vastaista.

**794/1994**

**Tuotteen jäljittely**

**Tuotenimen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**KESKUS-  
KAUPPAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppamari.fi



Vastaajan ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti julkaistessaan hakijan ilmaisjakelulehteä vastaavaa tuotetta. Myöskään lehden nimen ei todettu olevan hyvän liiketavan vastainen.

**807/1995**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Hakijan tuote ei ollut niin omaperäinen ja hakijalle tunnusomainen, että sen jäljittely olisi ollut hyvän liiketavan vastaista. Vastaaja oli merkinnyt tuotteen valmistajan selkeästi tuote-esitteeseen ja -pakkaukseen, joten tuotteiden ei todettu olevan sekoitettavissa toisiinsa.

**808/1995**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Lapiot muistuttivat toisiaan ulkomuodoltaan ja väritykseltään pienin eroavaisuuksin. Lapioihin oli merkitty valmistajan nimi. Vastaajan ei katsottu jäljitelleen hakijan tuotetta hyvän liiketavan vastaisesti eikä tuotetta katsottu markkinoidun niin, että tuotteiden kaupallinen alkuperä olisi ollut sekoitettavissa.

**809/1995**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan halventaminen**

Vastaajan ei todettu jäljitelleen hakijan siivoustuotteita eikä markkinoineen niitä niin, että tuotteet olisivat olleet sekoitettavissa toisiinsa. Vastaajan osapuolten välisen oikeudenkäynnin päättymistä koskevan tiedotteen ei todettu olevan kilpailijaa halventava.

**817/1997**

**Tuotteen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Hakijan käsivalaisimiin ja niiden pakkauksiin oli selkeästi merkitty tuotenimi. Vaikka valaisimet huomattavin osin muistuttivat toisen yrityksen käsivalaisimia, ei niiden markkinointia katsottu ennakkolausunnossa hyvän liiketavan vastaiseksi.

**818/1997**

**Tuotteen jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

**Kilpailijan mainosaineiston hyväksikäyttö**

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppakamari.fi



Vastaaja ei menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti tuodessaan markkinoille kalenterin, joka muistutti hakijan kalenteria. Hakijan kalenterin ei todettu olevan omaperäinen ja hakijalle tunnusomainen. Sen sijaan hakijan kalenterin kuvan käyttäminen vastaajan tuote-esitteessä oli hyvän liiketavan vastaista.

#### **751/1991**

**Tuotepakkauksen jäljittely**  
**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**  
**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Hakijan ja vastaajan markkinoimat nestesaippuat oli pakattu toisiaan muistuttaviin pakkauksiin. Kokonaisuutena tarkasteltaessa ei pakkausten ulkomuodon ja värien samankaltaisuuden katsottu aiheuttavan sekaantumisvaaraa tuotteiden välillä, koska tuotepakkauksissa käytetyt tavaramerkit ja värikuviot olivat toisistaan erotettavissa. Vastaajan menettely ei ollut hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **761/1991**

**Tuotepakkauksen jäljittely**  
**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Vastaajan tuotepakkaus muistutti huomattavilta osin hakijan tuotepakkausta. Hakijan pakkaus oli pitkään käytettynä muodostunut hakijalle tunnusomaiseksi kokonaisuudeksi. Lisäksi koska vastaajan tuotepakkauksessa ei ollut mainittu valmistajan nimeä, tuotteiden katsottiin olevan sekoitettavista kaupallisen alkuperän suhteen. Menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

#### **765/1992**

**Tuotepakkauksen jäljittely**  
**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Hakijan ja vastaajan markkinoimien suklaapatukoiden pakkaukset muistuttivat toisiaan. Pakkauksissa oli kuitenkin selkeästi merkitty valmistajien nimet. Tuotteet eivät olleet sekoitettavissa toisiinsa.

#### **778/1993**

**Tuotepakkauksen jäljittely**  
**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**  
**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Hakijan ja vastaajan tuotteet oli pakattu toisiaan muistuttaviin pulloihin. Pakkauksia kokonaisuutena tarkasteltaessa ei niiden ulkomuodon ja värien samankaltaisuus ollut omiaan aiheuttamaan sekaantumisvaaraa. Pakkauksissa käytetyt tavaramerkit olivat toisistaan erotettavissa ja tuotepakkauksiin sisältyvät tunnuksot poikkesivat olennaisesti toisistaan. Vastaaja ei ollut menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

#### **780/1993**

**Tuotepakkauksen jäljittely**  
**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200  
kauppakamari.fi



Vastaaja oli käyttämällä tuotepakkauksessaan samankaltaisia muotoja, väritystä, logoa sekä etikettitekstiä kuin hakija, aiheuttanut sekaantumisen vaaran tuotteiden kaupallisen alkuperän suhteen. Vastaajan menettely oli hyvän liiketavan vastaista.

