

ELINTARVIKEMARKKINAVALTUUTETUN OSTAJAN OMAN TUOTEMERKIN SUOSIMISEN KIELTOA KOSKEVA OHJE

Julkaistu 14.9.2026



Elintarvikemarkkinavaltuutettu
Livsmedelsmarknadsombudsmannen
The Food Market Ombudsman

Elintarvikemarkkinalain soveltamisohjeet

Elintarvikemarkkinavaltuutetun antamiin ohjeisiin on koottu opastusta elintarvikemarkkinoita koskevan sääntelyn noudattamisen tueksi. Ohjeiden tarkoituksena on antaa alan toimijoille neuvoja ja ohjeita elintarvikemarkkinalain säännösten soveltamiseen.

Ohjeissa esitetyt tulkinnat ovat luonteeltaan ohjeellisia, eikä niillä ole oikeudellista sitovuutta.

- Vaikka ohjeet eivät ole sitovia, elintarvikemarkkinavaltuutettu ratkaisee vireille tulevia tapauksia niissä kuvattujen periaatteiden mukaisesti.
- Jokainen toimija vastaa aina oman toimintansa lainmukaisuudesta. Jos olet epävarma toimintasi lainmukaisuudesta, ota yhteyttä toimistoomme, omaan toimialajärjestösi tai elintarvikemarkkinoiden sääntelyyn perehtyneeseen asiantuntijaan.

Ohjeistuksissa kuvatut tilanteet ovat yksinkertaistettuja esimerkkejä. Käytännön tilanteissa on otettava huomioon kaikki asiaan liittyvät yksityiskohdat. Siksi esimerkit eivät välttämättä ole suoraan sovellettavissa käytäntöön.

Ohjeistuksia voi olla tarvetta päivittää julkaisemisen jälkeen. Tarkistathan aina ohjeistuksen uusimman päivitetyn version.

- Tämä ohjeistus on annettu 14.9.2026

Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kieltoa koskeva 4 c §

Elintarvikemarkkinalakiin (ETML) on lisätty vuonna 2026 ostajan oman tuotemerkin suosimisen kieltoa koskeva pykälä (509/2026):

4 c § Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kielto

Jos tavarantoimittaja on neuvotteluvoimaltaan ostajaa heikommassa asemassa, ostajan on otettava huomioon tavarantoimittajan ostajalle myymiin:

- 1) maataloustuotteisiin liittyvät edut, kun nämä tuotteet kilpailevat sellaisten maataloustuotteiden kanssa, jotka ostaja asettaa myytäväksi käyttämällä niiden tunnuksena omaa tuotemerkkiään;*
- 2) elintarvikkeisiin liittyvät edut, kun nämä elintarvikkeet kilpailevat sellaisten elintarvikkeiden kanssa, jotka ostaja asettaa myytäväksi käyttämällä niiden tunnuksena omaa tuotemerkkiään.*

Tavarantoimittajan neuvotteluvoimaa on arvioitava suhteessa ostajan neuvotteluvoimaan. Tavarantoimittaja on neuvotteluvoimaltaan ostajaa heikommassa asemassa, jos tavarantoimittaja on elinkeinotoiminnan harjoittamisessa erityisen riippuvainen ostajasta. Arvioitaessa tavarantoimittajan ostajasta riippuvaista asemaa, on otettava huomioon se, kuinka suuren osuuden tavarantoimittajan tuotannosta ostaja ostaa, vaihtoehtoisten ostajien määrä sekä muut vastaavat seikat.

Kun maataloustuotteiden tai elintarvikkeiden toimitussopimus koskee muita kuin sellaisia tuotteita, joita myydään käyttämällä niiden tunnuksena ostajan omaa tuotemerkkiä, toimitussopimuksen syntymisen tai sopimussuhteen tai tilausten jatkumisen ehtona ei saa olla eikä ostaja saa muutoin edellyttää, että tavarantoimittaja tekee ostajan kanssa sopimuksen myös sellaisten maataloustuotteiden tai elintarvikkeiden toimittamisesta tai valmistamisesta, joita myydään käyttämällä niiden tunnuksena ostajan omaa tuotemerkkiä tai, että tavarantoimittaja jatkaa sellaista sopimusta.

