

# Miten EU:ssa otetaan ihmiskeskeisyys huomioon, esimerkkinä kuluttajalainsäädäntö ja behavioural insights

Kuluttaja-asiaineuvos  
Anja Peltonen

# Ihmisen käyttäytyminen

- Emme kykene omaksumaan kerralla kovinkaan paljon tietoa, meillä on päätöksenteon oikopolkuja, jotka voivat johtaa harhaan ja pyrimme helpottamaan elämäämme mieluummin kuin näkemään vaivaa.
- Tämä tarkoittaa myös tiettyä ihmiskuvan armeliaisuutta erheitä kohtaan.

# Käyttäytymistieteet EU:ssa

- OECD kuluttajapoliittisessa komiteassa ensimmäinen BE konferenssi 2005 ->
- EU: How can BE Improve Policies Affecting Consumers, 2008
- BE, so what: Should Policy-makers Care?, 2010
- Applying Behavioural Insights to Policy-making, 2013
- -> 2013 vuodesta BI käsite vakiintunut

# EU paremman sääntelyn suuntaviivat

## Luku III Vaikutusarviointi 11/2021

<https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/better-regulation-guidelines-impact-assessment.pdf>

Huomioon otettavana ongelman syynä voivat olla ihmisen käyttäytyminen, käyttäytymisvinoumat

Ovatko säännökset niin yksinkertaisia ja selkeitä kuin mahdollista?



*Better Regulation*  
**TOOLBOX**

November 2021

# Better regulation toolbox

- Behavioural studies show **how people make actual choices**, based on rigorous observation of behaviour rather than assumptions.
- **Policy design** should take into account well documented consumer biases, such as the **'status quo bias'** (letting the default rule determine our decision), **'myopia'** (choosing a small reward today over a larger one later) or **'loss aversion'** (preference towards avoiding loss over acquiring gains).

# Käyttäytymistieteiden soveltamisesta

Applying Behavioural Sciences to EU Policy

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC83284>

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a10aa7ef-0301-11e7-8a35-01aa75ed71a1/language-en>

Ex-ante behavioural testing of the effectiveness of policy interventions can be carried out through the Framework Contract for the Provision of Behavioural Studies

<https://etendering.ted.europa.eu/cft/cft-display.html?cftId=5408>

Seven Points to Remember when Conducting Behavioural Studies in Support of EU Policy-making.

<https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC96525/Ifna27345enn.pdf>

# [https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/evidence-based-consumer-policy/behavioural-research\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/evidence-based-consumer-policy/behavioural-research_en)

[Study on the transparency of online platforms - 2018](#)

[Study in consumers' decision-making in insurance services: A behavioural economics perspective - 2017](#)

[Study on consumers' attitudes to terms and conditions - 2016](#)

[Study on the impact of marketing through social media, online games and mobile applications on children's behaviour - 2016](#)

[Milan BEXpo: A behavioural study on food choices and eating habits - 2015](#)

[Study on the impact of food information on consumers' decision making - 2014 \(pdf\)](#)

[Study on the effects on consumer behaviour of online sustainability information displays - 2014 \(pdf\)](#)

[Impact of information on patients' choice within the context of the directive 2011/24/EU on the application of patient's rights in cross-border healthcare - 2014 \(pdf\)](#)

[Study on the impact of the energy label - and potential changes to it - on consumer understanding and on purchase decisions - 2014 \(pdf\)](#)

[Study on online gambling and adequate measures for the protection of consumers of gambling services - 2014 \(pdf\)](#)

[Testing CO2/car labelling options and consumer information - 2014 \(pdf\)](#)

[Testing of a standardised information notice for consumers on the common European sales law - 2013 \(pdf\)](#)

[Bank fees behaviour study - 2012 \(pdf\)](#)

[Report: Consumer decision-making in retail investment services: A behavioural economics](#)



# Competence Centre on Behavioural Insights

## Behavioural insights for agriculture

European farmers are key to a sustainable EU. Understanding farmers' decisions can lead to more effective agricultural policies.

## Behavioural insights for climate and environment

What we consume and how we live affects our environment. Insights into human behaviour can help design more effective environmental policies.

## Behavioural insights for communication

Communicating with Europeans is integral to the work of the European Commission. Effective communication can profit from knowledge about the behavioural factors of the target population.