**813/1996**

**Tuotepakkauksen jäljittely**

**Tuotteen jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

**Tuotetietojen harhaanjohtavuus**

Vastaajan savukkeita markkinoitiin samankaltaisissa rasioissa, kuin hakijan markkinoille aiemmin tuomia savukkeita. Koska tuotteet olivat kuitenkin erotettavissa toisistaan tuotemerkin ja pakkausten erojen avulla, vastaajan ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti. Savukkeeseen painetun tekstin ei katsottu tekevän savukkeen ulkoasua niin omaperäiseksi ja tunnusomaiseksi, että sen jäljittelyä olisi voitu pitää hyvän liiketavan vastaisena. Lisäksi savukkeen ulkoasun samankaltaisuuden ei katsottu aiheuttavan sekaantumisvaaraa, koska savukkeet itsessään eivät ole nähtävissä tuotetta valittaessa. Vastaajan ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**754/1991**

**Tuotenimen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

Tuotenimien Neurobion forte ja NeuroMax forte ei katsottu olevan sekoitettavissa ottaen huomioon nimien ulkoasu kokonaisuudessaan.

**791/1994**

**Tuotenimen jäljittely**

**Tuotetunnuksen jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

MikroPC ja MikroBitti lehdet ja niiden tunnuksot eivät aiheuttaneet tuotteiden sekaantumisvaaraa.

**796/1994**

**Tuotenimen jäljittely**

**Ympäristömainonnan harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Tuotenimien ”Puutarhan BIOLANNOS” ja ”BIOLAN” samankaltaisuudesta johtuen vastaajan todettiin aiheuttaneen sekaannuksen vaaran hakijan tuotteisiin. Esitetyt ympäristövaihteet olivat osittain harhaanjohtavia. Vastaajan itsensä laatiman ympäristömerkin katsottiin harhaanjohtavaksi. Ilmaisun ”BIO” käyttämisestä ei pidetty sopimattomana.

**KESKUS-  
KAUPPAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppamari.fi





**805/1995**

**Tuotenimen jäljittely**

**Ympäristömainonnan harhaanjohtavuus**

Ennakkolausunto siitä, missä muodossa lausunnossa 796/1994 hyvän liiketavan vastaiseksi todetut tuotteet voitiin myydä loppuun.

**770/1992**

**Toiminimen jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Hakija ja vastaaja valmistivat eri tuotetta eri markkinoille. Sen, että vastaajan nimi oli osittain sama kuin hakijan, ei katsottu olevan hyvän liiketavan vastaista.

**772/1992**

**Toiminimen jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Vastaajan toiminimen "Zaza" ei katsottu sekottuvan hakijan toiminimeen "Stanza". Toiminimen käytön tunnusmerkinomaisesti todettiin kuuluvan normaaliin liiketoimintaan. Liikkeen sijoittuminen useiden muiden saman alan liikkeiden läheisyyteen on normaalia liiketoimintaa ja kilpailua, joka ei ole hyvän liiketavan vastaista. Kaupallisesti merkittävemmän katuosoitteen käyttämistä laajasti ja yhdenmukaisesti yrityksen liiketoiminnassa ja varsinkin markkinoinnissa voidaan pitää tarkoituksenmukaisena ja luonnollisena. Vastaaja ei ollut menetellyt hyvän liiketavan vastaisesti.

**803/1995**

**Toiminimen jäljittely**

Vastaajien ei katsottu aiheuttaneen sekaannuksen vaaraa ja täten toimineen sopimattomasti käyttäessään markkinoinnissaan vastaajan toiminimen "HalPala" kanssa samankaltaista nimeä "HALPA PALA".

**815/1996**

**Toiminimen jäljittely**

**Tuotenimen jäljittely**

**Kaupallisen alkuperän harhaanjohtavuus**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Yhtyenimen XL5 ei katsottu sekoittuvan yhtyenimeen XL yhtyeiden selvästi erilaisen musiikin ja kuulijakunnan vuoksi. Lisäksi nimi XL katsottiin sen lyhyden ja yleiskielisyyden vuoksi olevan erottamiskyvyltään niin heikko, ettei nimen XL5 katsottu aiheuttavan sekaantumisvaaraa. Vastaajien ei katsottu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppakamari.fi



**790/1994**

**Mainonnan jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti ja pyrkineen käyttämään hyväksi hakijan mainetta jäljittelemällä hakijan markkinointia ja erityisesti hakijan imagolle tunnusomaista väritystä.