Muutoksia sovelletaan kahdessa vaiheessa:

- 22.6.2026 tai sen jälkeen tehtäviin uusiin toimitussopimuksiin sovelletaan uusia säännöksiä välittömästi.
- Ennen 22.6.2026 tehtyjen toimitussopimusten tulee olla uusien säännösten mukaisia viimeistään 30.11.2026.

Uusi ostajan oman tuotemerkin suosimisen kieltoa koskeva pykälä on herättänyt erityisesti kaupan alan toimijoissa epätietoisuutta siitä, mitä velvollisuuksia uudesta pykälästä käytännössä seuraa.

Tähän elintarvikemarkkinavaltuutetun (ETMV) ohjeistukseen on koottu opastusta uuden sääntelyn noudattamisen tueksi.

Minkä tuotteiden kauppaan ja millaisiin kauppasopimuksiin elintarvikemarkkinalain 4 c §:ää sovelletaan?

Tätäkin elintarvikemarkkinalain pykälää sovelletaan yleisesti

- kaikkiin elinkeinonharjoittajien välisiin maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden kauppaa koskeviin sopimuksiin ja käytäntöihin,
- kun tavarantoimittaja on liikevaihdoltaan ostajaa pienempi ja ostajan liikevaihto on vähintään kaksi miljoonaa euroa.

Elintarvikemarkkinalakia ei sovelleta kuluttajien kanssa käytävään kauppaan.

Yksityiskohtaisesti elintarvikemarkkinalain säännösten soveltamisalaa käsitellään elintarvikemarkkinavaltuutetun ohjeissa

<https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikemarkkinat/elintarvikemarkkinavaltuutettu/toiminta/ohjeistus/1--soveltamisala/>

Lisäksi pykälän 1 momentti koskee vain tilannetta, jossa **tavarantoimittaja on neuvotteluvoimaltaan ostajaa heikommissa asemassa**. Tavarantoimittaja on pykälän 2 momentin mukaan neuvotteluvoimaltaan ostajaa heikommissa asemassa, jos tavarantoimittaja on elinkeinotoiminnan harjoittamisessa erityisen riippuvainen ostajasta. Tässä arvioinnissa on otettava huomioon se, kuinka suuren osuuden tavarantoimittajan tuotannosta ostaja ostaa, vaihtoehtoisten ostajien määrä sekä muut vastaavat seikat.

Lakiesityksen perusteluissa käsitellään tavarantoimittajan ostajasta riippuvaista asemaa:

- Tyypillisesti tavarantoimittaja voi olla ostajasta riippuvainen, jos vaihtoehtoisia ostajia tavarantoimittajien tuotteille ei ole tai niitä on hyvin vähän. Tällä perusteella säännöstä voitaisiin siten soveltaa myös esimerkiksi liikevaihdoltaan suunnilleen samankokoisten elinkeinonharjoittajien välisessä suhteessa.
- Riippuvainen asema voi ilmetä myös esimerkiksi siten, että tavarantoimittaja on sopimuksin velvoitettu myymään tuotteensa ostajalle. Myös erilaiset rahoitusjärjestelyt voivat johtaa riippuvaiseen asemaan esimerkiksi silloin, jos ostaja myös luotottaa tavarantoimittajien elinkeinotoimintaa.
- Muina riippuvaista asemaa osoittavina seikkoina voidaan ottaa huomioon myös esimerkiksi poikkeaminen hyvästä kauppatastavasta tai erot tavarantoimittajan ja ostajan liikevaihdon suuruudessa.

