Hannes Snellman

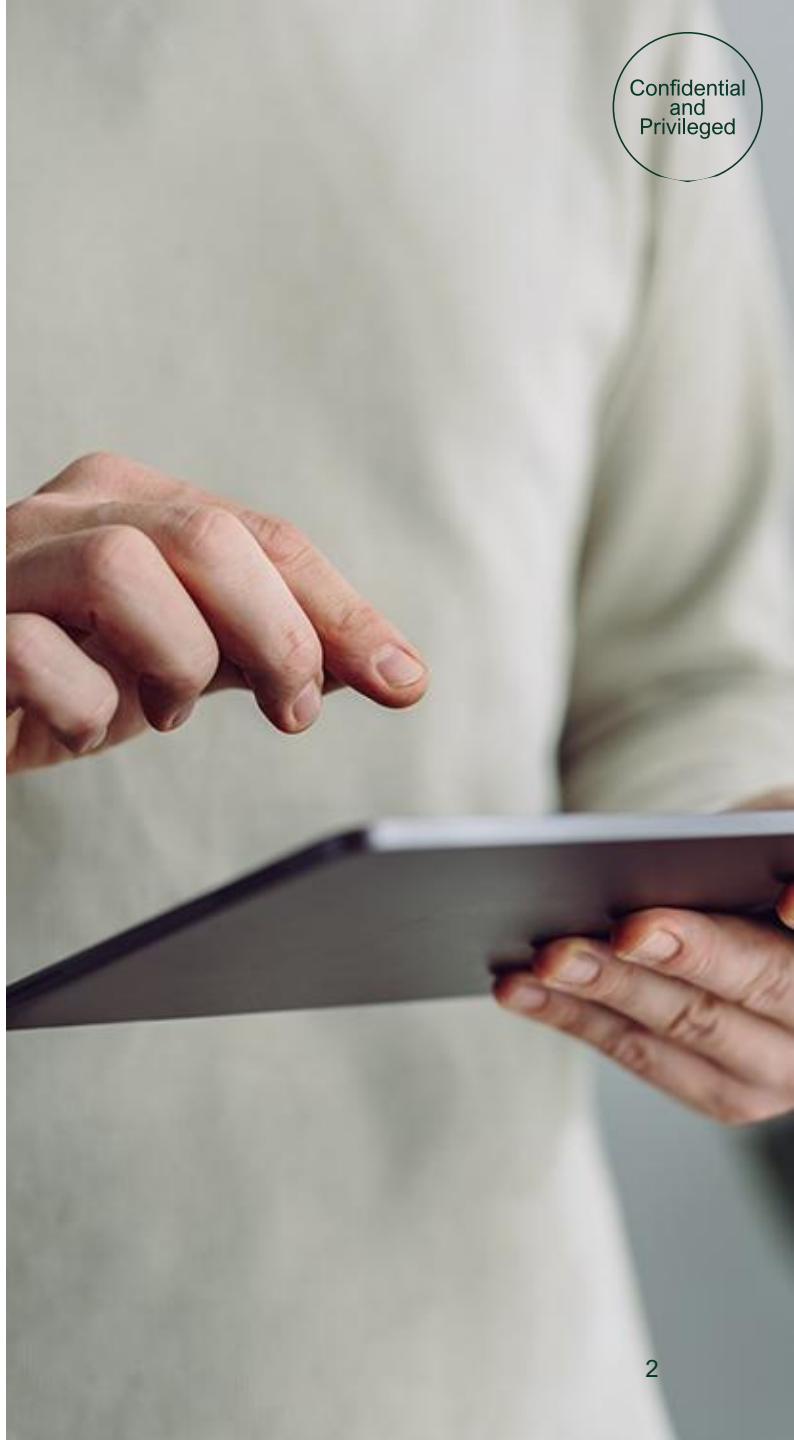
Confidential and Privileged

Markkinoinnin sudenkuopat markkinavuoropuhelussa

Outi Jousi ja Panu Siitonen | 4.11.2025

Markkinavuoropuhelu on julkissektorin tapa saada lisää tietoa

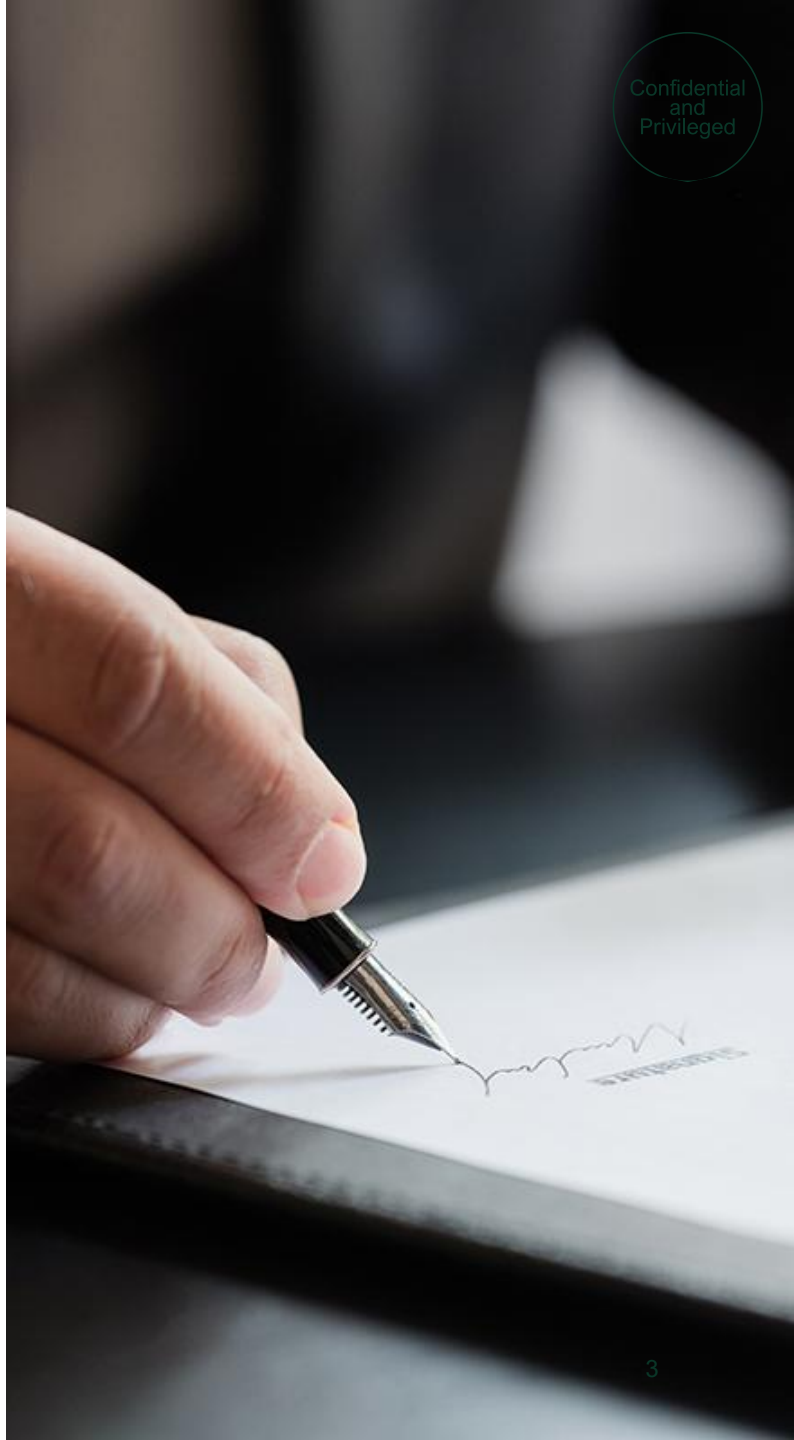
- Markkinavuoropuhelu (ja markkinakartoitus) tapahtuu ennen virallisen tarjouskilpailun julkaisua.
  - Perinteisesti markkinakartoitusta on pidetty hankintayksikön omana selvitystoimintana, kun taas markkinavuoropuhelu on tarkoittanut toimittajien tapaamista ja materiaalien kommentointia. Uusi laki tulee käyttämään termiä markkinakartoitus kattamaan molemmat. Käytännön elämässä käytetään kuitenkin termiä markkinavuoropuhelu.
- Hankintayksikkö voi mainostaa markkinavuoropuhelua Hilmassa, mutta se voi myös lähestyä alan toimijoita suoraan.
  - Ovatko teidän yhteystietonne potentiaalisten julkissektorin asiakkaidenne tiedossa?
  - Onko teillä hakuvahdit Hilmassa sisältäen tarjouspyyntöjen ohella myös tietopyynnöt?
- On tarjoajan etu lähettää mahdollisimman kattavat vastaukset markkinavuoropuhelun kysymyksiin ja osallistua tapaamisiin.
- Kannattaa vaikuttaa tulevan tarjouskilpailun vaatimuksiin ja vertailuperusteisiin.
- Kannattaa auttaa lisätiedon saamisessa, mutta olla varovainen oman tuotteen etulyöntiaseman tavoittelussa.



