

OM - oikeusministeriö

VN/2281/2019

Arviomuistio kuluttajaluottojen markkinoinnista

FA tukee rajattuja muutoksia kuluttajaluottojen markkinointiin

- Finanssiala ry (FA) kannattaa erityisesti ylivelkaantumisen kannalta ongelmallisimpien kuluttajaluottojen markkinoinnin hillitsemistä
- Uuden sääntelyn tulisi soveltamisongelmien välttämiseksi olla tarkkarajaista varsinkin markkinointikieltojen osalta
- Kuluttajan luottokelpoisuuden asianmukainen arviointi on markkinointirajoituksia keskeisempi ylivelkaantumisen vähentämiskeino. Valvonta tulisi kohdistaa ennen kaikkea sinne, missä ongelmia ilmenee eniten

1 Soveltamisalasta

Arviomuistiossa mainitulla tavalla kuluttajien ylivelkaantumisongelmat liittyvät lähinnä vakuudettomiin kulutusluottoihin. Siksi vakuudelliset luotot tulisi jättää markkinointirajoitusten ulkopuolelle. Erityisesti tämä pätee asuntovakuudellisiin kuluttajaluottoihin ja esinevakuudellisiin asuntoluottoihin. Näihin, kuten muihinkin kuluttajaluottoihin kohdistunee tulevaisuudessa joka tapauksessa uutta makrovakaussääntelyä, minkä vuoksi sääntelyä ei ole näiltä osin tarpeen lisätä.

2 Pikaluottojen aiheuttamiin ongelmiin tulee puuttua tarkoituksenmukaisesti

Arviomuistiossa mainitulla tavalla kuluttajien ylivelkaantumisongelmat liittyvät lähinnä pikaluottoihin, joiden markkinointi on pahimmillaan hyvin aggressiivista. Mahdolliset rajoitukset on kuitenkin kohdistettava oikein. Yksi vaihtoehto voisi olla sallia markkinointi ylipäänsä vain Finanssivalvonnan valvomille luotonantajille ainakin siihen saakka, kun kaikki ammattimaiset luotonantajat ja -välittäjät mahdollisesti tulevaisuudessa siirtyvät Finanssivalvonnan valvottaviksi.

Markkinointikielto on vaikea ratkaisu, koska luotonantajalla on velvollisuus kertoa kuluttajalle etukäteen luoton ominaisuuksista. Lisäksi käytännön tarve täyskiellolle todennäköisesti vähenee kuluttajaluottojen hintasääntelyn hiljattaisten uudistusten tullessa voimaan. Uudet kustannuskatot rajannevat korkeakorkoisimpien luottojen tarjontaa.

Mahdollinen markkinointikielto olisi rajattava vain ehdottomasti haitallisimpiin luottoihin esimerkiksi siten, että kiellon piirissä olisivat vain kustannuskattoa lähestyvät luotot.

3 Markkinoinnin sisältörajoituksia voidaan täsmentää

Muistioon sisältyvä alustava luettelo sopimattomista markkinointisisällöistä koostuu voittopuolisesti asioista, jotka voitaneen katsoa kielletyiksi jo voimassa olevan lainsäädännön perusteella. Tämä todetaan itse muistiossakin. Koska täsmentämisellä kuitenkin voidaan puuttua markkinoinnin epäkohtiin aiempaa

tehokkaammin ainakin yksittäistapauksissa, voi säännösten yksityiskohtaistaminenkin olla joskus perusteltua. Tiukentamisehdotuksiin sisältyy kuitenkin näkökulmia, joita jatkovalmistelussa olisi hyvä huomioida.

3.1 Luotonsaannin nopeus tai helppous

Luotonantajilla on jo nykyisellään velvollisuus arvioida kuluttajan luottokelpoisuus, ja luotonsaannin nopeuden ja helppouden korostamisen kieltäminen voisi tehostaa tätä velvoitetta. Toisaalta pankkiasioinnin helppoutta ei tule sääntelyssä sekoittaa luotonsaannin helppouteen. Asiakkaan kannalta sujuva menettely ei merkitse sitä, ettei luottokelpoisuutta arvioitaisi huolellisesti. Sääntelyn ei tulisi estää luotonantomenettelyn keston neutraalia kuvaamista tai esimerkiksi pankin verkkopalveluiden uusien toimintojen esittelemistä asiakkaalle.

Pankkitoiminnassa on tavallista, että esimerkiksi luoton hakeminen verkkopalvelussa esitetään vaivattomampana vaihtoehtona konttoriasioinnille. Tämä ei merkitse, että luotonantaja pyrkisi tinkimään lainmukaisista velvoitteistaan, vaan kyse on asiakaspalvelukanavien kehittämisestä tilanteessa, jossa yhä suurempi osa kuluttajista joka tapauksessa hoitaa raha-asioitaan enenevästi verkossa. FA:n käsityksen mukaan tähän liittyvässä viestinnässä ei ole havaittu merkittäviä epäkohtia, ja sen tulisi olla mahdollista tulevaisuudessakin.

3.2 Luoton käyttäminen ei-välttämättömiin hankintoihin

Kulutuksen jakaminen lainsäädännössä välttämättömiin ja vähemmän tärkeisiin hankintoihin on käytännössä vaikeaa. Luotolla hankittavien hyödykkeiden merkitys kuluttajille vaihtelee, ja sama tavara tai palvelu voi yhdelle henkilölle olla tarpeellisempi kuin toiselle. Lisäksi eri luotonantajien noudattamat luotonmyöntöperiaatteet ja luottotuotteet poikkeavat toisistaan huomattavasti. Hankintojen luokittelua keskeisempää onkin huolehtia siitä, että luotonantaja arvioi kuluttajan takaisinmaksukyvyyn asianmukaisella tavalla noudattaen jo voimassa olevia säännöksiä.