Tämän lisäksi ETMV ottaa pykälän soveltamisen kokonaisarvioinnissa huomioon sen, jos tavarantoimittajalla ei ole ollut aitoa mahdollisuutta neuvotella toimitussopimuksen ehdoista ostajan kanssa.

Mitä uudella pykälällä tavoitellaan ja mitä sillä ei tavoitella?

Pykälä koskee tilanteita, joissa ostajalla (esim. vähittäiskauppa) on kaksoisrooli:

- se ostaa ja myy tavarantoimittajan tuotevalikoimaan kuuluvia tuotteita, ja
- se ostaa ja myy samanaikaisesti omalla tuotemerkillään (kaupan merkki, private label, jäljempänä PL-tuote) tavarantoimittajan tuotteiden kanssa kilpailevia tuotteita.

Ostajien etujen mukaista on yleensä edistää kaikkien myytävänä olevien tuotteiden myyntiä.

Kaksoisroolissa olevilla ostajilla on kuitenkin näissä tilanteissa taloudellinen intressi edistää erityisesti

omien PL-tuotteidensa myyntiä. Uuden pykälän tavoitteena on varmistaa oikeudenmukainen kilpailutilanne tavarantoimittajan tuotteiden ja ostajan PL-tuotteiden välillä:

- Ostajan on otettava huomioon heikommassa neuvotteluasemassa olevan tavarantoimittajan tuotteisiin liittyvät edut, kun tavarantoimittajan tuotteet kilpailevat PL-tuotteen kanssa.
- Ostaja ei saa sitoa tavarantoimittajan tuotteiden toimitussopimusta vaatimukseen PL-tuotteiden valmistamisesta tai toimittamisesta ostajalle.

Pykälän tarkoituksena ei ole rajoittaa sitä, että kauppa teettää ja markkinoi PL-tuotteita kuluttajille eikä pykälässä rajoiteta PL-tuotteiden määrää tai markkinaosuutta kaupan valikoimissa. Päätösvalta kaupassa myytävien tuotteiden valikoimaan ottamisesta, hinnoittelusta ja markkinoinnista on edelleen kaupan toimijoilla. Pykälän 1 momentissa säädetty ostajan velvollisuus ottaa huomioon tavarantoimittajan tuotteisiin liittyvät edut koskee perusteluiden mukaan vain tavarantoimittajan ostajalle jo myymiä tuotteita. Se ei siten koske esimerkiksi ostajan päätöstä olla ostamatta valikoimiin tarjottuja tuotteita.

Pykälän perusteluissa ei myöskään ole varsinaisesti lueteltu esimerkkejä sellaisista PL-tuotteiden hinnoitteluun, esillepanoon tai menekinedistämiseen liittyvistä käytännöistä, jotka olisivat lain voimaan tultua pykälän vastaisia.

Miten oma tuotemerkki ("PL-tuote") on laissa määritelty?

Oma tuotemerkki on määritelty lain 2 §:n uudessa 9 kohdassa:

2 § Määritelmät

Tässä laissa tarkoitetaan:

9) omalla tuotemerkillä sellaista tavaramerkkilaissa (544/2019) tarkoitettua tavaramerkkiä ja EU-tavaramerkkiä, jota elinkeinonharjoittaja käyttää tarjoamiensa tavaroiden tunnuksena tavaramerkin tai EU-tavaramerkin haltijana, tavaramerkkiä tai EU-tavaramerkkiä koskevan käyttöoikeussopimuksen nojalla tai tavaramerkin haltijan tai EU-tavaramerkin haltijan kanssa harjoittamansa osto- ja hankintayhteistyön nojalla, ja sellaista tavaramerkkilaissa tarkoitettua yhteisömerkkiä, jota elinkeinonharjoittaja käyttää tarjoamiensa tavaroiden tunnuksena sellaisen yhteisön jäsenenä, joka on yhteisömerkin haltija.