Confidential and Privileged

Uusi lakiehdotus markkinakartoituksesta

- Hankintayksiköiden ja tarjoajien välisestä keskustelusta tulee yhä yleisempää.
- *Työryhmän lakiehdotus:*
  - *”Markkina**kartoituksessa** hankintayksikkö voi kuulla alalla toimivia yrityksiä tai riippumattomia asiantuntijoita taikka muita toimijoita. Markkinakartoitus voidaan toteuttaa myös käyttämällä erilaisia arviointityökaluja.*
  - *Eri tahojen neuvoja voidaan käyttää apuna hankintamenettelyn suunnittelussa ja toteuttamisessa, mutta **neuvojen käyttäminen ei saa johtaa tietyn toimittajan suosimiseen tai muutoin johtaa kilpailun vääristymiseen eikä 3 §:ssä tarkoitettujen syrjimättömyyden ja avoimuuden periaatteiden vastaiseen menettelyyn.***
  - *Mikäli hankinnan ennakoitu arvonlisäveroton kokonaisarvo **ylittää 10 miljoonaa euroa**, **tulee hankintayksikön tehdä markkinakartoitus** tai arvioida hankinnan eri toteutusvaihtoehtoja osana hankinnan suunnittelua.”*



Confidential and Privileged

Confidential and Privileged

”Vapaudu uusista lain velvoitteista, jos keskustelet toimittajien kanssa ennen tarjouskilpailua”

- Velvoite jakaa hankinta vähintään kahteen osaan: ”Hankintayksikkö voi jättää hankinnan jakamatta osiin, jos hankinnan tai hankinta menettelyn luonteen, laajuuden, toteuttamistavan, kokonaisvastuun tai hankinnan jakamiseen liittyvien riskien vuoksi jakaminen ei ole perustellusta syytä mahdollista **tai hankintaa on edeltänyt 65 §:n mukainen markkinakartoitus**.”
- Ei ehdotetun lain mukaista uudelleenkilpailutusvelvoitetta, jos markkinavuoropuhelu on pidetty, vaikka tarjouksia saadaan vain yksi.

Confidential and Privileged

Miten hankintayksikkö voi ostaa, jos se ei tunne tuotteitanne?

- Innovaatioiden tuonti markkinalle on mahdotonta ilman markkinointia, vaikka kyse olisikin julkisesta hankinnasta: myös hankintayksikkö tarvitsee tietoa uudesta tuotekehityksestä.
- Hankintayksiköissä on kuitenkin usein rajoitettu henkilöstön mahdollisuuksia osallistua toistuvasti saman toimittajan tapahtumiin.
- Myös julkisessa hankinnassa tarvitaan vahvaa myyntitiimiä: omien tuotteiden ominaisuuksien ja eri tuotteiden välisten erojen esiin nostaminen on olennaista.
- Suosittelemme aloittamaan markkinoinnin jo hyvissä ajoin ennen seuraavaa tarjouskilpailua, jotta tarjouskilpailun vaatimuksiin ja ehtoihin on vielä realistisesti mahdollista vaikuttaa.
- Täysin uusien tuotteiden kohdalla on erityisen tärkeää, että hankintayksiköille kerrotaan tuotteesta proaktiivisesti.