**811/1996**

**Mainonnan jäljittely**

**Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

**Tunnustukseen viittaaminen**

Vastaajan todettiin jäljitelleen hakijan mainontaa, viitanneen oikeudettomasti hakijan saamaan ideapalkintoon ja näin käyttäneen hyväksi hakijan hankkimaa goodwill-arvoa. Vastaajan todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**749/1990**

**Liiketoiminnan jäljittely**

Sen, että pizzaketju toimi samalla periaatteella ja käytti mm. samankaltaisia esitteitä, pakkauksia ja sisutusta kuin kilpailija, todettiin olevan normaalia kilpailua eikä yhtiön todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

## **Kilpailijan hyväksikäyttö**

**746/1990**

**Kilpailijan mainosaineiston hyväksikäyttö**

Hakija oli ostanut vastaajalta yhtiön, joka aiemmin oli markkinoinut vastaajan tuotteita. Hakija ja vastaaja myivät osittain samoja tuotteita. Vastaaja käytti esitteissään materiaalia, jonka se oli teettänyt ostettua yritystä varten sen ollessa yhä vastaajan omistuksessa. Hakijan mukaan oikeus kuviin oli siirtynyt kaupan mukana. Kuvat oli teettänyt vastaajayhtiö, ei myyty yhtiö, jolloin vastaajayhtiöllä säilyi oikeus kuvien käyttämiseen. Vastaajan ei todettu menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200

kauppakamari.fi



### **785/1993**

#### **Kilpailijalta saadun tietotaidon hyväksikäyttö**

Vastaajan ei todettu käyttäneen hyväksi hakijalle kuulunutta teknistä esikuvaa eikä menetelleen sopimattomasti elinkeinotoiminnassa.

### **810/1995**

#### **Kilpailijan maineen hyväksikäyttö**

Vastaaja oli lähettänyt asiakkailleen kirjeen, jossa esitettiin kilpailijan toimintaa koskevia väitteitä. Koska vastaaja ei kyennyt osoittamaan väitteitään todeksi, sen todettiin menetelleen hyvän liiketavan vastaisesti.

Muu sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa

### **747/1990**

#### **Kilpailijaa koskevien tietojen harhaanjohtavuus Liikesalaisuuksien luvaton ilmaiseminen**

Se, että vastaaja oli kertonut kolmannelle hakijan ja vastaajan välillä käydyistä keskenjääneistä osakekaupoista, ei ollut hyvän liiketavan vastaista. Vastaaja oli kertonut kolmannelle myös hakijan tulevaisuutta koskevista muutoksista tämän liiketoiminnassa. Tältä osin vastaajan todettiin toimineen ainoastaan omien arvioidensa perusteella ja täten hyvän liiketavan vastaisesti. Tehty tarjous edustus sopimuksen siirtämiseksi hakijalta vastaajalle oli hyvän liiketavan mukaista.

### **787/1993**

#### **Liikesalaisuuksien luvaton ilmaiseminen**

Hakija tarjosi vastaajalle ensimmäisenä tiettyä teknistä ratkaisua. Tarjouskilpailun myöhemmässä vaiheessa myös toiset yritykset täydensivät tarjouksiaan niin, että niihin sisältyi vastaava ratkaisu. Hakijan mukaan vastaaja oli ilmaissut hakijan liikesalaisuuden piiriin kuuluvan, teknisen innovaation olennaisen sisällön tarjouskilpailutilanteessa muille toimittajaehdokkaille. Vastaajan todettiin kuitenkin vain ilmaisseen kiinnostuksensa kyseisen ratkaisun sisältävään järjestelmään. Vastaajan ei todettu toimineen hyvän liiketavan vastaisesti.

### **792/1994**

#### **Valmistautuminen työnantajan kanssa kilpailevaan toimintaan**

Valmistautuminen työnantajan kilpailijaksi ei sinänsä ole hyvän liiketavan vastaista. Oman yrityksen perustamistoimet ovat pääsääntöisesti sallittuja työsuhteen aikana. Työsuhteen päättymisen jälkeen henkilö on oikeutettu kilpailemaan entisen työnantajan kanssa samalla alalla ja tarjoamaan palveluksiaan entisen työnantajan asiakkaille.



**795/1994**

**Arpajaiset**

Ennakkolausunto siitä, ettei vähittäismyymälöissä järjestettäväksi suunniteltua arpajaiskilpailua pidetty hyvän liiketavan vastaisena.

**KESKUS-  
KAUPPAKAMARI**

Aleksanterinkatu 17, PL 1000 | 00100 HELSINKI | +358 9 4242 6200  
kauppakamari.fi