Oma tuotemerkki on määritelty yrityksen tarjoamien tavaroiden tavaramerkin haltijan kautta:

- Kauppa hallitsee myytävänä olevien tavaroiden tavaramerkkiä itse.
- Kauppa ei hallitse tavaramerkkiä itse, mutta sillä on käyttöoikeussopimus tavaramerkin käyttämiseen tavaramerkin haltijan kanssa.
- Kauppa ei hallitse tavaramerkkiä itse, mutta sillä on osto- ja hankintayhteistyön perusteella oikeus käyttää tavaramerkin haltijan tavaramerkkiä.
- Kauppa ei hallitse yhteisön tavaramerkkiä itse, mutta sillä on yhteisön jäsenenä oikeus käyttää myymissään tuotteissa yhteisömerkkiä.

Esimerkkejä omista tuotemerkeistä

- Tokmanni Oyj hallitsee Priima-tavaramerkkiään.



- Kespro Oy hallitsee Menu-tuotemerkkiään.
- Kesko Oyj hallitsee Pirkka-tavaramerkkiään, jolla varustettuja elintarvikkeita valmistetaan Kesko Oyj:n kauppiaille osto- ja hankintayhteistyössä.
- Coop Trading A/S hallitsee COOP-tavaramerkkiään, jolla varustettuja elintarvikkeita valmistetaan SOK:n osin omistaman kansainvälisen osto- ja hankintayhteenliittymän tilauksesta.
- Lidl Stiftung & Co. KG hallitsee Solevita-tavaramerkkiään, jolla varustettuja elintarvikkeita myydään Suomessa kyseiseen yritysryhmään kuuluvan Lidl Suomi Kommandiittiyhtiön myymälöissä.

Mitä lain 4 c §:ssä säädetty ”Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kielto” käytännössä tarkoittaa?

a) Ostajan tulee ottaa huomioon tavarantoimittajan tuotteisiin liittyvät edut myydessään niiden kanssa kilpailevia PL-tuotteita

Pykälän 1 momentissa ei ole kielletty ostajan oman tuotemerkin suosimista, mutta sen sanamuodon mukaan ostajan on otettava huomioon tavarantoimittajan myymiin tuotteisiin liittyvät edut, kun tavarantoimittajan tuotteet kilpailevat ostajan myymien PL-tuotteiden kanssa. Pykälässä ei tarkemmin määritellä, mitä näiden ”etujen huomioon ottaminen” tarkoittaa.

Oikeusjärjestyksen pääsääntönä on edelleen, että jokainen elinkeinoharjoittaja saa harjoittaa elinkeinoaan haluamallaan tavalla ja edistää ensisijaisesti omia etujaan. Esimerkiksi vähittäiskaupat saavat edelleen sijoittaa myytävänä olevat tuotteet ja toteuttaa esimerkiksi tuote-esittelyjä myymälöissään sekä päättää hinnoittelusta ja tarjouskampanjoista haluamallaan tavalla. Säännöksen perustelujen mukaan säännöstä sovelletaan vain tavarantoimittajan ostajalle jo myymiin tuotteisiin eikä ostajan tarvitse kohdella tavarantoimittajan tuotteita ”täysin samojen periaatteiden mukaisesti” kuin omia PL-tuotteitaan. Laissa ei myöskään vaadita, että esimerkiksi valikoimaan ottamisen, esillepanon tai hinnoittelun tulisi perustua etukäteen päätettyihin tasapuolisiin perusteisiin tai suunnitelmiin. Toisaalta se, että esimerkiksi hyllypaikkasuunnittelu tai tuotteiden näkyvyys verkkokaupassa perustuu ohjelmoituihin algoritmeihin ei automaattisesti vapauta ostajaa pykälässä säädetystä velvoitteesta.