Confidential and Privileged

Oikeuskäytäntö asettaa rajat markkinoinnille

- On sallittua lähettää esitteitä, yleistä markkinointimateriaalia sekä yksityiskohtaisiakin kommentteja hankintayksiköltä tulleeseen aineistoon.
- Suhtaudu harkiten aiempien tarjouspyyntöjen lähettämiseen, koska markkinaoikeus on kerran aiemmin kieltänyt tämän syrjivänä.
- Älä lähetä valmiita dokumentteja tarjouspyynnössä käytettäväksi, kuten esim. hinnoittelulomakkeita tai vaatimuslistauksia. Hankintayksiköllä voi olla oikeus poissulkea yritys tarjouskilpailusta, jos se saamiensa neuvojen ja aineiston johdosta katsoo muokanneensa tarjouspyyntöä liikaa yritystä suosivaksi.

Lääkinnällisten laitteiden markkinointi

- Markkinointi voi tapahtua hyvin monessa eri muodossa ja eri tavalla.
- Markkinointimateriaalia voivat olla esimerkiksi kaikki kirjallinen tai digitaalisesti tuotettu ja esitetty materiaali, ääni, videot, sähköpostit ja kaikenlaiset visuaaliset ja verbaaliset esitykset.
- Markkinoinniksi katsotaan esimerkiksi kaikki julkaistut mainokset niin verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa kuin sanomalehdissä, samoin muut sosiaaliset median julkaisut (myös vaikuttajien toimesta) ja mahdolliset lehdistötiedotteet .
- Markkinointimateriaalia ovat esitteet, abstraktit, tieteelliset posterit, julisteet, julkaisut ja videoesitykset.
- Markkinoinnin vaatimukset koskevat myös **julkisten hankintakilpailujen** yhteydessä toteutettua markkinointia ja siinä esitettyä markkinointimateriaalia.

Confidential and Privileged

Markkinointi ja sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa (I)

Lääkinnällisten laitteiden sääntelyyn perustuvat markkinoinnin vaatimukset:

- Markkinoinnin tulee olla
  - totuudenmukaista eikä se saa sisältää harhaanjohtavia väitteitä
  - Sisällöltään sellaista, että se antaa oleelliset tiedot laitteesta ja sen käyttötarkoituksesta
- Markkinoinnissa ei ole sallittua
  - Ilmoittaa laitteelle toiminnallisuuksia ja ominaisuuksia, joita sillä ei ole
  - Antaa virheellistä vaikutelmaa hoidosta tai diagnoosista, toiminnoista tai ominaisuuksista, joita laitteella ei ole
  - Jättää ilmoittamatta käyttäjälle tai potilaalle laitteen käyttötarkoituksen mukaiseen käyttöön sisältyvästä riskistä
  - Antaa olettaa, että laitteella on vaatimustenmukaisuuden arvioinnissa ilmoitetun käyttötarkoituksen mukaisen käytön lisäksi muuta käyttöä

Sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa annettuun lakiin perustuvat markkinoinnin vaatimukset:

- Elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää hyvän liiketavan vastaista tai muutoin toisen elinkeinonharjoittajan kannalta sopimatonta menettelyä
- Elinkeinotoiminnassa ei saa käyttää
  - totuudenvastaista tai harhaanjohtavaa ilmaisua, joka koskee omaa tai toisen elinkeinotoimintaa ja on omiaan vaikuttamaan hyödykkeen kysyntään tai tarjontaan taikka vahingoittamaan toisen elinkeinotoimintaa
  - asiaan kuulumattomia seikkoja sisältävää eikä esitystavaltaan tai muodoltaan sopimatonta ilmaisua, joka on omiaan vahingoittamaan toisen elinkeinotoimintaa
- Hyvän liiketavan mukainen vertaileva markkinointi on sallittua täyttäessään laissa määritellyt edellytykset