## Behavioural insights for consumer protection

As consumers, we sometimes make decisions too quickly or without integrating all the relevant information. Behavioural insights can help us correct these 'biases'.

## Behavioural insights for employment

Understanding how employers and employees take work-related decisions can help shape better employment policies.

## Behavioural insights for energy

Clean, affordable and secure energy is fundamental to a carbon-free EU. Understanding European's energy-related decisions can contribute to better EU energy policy.

## Behavioural insights for finance

Behavioural factors other than profit maximisation influence our financial decisions. Understanding these factors can improve market regulation and policies aimed at protecting investors.

## Behavioural insights for health

Many of our behaviours affect our health, and that of those around us. Understanding this can help shape better health policies.

All topics

# Valinta-arkkitehtuuri – kyse kuluttajien päätöksenteosta

- Missä yhteydessä informaatio annetaan ja miten se esitetään
- Hoputtaminen, termien ymmärrettävyys, auktoriteettien vaikutus, personointi, helposti löydettävissä

Valintaympäristö vaikuttaa valintaan

Miten valintatilanne on muotoiltu ja miten vaihtoehdot esitetään

Valintojen määrä, ominaisuuksien määrä

Lisävalinnat monimutkaistavat

Poissulkevat päätöspuut

# Kuluttajan päätöksenteko

Automaattiohjaus,  
tilannesidonnaisuus,  
helppous ja  
vaivattomuus,  
nopeus

Informaatio: miten  
ja missä yhteydessä

Parempi pyy  
pivossa...

Tässä ja nyt –  
tulevaisuus on  
joskus

Oletusvalinnat ovat  
vaivattomia ja  
Samassa veneessä  
olla

Mutta muutokset  
hankalia

# 'People aren't dumb, the world is hard'

Disclosure: Why it shouldn't be the default

A joint report from the Australian Securities and Investments Commission (ASIC) and the Dutch Authority for the Financial Markets (AFM), 2019

Pete Lunn: once we have to take into account more than two or three different factors, our ability to identify good and bad deals becomes strikingly inaccurate.

Everybody tested struggled to differentiate good from bad deals when they had to take into consideration more than two or three product attributes.

# Ihmiskuva vaikuttaa valittaviin politiikkakeinoihin

- “If people's suboptimal choices are due to lack of knowledge or information, then conventional education or information campaigns could constitute an appropriate remedy.
- On the other hand, if people's behaviour reflects fundamental aspects of human nature (such as default bias, present bias, loss aversion, overconfidence, etc.), a better approach would require considering biases when designing policies”
- Marianna Baggio, Emanuele Ciriolo, Ginevra Marandola & René van Bavel (2021) The evolution of behaviourally informed policy-making in the EU, *Journal of European Public Policy*, 28:5, 658-676, DOI: [10.1080/13501763.2021.1912145](https://doi.org/10.1080/13501763.2021.1912145)



# KOMISSIION TIEDONANTO 12/2021– Ohjeet direktiivin 2005/29/EY tulkintaa ja soveltamista varten 2021/C 526/01

- Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevassa direktiivissä tarkoitettu keskivertokuluttaja ei missään tapauksessa ole henkilö, joka tarvitsee vain vähän suojelua, koska hän pystyy aina hankkimaan saatavilla olevat tiedot ja toimimaan viisaasti niiden perusteella.
- Manipuloivien menettelyjen luokassa käytetään käsitettä ”dark pattern” viittaamaan sellaiseen pahantahtoiseen nudge-toimintatapaan, joka on yleensä sisällytetty digitaalisiin suunnittelurajapintoihin.

# Komission tiedonanto: Keskivertokuluttaja – mitä se on?

- Käyttäytymistaloustieteestä saadut tiedot osoittavat, että annettujen tietojen sisällön lisäksi myös tietojen esitystavalla voi olla huomattava vaikutus siihen, miten kuluttajat reagoivat tietoihin.

Kansallisten tuomioistuinten ja hallintoviranomaisten tehtävänä on arvioida kaupallisten menettelyjen harhaanjohtava luonne ottaen huomioon (behavioural economics) koskevat viimeisimmät tiedot.