Se, onko ostaja ottanut riittävästi huomioon tavarantoimittajan tuotteeseen liittyvät edut, riippuu yleensä usean toimenpiteen kokonaisarvostelusta, jossa sekä sopimusehtoja että ostajan kaikkia toimia ja niiden vaikutuksia ostajan omien PL-tuotteiden ja tavarantoimittajan tuotteiden myyntiin verrataan keskenään. ETMV voi tutkia oman tuotemerkin suosimisen kiellon rikkomista esimerkiksi tilanteissa, joissa ketjujohtoisesti toteutetaan uusien PL-tuotteiden lanseeraukseen liittyviä markkinointi- ja hinnoittelutoimia, joiden tarkoitus on heikentää kilpailevien tavarantoimittajien tuotteiden asemaa uusien PL-tuotteiden eduksi.

ETMV:n valvonnassa pykälää sovelletaan vain sellaiseen ostajan toteuttamaan toimintaan, jota **ei voida yleisesti hyväksyä** heikompa tavarantoimittajaa kohtaan. Ellei ostajan toiminta ole luonteeltaan

1 Tähän liittyen maa- ja metsätalousvaliokunnan mietinnössä MmVM 12/2026 vp todetaan, että muutosten tarkoituksena on ”puuttua ainoastaan niihin PL-tuotteisiin liittyviin toimintatapoihin ja -käytäntöihin, joita ei voida pitää heikomman osapuolen kannalta kohtuullisina tai hyvän kauppatavan mukaisina.”

poikkeuksellista, ETMV ei omassa valvonnassaan esimerkiksi arvioi erikseen erilaisissa myymälöissä myytävien tuotteiden esillepanoa tai kerää tietoja tuotteiden hinnoittelusta.

Ostajan oman tuotemerkin suosimisen kieltoa voidaan usein soveltaa yhdessä monen muun sopimusoikeuteen liittyvän yleisen velvollisuuden kanssa:

- ETML 4 §:ssä on jo aiemmin viitattu **kohtuuttomien sopimusehtojen kieltoon** sekä sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annetun lain 1 §:ään, jonka mukaan elinkeinotoiminnassa **ei saa käyttää ”hyvän liiketavan vastaista menettelyä”**. Kun hyvänä liiketapana pidetään yleisesti tunnollisen ja rehellisen elinkeinonharjoittajan noudattamaa sekä kilpailijoiden ja asiakkaiden hyväksymää menettelyä taloudellisessa toiminnassa, tätä määritelmää käytetään myös PL-tuotteita koskevan pykälän soveltamisessa.
- Elintarvikemarkkinalakiin on lisätty myös uusi 4 a § (Neuvotteluvoiman väärinkäyttö). Kyseinen pykälä koskee tilanteita, joissa menettely kohdistuu useisiin tavarantoimittajiin, joiden neuvotteluvoima on "merkittävästi heikompi". Tämän kohtuuttomien sopimusehtojen kieltoa koskevan pykälän perusteluissa viitataan kaikkiin sopimussuhteisiin sovellettavaan **lojaliteettiperiaatteeseen**, jonka mukaan sopimusosapuolten on jo neuvotteluista lähtien otettava kohtuullisessa määrin huomioon toistensa oikeudet ja edut.

Lojaliteettivelvollisuus voi koskea jo sopimusneuvotteluja. Jos ostaja on esimerkiksi tuomassa markkinoille tavarantoimittajan tuotteen kanssa kilpailevaa uutta PL-tuotetta, sillä voi olla sopimusneuvotteluissa tai valikoimajakson vaihtuessa velvollisuus tiedottaa tästä tavarantoimittajan tuotteiden myynnille merkityksellisestä seikasta. Tavarantoimittajaa vahvemmalla ostajalla on tavanomaista suurempia lojaliteettivelvoitteita ainakin tilanteissa, joissa yhteistyösuhde tavarantoimittajaan on kestänyt pitkään ja yhteistyö on pitänyt sisällään esimerkiksi tuotekehittelyä. Periaate liittyy myös esimerkiksi oikeustoimilain 33 §:ssä säädettyyn **kunnianvastaisen ja arvottoman menettelyn kieltoon**.