Confidential and Privileged

Markkinointi ja sopimaton menettely elinkeinotoiminnassa (II)

- Faktaväitteet on pystyttävä osoittamaan todeksi
- Superlatiivien käyttöä tulisi välttää
- Markkinoinnissa ei saa halventaa eikä väheksyä kilpailijaa, tämän tuotetta tai toimintaa
- Vertailun on oltava puolueetonta laitteiden yhden tai useamman olennaisen ominaisuuden osalta
- Markkinoinnissa ei saa käyttää sopimattomasti hyväksi kilpailijan tavaramerkin, toiminimen tai muun erottavan tunnuksen mainetta tai kilpailijan markkinoiman laitteen alkuperänimitystä
  - Sallittua on kuitenkin viitata toiseen tavaramerkkiin ja/tai tuotteeseen hyvän liiketavan mukaisesti, esimerkiksi alkuperäisen tuotteen ja siihen yhteensopivan vaihto- tai varaosan markkinoinnin yhteydessä

Confidential and Privileged

Käytännön esimerkkejä oikeuskäytännöstä

- Lain vastaiseksi markkinoinniksi on katsottu mm. ilmaisun ”lisää makua – älä vettä” käyttö, vaikka se ei ollut totuudenvastainen tai harhaanjohtava, koska sitä oli käytetty samassa markkinoinnissa, jossa oi käytetty myös ilmaisua ”käytä aitoa ruokakermaa”
  - Jälkimmäisen ilmaisun katsottiin olevan kilpailijan hyödykkeitä väheksyvää ja halventavaa, koska ao. vertailevassa asiayhteydessä käytettynä siitä oli syntynyt vaikutelma vetisistä ja mauttomista kasvirasvatuotteista
- Lain vastaiseksi markkinoinniksi on katsottu mm. tiedotustilaisuudessa esitetty toteamus ”Ei se 5G:kään toimi missään syrjäseudulla yhtään sen nopeammin kuin 3G:kään.”
  - Väitteen esittäjä ei pystynyt osoittamana, että 5G-verkko olisi kaikilla syrjäseuduilla saati edes jossakin paikassa ”syrjäseudulla” enintään yhtä nopea kuin 3G-verkko vastaavassa paikassa on => markkinointi katsottiin totuudenvastaiseksi
- Lainvastaiseksi markkinoinniksi on katsottu mm. ilmaisujen ”Suomen turvallisimmat puhelinliittymät” ja ”Siksi lanseeraamme maan, ellei maailman, turvallisimmat puhelinliittymät”
  - Ilmaisujen totuudenmukaisuutta ei pystytty osoittamaan (väliaikainen kielto – päätös ei ole lainvoimainen)

Julkiset hankinnat ja kilpailuoikeuden vaatimukset

- Myös kilpailuoikeus tulee huomioida julkisissa hankinnoissa. Kilpailuoikeus rajoittaa:
  - **Mitä tietoja tarjouskilpailuun osallistuvat yritykset voivat vaihtaa keskenään.** Yritysten ei tule sopia tai muutoin vaihtaa tietoja tarjoustensa sisällöstä, kuten hinnoista, taikka ylipäätään siitä, osallistuvatko ne tarjouskilpailuun vai eivät.
  - **Milloin ja miten yritykset voivat tehdä yhteistyötä tarjouskilpailuissa.** Lähtökohtaisesti yhteistarjous esimerkiksi tarjouskonsortiona tai alihankintamallilla voidaan jättää ainoastaan, mikäli yhteistarjoukseen osallistuvilla yrityksillä ei ole kykyä osallistua tarjouskilpailuun itsenäisesti, eikä yhteistarjoukseen osallistu enempää yrityksiä kuin on tarpeen.