# Kyse on kuluttajien tekemistä päätöksistä ja valinnoista

- Energia: "On olennaisen tärkeää, että pienempien asiakkaiden saatavilla on vähintäänkin yksi vertailuväline ja että tällaisilla välineillä saatavat tiedot ovat luotettavia, puolueettomia ja avoimia... laskuista on tarpeen tehdä selkeämpiä ja helpommin ymmärrettäviä ja on varmistettava, että laskuissa ja laskutustiedoissa esitetään selvästi joitakin tärkeitä tietoja, joita kuluttajat tarvitsevat energiankulutuksensa säännöstelyyn, tarjousten vertailuun ja toimittajan vaihtamiseen.
- [Consumer study on "Pre-contractual information and billing in the energy market - improved clarity and comparability"](#)

# Sopimusehtojen selkeys viestintäpalveluissa (EU) 2018/1972

- Valinnanvaran parantamiseksi palveluntarjoajien olisi myös esitettävä tiivistelmä keskeisistä sopimusehdoista... Sopimustiivistelmän tulisi olla ytimekäs ja helppolukuinen – ihannetapauksessa enintään yhtä yksipuolista A4-sivua vastaavan pituinen – tai jos useita eri palveluja on yhdistetty samaan sopimukseen, enintään kolmea yksipuolista A4-sivua vastaavan pituinen.
- [Study on consumers' attitudes to terms and conditions - 2016](#)

# Digital Services Act -ehdotus ja Dark Patterns

- Verkossa toimivien markkinapaikkojen tarjoajien ei pitäisi tukeutua niin sanottuun harhauttavaan suunnitteluun verkkorajapintojensa suunnittelussa.
- Harhauttavalla suunnittelulla tarkoitetaan suunnittelutekniikoita, jotka ohjaavat tai harhauttavat kuluttajia tekemään epätoivottuja päätöksiä, joista aiheutuu heille kielteisiä seurauksia.
- Tällaisilla manipulointitekniikoilla voidaan pyrkiä saamaan palvelun vastaanottajat käyttäytymään tavalla, joka ei vastaa heidän haluaan, muun muassa tekemällä ostosten teon keskeyttämisestä tai tietyltä markkinapaikalta uloskirjautumisesta kohtuuttoman vaikeaa, harhauttamalla palvelun vastaanottajia ohjaamalla heidät tekemään ostopäätöksiä, tai asettamalla sellaiset oletusasetukset, joita on hyvin vaikea muuttaa...

# PIKALUOTTOJEN MARKKINOINNIN SÄÄNTELYN VAIHTOEHTOJA

ANJA PELTONEN  
MIKA SAASTAMOINEN

<https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2021/11/2019-kkv-selvityksia-6-2019-pikaluottojen-saantelyn-vaihtoehtoja.pdf>

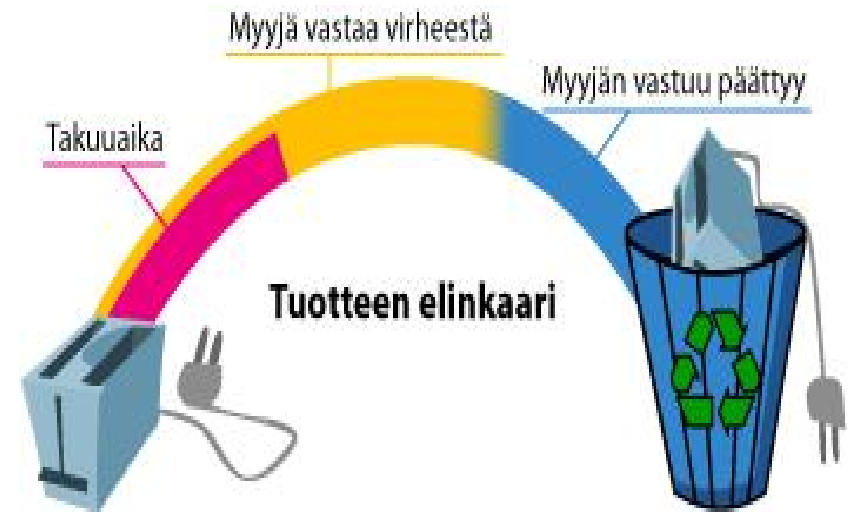
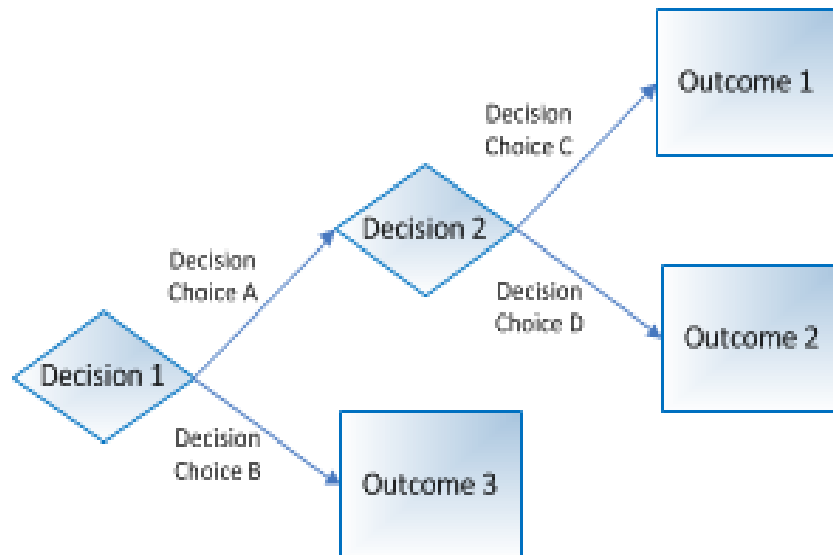
”Valinta-arkkitehtuurin ja luotonhakuprosessin on tuettava kuluttajan harkintaa. Se voi merkitä esimerkiksi rajoituksia oletusvalintoihin tai ankkurointiin taikka nykyistä tarkemmin määriteltäviä tietojen esittämistapoja tai luotonhakuprosessia. Tätä nykyä kuluttajaluottodirektiivissä ei ole tarkemmin säännelty tietojen esittämistapaa, vaan yrityksillä on siinä liikkumavaraa.”