- Kilpailutusjaksojen vuoksi kauppa saa useita kuukausia etukäteen tietoonsa tavarantoimittajien tuotteiden yksityiskohtaisia tietoja. ETML 4 b §:ssä säädetään **kiellosta edellyttää ja käyttää tiettyjä tietoja**. Pykälän 2 momentin mukaan ostajalla on oikeus käyttää esimerkiksi tavarantoimittajan tuotteen reseptiikasta tai tuotantotavoista saamia tietoja ainoastaan etukäteen ilmoittamiinsa tarkoituksiin. Lisäksi lain 2 h §:ssä viitataan liikesalaisuuksien ja teknisten ohjeiden suojaan. Jos ostaja käyttää omien PL-tuotteidensa tuotekehittelyssä hyväksi tavarantoimittajan kilpailevista tuotteista saamia tietoja, menettelyä arvioidaan myös siinä suhteessa, voidaanko kyseistä imitointia pitää yleisesti alan muiden ostajien ja asiakkaiden hyväksymänä hyvänä liiketapana.
- ETML 2 d §:n mukaan ostaja ja tavarantoimittaja saavat sopia siitä, että tavarantoimittaja maksaa ostajalle esimerkiksi tuotteiden esilläpidosta ja markkinoinnista. Vaikka kyse olisi muutoin sallituista maksuista, **tavarantoimittajalta**

perittävien maksujen tavanomaisesta poikkeavaa käyttämistä voidaan arvioida ostajan PL-tuotteiden suosimisena.

- ETML 3 a §:ssä säädetään sopimusehtojen muuttamista koskevista neuvotteluista poikkeuksellisten olosuhteiden johdosta. Tilannetta, jossa ostaja päätyy kyseisten neuvotteluiden jälkeen sopimaan **sopimusehtojen muuttamisesta** oman PL-tuotteensa toimittajan kanssa, mutta kieltäytyy vastaavista muutoksista muiden tavarantoimittajien kanssa, voidaan arvioida ostajan PL-tuotteiden suosimisena.
- ETML 2 e §:ssä kielletään ostajia toteuttamasta kaupallisia kostotoimia muun muassa tilanteessa, jossa tavarantoimittaja käyttää lakisääteisiä oikeuksiaan. Kaikilla tavarantoimittajilla on sopimusvapauden periaatteen mukaisesti oikeus valmistaa ja toimittaa PL-tuotteita haluamilleen ostajille. Kaupallisia kostotoimia koskevaa säännöstä voidaan soveltaa, jos ostaja heikentää tai uhkaa heikentää tavarantoimittajan tuotteiden asemaa valikoimissaan sen vuoksi, että tavarantoimittaja valmistaa tai toimittaa PL-tuotteita kilpaileville ostajille.
- Siihen, missä määrin ostajan tulee ottaa huomioon tavarantoimittajan tuotteisiin liittyvät edut, vaikuttaa muun muassa se, kuinka merkittävä edellä mainittu neuvotteluvoimien epäsuhta on. Jotkut ostajan omaa tuotemerkkiä suosivista menettelyistä voivat täyttää samanaikaisesti myös kilpailulain 7 §:ssä **kielletyn määräävän markkina-aseman väärinkäytön** tunnusmerkistön. Joka tapauksessa ETMV kohdistaa tarvittaessa valvontaa erityisesti tilanteisiin, joissa määräävässä markkina-asemassa oleva ostaja keskitetysti vaikuttaa kilpailevien tuotteiden asemaan markkinoilla omia PL-tuotteitaan suosiakseen.

b) Tavarantoimittajan tuotteiden toimitusten sitominen PL-tuotteiden toimittamiseen

Pykälän 3 momentissa on kielletty ostajan oman tuotemerkin suosiminen siten, että ostaja sitoo tavarantoimittajan toimitussopimuksen syntymisen tai jatkumisen sellaiseen sopimukseen, joka koskee ostajan PL-tuotteen valmistamista tai tuotteiden toimittamista myytäväksi PL-tuotteena. Perustelujen mukaan esimerkiksi, jos tavarantoimittaja on alkutuottaja, kuten kasvisten viljelijä, joka toimittaa kaupalle kasviksia omalla tuotemerkkillään, kauppa ei saa lopettaa kasvisten ostamista sen vuoksi, että viljelijä ei toimita kasviksia myytäväksi kaupan oman PL-tuotemerkin alla.