    → **Suositeltavaa arvioida tarkkaan yhteistarjouksiin osallistumista sekä omaa kykyä osallistua tarjouskilpailuun itsenäisesti.** Jos ei voida poissulkea sitä mahdollisuutta, että yhteistarjouksen osapuolet voisivat kilpailla erikseen tai konsortiosopimuksen osapuolia on enemmän kuin on tarpeen, yhteistarjous voi olla kilpailuoikeuden vastainen.
- Kilpailuviranomaiset seuraavat aktiivisesti kilpailusääntelyn noudattamista julkisissa hankinnoissa, ja myös markkinaoikeus on määrännyt seuraamusmaksuja viime vuosina kilpailusääntöjen vastaisesta toiminnasta tarjouskilpailuissa.

Kiitos! Kysymyksiä?

Outi Jousi

Specialist Partner, Head of Public Procurement
+358 40 563 7343
outi.jousi@hannessnellman.com

Panu Siitonen

Partner, Head of Intellectual Property
+358 50 547 1377
panu.siitonen@hannessnellman.com

Hannes Snellman

Julkiset hankinnat

Tiimimme ratkaisee monimutkaisimmat julkisten hankintojen kysymykset. Palvelumme kattavat hankinnan koko elinkaaren, sisältäen neuvonannon markkinavuoropuhelussa, tarjouskilpailun aikana, mahdollisessa tuomioistuinkäsittelyssä sekä sopimuskaudella. Avustamme tarjouskilpailuihin liittyvissä strategisissa valinnoissa, mutkikkaissakin hankintamenettelyissä sekä hankintasopimusten tulkinta- ja neuvottelutilanteissa.

Meillä on runsaasti kokemusta sekä kotimaisten että ulkomaisten tarjoajien avustamisesta Suomen markkinoilla. Tarjouskilpailujen, sopimusneuvottelujen ja sopimuskauden aikana syntyvien riitojen lisäksi edustamme asiakkaitamme Suomen ja Euroopan tuomioistuimissa, kuten markkinaoikeudessa, hallinto-oikeudessa, korkeimmassa hallinto-oikeudessa ja Euroopan unionin tuomioistuimessa.

Meillä on poikkeuksellinen osaaminen julkisten hankintojen alalla, erityisesti teknologian, biotieteiden, terveydenhuollon, lääkealan, kiinteistöjen ja julkisen liikenteen aloilla, ja tiimillämme on myös huomattava kokemus ESG-projekteista. Meillä on merkittävää osaamista teknologian ja ohjelmistojen hankinnoista, sopimusten muutoksista, sisäisistä hankinnoista, julkisten hankintojen kysymyksistä fuusioissa ja yrityskaupoissa sekä tarjousten arvioinnista.

Confidential and Privileged

Terveydenhuolto & biotieteet

Neuvomme lääke- ja biotieteiden alan yrityksiä sekä terveydenhuollon palveluntarjoajia monipuolisissa oikeudellisissa kysymyksissä. Asiantuntemuksemme kattaa muun muassa sääntelyn, hankinnat, kilpailuoikeuden, työsuhteet, immateriaalioikeudet, tietosuojan, datan ja digitalisaation sekä compliance- ja tiedonantovelvoitteet.

Lisäksi tuemme asiakkaitamme yritysjärjestelyissä, rahoituksessa ja kaupallisissa sopimuksissa. Kokenut tiimimme hoitaa myös kaikki riidanratkaisuasiat – mukaan lukien kaupalliset ja IPR-riidat, oikeuksien suojaamisen sekä sääntely- ja hallintoprosessit.

Tarjoamme räätälöityä oikeudellista ja strategista neuvontaa, jotta voit keskittyä liiketoimintatavoitteidesi saavuttamiseen.

Confidential and Privileged

Hannes Snellman Attorneys Ltd
Eteläesplanadi 20 | P.O. Box 333
00130 | 00131 Helsinki, Finland
Tel: +358 9 228 841

www.hannessnellman.com

Hannes
Snellman

Confidential
and
Privileged