## Behavioural Study on the digitalisation of the marketing and distance selling of retail financial services

[https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/live\\_work\\_travel\\_in\\_the\\_eu/consumers/digitalisation\\_of\\_financial\\_services\\_-\\_main\\_report.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/live_work_travel_in_the_eu/consumers/digitalisation_of_financial_services_-_main_report.pdf)

- the **experiments** showed that decisions could be improved by
  - a) ensuring that the information is presented as early as possible (at the pre-contractual stage),
  - b) using side-by-side comparisons (when consumers compare different financial services from the same provider or on price-comparison portals) and
  - c) by using colour coding to make differences between offers visually salient

# Päätöspuu – decision tree kuluttajan apuna



# OECD:n rooli

- NAEC “New Approaches to Economic Challenges”
- Kuluttaja-asioiden päätöksentekoa koskeva suositus OECD 2014 [Council Recommendation on Consumer Policy Decision Making](#)
  - Suunnattu sekä kuluttajapoliittisten ratkaisujen tekijöille ja toteuttajille – eli myös lainsäädännön valmisteluun
  - Näyttöpohjaisuus; kuluttajien todellinen käyttäytyminen otetaan huomioon selvittäessä kuluttajaongelman syitä ja harkittaessa korjaavia toimenpiteitä
  - Ratkaisutavat voivat olla erilaisia: vaarallinen tuote / kuluttajalle paremmin sopiva tuote



- "OECD:n käyttäytymistaloustiedettä ja rahoituspalveluja koskevassa julkaisussa on todettu, kuinka kuluttajien käyttäytymisvinoumia hyväksi käyttävä markkinointi johtaa siihen, että yritykset eivät kilpaile hinnalla, laadulla tai innovaatiolla. Näiden sijasta kilpailu painottuu keinoihin, jotka eivät ole kuluttajien edun mukaisia taikka kuluttajille tarjotaan houkuttavia tuotteita, jotka eivät todellisuudessa sovellu kuluttajalle parhaiten."
- <https://www.kkv.fi/uploads/sites/2/2021/11/2019-kkv-selvityksia-6-2019-pikaluottojen-saantelyn-vaihtoehtoja.pdf>

*Bl:n annin huomioon  
ottaminen tukee  
ihmislähtöistä  
kuluttajapolitiikkaa*

# Kiitos!

Kuluttaja-asianneuvos Anja Peltonen

029 505 3104

[anja.peltonen@kkv.fi](mailto:anja.peltonen@kkv.fi)

Twitter @anjaPeltonen

**KKV** Kilpailu- ja  
kuluttajavirasto