Myös tämän rajoitusehdotuksen kohdalla pohdittavaksi tulee, mihin vedetään raja kielletyn markkinoinnin ja luottomahdollisuudesta kertomisen välillä. Esimerkiksi myyjäryityksen toimitiloissa ja tiedotuskanavissa pitäisi tulevaisuudessakin voida kertoa siitä, että kuluttaja voi rahoittaa harkintansa luotolla.

Verkko-ostokset maksetaan usein luottokortilla, laskulla tai erissä. Nämä ovat myyjän ja luotonantajan yhteisvastuun vuoksi turvallisia maksutapoja, joista pitäisi voida tiedottaa vastaisuudessakin. FA:n jäsenryityksille ei ole koitunut merkittäviä luottotappioita sen enempää niiden myöntämisestä korttiluotoista kuin muistakaan vakuudettomista kuluttajaluotoista.

3.3 Muista sisältörajoitusehdotuksista

Maksukyvyttömiin henkilöihin kohdistuvan markkinoinnin kieltäminen sekä kieltäminen esittää luotto ratkaisuna taloudellisiin ongelmiin ovat jo voimassa olevan lainsäädännön mukaisia, mutta oikeustilan selkeyttäminen näissä kohdissa voi olla perusteltua.

Maksuaikataulun muuttamismahdollisuuden markkinointikieltoon ja luottorajan korottamisen markkinointirajoituksiin voi liittyä määrittelyongelmia sen suhteen, onko kyse varsinaisesta markkinoinnista vai tuotteen ominaisuuksista kertomisesta. Näin on erityisesti silloin, kun viestintä suunnataan entuudestaan luotonantajan asiakkaina oleville kuluttajille. Luotonantajan tulisi voida kertoa nykyisille asiakkailleen tuotteidensa ominaisuuksista. Tässäkin yhteydessä epäkohtiin puuttumiseksi keskeisintä olisi huolehtia siitä, että luotonantaja arvioi asiakkaan takaisinmaksukyvyn asianmukaisesti.

Tosiasiatiedoissa pitäytyvää markkinointiakaan ei ole ongelmaton määrittellä. Markkinoilla on esimerkiksi korttituotteita, joissa on luotto-ominaisuus, minkä lisäksi kortit toimivat vähittäiskaupan kanta-asiakasohjelmien tunnuksina. Sallitun ja kielletyn markkinoinnin tunnistaminen voi näissä käytännössä sangen yleisissä tapauksissa olla vaikeaa. Toisaalta vain kalleimpiin luottoihin kohdistuva säännös markkinoinnin rajoittamisesta tosiasiatietoihin voisi toimia vaihtoehtona näiden luottojen täydelliselle markkinointikiellolle.

4 Markkinointikanaviin kohdistuvat rajoitusehdotukset

Markkinoinnin haitallisuus voi olla sidoksissa siihen ympäristöön, jossa kuluttaja markkinointiin törmää. Esimerkiksi pelisivustot ovat alusta, jossa luottomarkkinoinnin haitat on helppo ymmärtää. Radio- ja TV-markkinoinnin osalta voitaisiin harkita esimerkiksi yöaikaisen markkinoinnin rajoittamista. Rajoitukset voisivat olla asianmukaisia myös lainojen vertailusivustoilla, jotka käytännössä toimivat luottojen markkinointikanavana. Sen sijaan luotonantajan omissa toimitiloissa ja tiedotuskanavissa, kuten kotisivuilla tehtävän markkinoinnin rajoittamisessa olisi oltava pidättyvämpi.

5 Varoitukset

Korkeakustannuksisten luottojen markkinoinnin yhteydessä annettavat varoitukset ja takaisinmaksun vääjäämättömyydestä muistuttaminen ovat hyväksyttävä tapa hillitä mahdollisia ylilyöntejä. Varoitusvelvollisuuden piirissä olevat luotot on kuitenkin määriteltävä mahdollisimman yksiselitteisesti esimerkiksi korkotason mukaan. Lisäksi varoitusten esittämistapoja harkitessa kannattaa huomioida luotonantajan nykyisen tiedonantovelvollisuuden sisältö ja huolehtia siitä, ettei tietokokonaisuudesta muodostu kuluttajalle liian raskassoutuinen, mikä voisi vaikeuttaa tiedon omaksumista.

6 Jatkovalmistelussa huomioitavista näkökohdista

Vaikka ministeriön toimeksiantona on ollut selvittää nimenomaan markkinointirajoituksia, ei kysymystä voida tarkastella erillään kuluttajaluottojen hintasääntelystä ja kaiken sisältöisen luottosääntelyn valvonnasta. Uudistuvan hintasääntelyn vaikutuksista ylivelkaantumiseen olisi hyvä kerätä kokemuksia ennen uusiin sääntelyhankkeisiin ryhtymistä. Lisäksi edellä esitettyyn tapaan olisi muistettava, että valvontanäkökulmasta keskeisintä olisi huolehtia siitä, että luotonantaja arvioi kuluttajan luottokelpoisuuden asianmukaisesti.

FINANSSIALA RY

Lea Mäntyniemi