Toisin kuin edellä käsitelty pykälän 1 momentti, säännös ei edellytä ostajan ja tavarantoimittajan neuvotteluvoiman vertailua.

Säännös kieltää nimenomaisesti seuraavat ostajan toimenpiteet tai niillä uhkaaminen:

- Ostaja ei ota tavarantoimittajan tuotetta valikoimiin, ellei tavarantoimittaja sitoudu valmistamaan PL-tuotetta.
- Ostaja ei jatka tavarantoimittajan tuotteen toimitussopimusta, ellei tavarantoimittaja sitoudu valmistamaan PL-tuotetta.

- Ostajan tarjoamat toimitussopimuksen ehdot tavarantoimittajan tuotteelle ovat heikommät, jos tavarantoimittaja ei valmista PL-tuotetta, kuin jos tavarantoimittaja sitoutuu valmistamaan PL-tuotetta.
- Ostaja lopettaa tavarantoimittajan tuotteen ostamisen, koska tavarantoimittaja ei halua jatkaa PL-tuotteen valmistamista.

Ostajien menettely voi näissä tilanteissa rikkoa myös kilpailulain 7 §:ssä säädettyä määräävän markkina-
aseman väärinkäytön kieltoa.

Kuten perusteluissa todetaan, PL-tuotteiden valmistamisesta voi olla tavarantoimittajille todellisia
hyötyjä. Säännöksen tarkoituksena ei ole rajoittaa tai kieltää sellaisia sopimuskäytäntöjä, jotka ovat
tavarantoimittajien etujen mukaisia. Tavarantoimittajat voivat jatkossakin toimittaa ostajille sekä brändi-
että PL-tuotteita ja oman harkintansa mukaan vapaaehtoisesti tarjota tällaisissa tilanteissa parempia
sopimusehtoja sekä brändi- että PL-tuotteita ostaville ostajille.

Mitä seuraamuksia ETML 4 c §:n rikkomisesta voi olla?

ETMV käynnistää tarvittaessa omat tutkimuksensa säännösten rikkomisesta joko toimenpidepyynnön
tai muutoin tietoonsa saamien tietojen perusteella. ETMV pyrkii ratkaisemaan asiat ensisijaisesti
neuvotteluin sekä avustamaan osapuolia saamaan sovinnollinen ratkaisu. Säännösten rikkojalle
annetaan yksityiskohtaista neuvontaa säännösten noudattamiseksi ja tarvittaessa huomautus.

ETMV voi myös kieltää säännösten rikkojaa jatkamasta tai uusimasta säännösten vastaista menettelyä ja
kiellon tehosteeksi voidaan asettaa uhkasakko. ETML 11 §:ssä tarkoitettu julkinen varoitus voidaan antaa
ainoastaan 3 momentin vastaisesta menettelystä ja seuraamusmaksua ei voida esittää pykälän nojalla
lainkaan.

Oman tuotemerkin suosimisen kieltoa koskeva pykälä vaikuttaa lisäksi yhdessä sopimusoikeudellisen
lojaliteettiperiaatteen kanssa siten, että pykälän rikkomisesta voi yleisessä tuomioistuimessa seurata
esimerkiksi ostajan vahingonkorvausvelvollisuus tavarantoimittajalle sekä säännösten vastaisen
sopimusehdon sovittelu tai pätemättömyys.