

Asia: VN/7850/2021

Kuluttajaluottojen tilapäisen hintasääntelyn toimivuus ja vaikutukset

Lausunnonantajan lausunto

Miten väliaikainen sääntely (suoramarkkinointikielto ja hintasääntely) on näkemyksenne mukaan toiminut? Onko sääntelyyn liittynyt erityisiä tulkintaongelmia? Onko sääntelyn noudattamisessa ilmennyt puutteita?

Sääntely on koron osalta ollut varsin yksiselitteinen ja sen vuoksi myös helppo tulkita ja noudattaa. Markkinoinnin rajoitusten osalta tilanne ei asian luonteen vuoksi ole ollut yhtä selväpiirteinen ja varmistuminen siitä, että sääntelyä noudatetaan oikein, on vaatinut varovaista lähestymistä ja tulkintaa. Rajan vetäminen siihen, mikä on asiakasviestintää ja mikä on suoramarkkinointia, on jossain määrin tulkinnallinen asia.

Minkälaisia vaikutuksia väliaikaisella sääntelyllä on näkemyksenne mukaan ollut? Onko sääntely esim. vaikeuttanut luotonsaantia, ja jos on, niin minkälaisilla asiakasryhmillä? Oletteko havainneet muutoksia luottomarkkinoilla (esim. uusia luottotuotteita)?

Markkinoilla on ollut havaittavissa yritysluottojen määrän kasvu, koska luotonantajien yrityksille tarjoamat luotot eivät ole väliaikaisen sääntelyn piirissä. Yritysluottojen osalta on havaittavissa, että joihin yritysluottoihin vaaditaan yksityishenkilön antama takaus. Kuluttajaluottojen osalta on merkkeille pantavaa se, että hyödykesidonnaisten luottojen määrä on kasvussa. Tämän yhtenä selittäjänä tekijänä on pidettävä sitä, että hyödykesidonnaiset luotot eivät ole väliaikaisen sääntelyn piirissä.

Olisiko tiukempaa sääntelyä näkemyksenne mukaan syytä jatkaa, ja jos olisi, missä muodossa ja miten pitkään?

Kuluttajaluottojen markkinoinnin osalta olisi hyvä selkeyttää suoramarkkinoinnin pelisääntöjä. Täysi suoramarkkinointikielto ei ole hyvä, mutta aggressiivista markkinointia tulee kitkeä. Tämä on vastuullista markkinointia ja luotonantoa ja kaikkien edun mukaista, niin luotonantajan ja kuin kuluttajien.

Kuluttajien henkilökohtaisia sähköisiä kanavia pitkin toteutettua markkinointia tulisi myös rajoittaa. Kulutusluottojen sähköposti- ja SMS-markkinoinnin tulisi aina perustua kuluttajan eksplisiittisesti

antamaan ”opt-in” suostumukseen - riippumatta siitä onko kyseessä entinen, nykyinen tai potentiaalinen asiakas.

Myös viestien määrää, joissa pääasiallinen tarkoitus on markkinoida kulutusluottoa, tulisi rajoittaa esimerkiksi maksimissaan neljään viestiin vuodessa per kuluttaja. Myös sähköisten markkinointirekisterien ostaminen ulkopuolisilta tähän tarkoitukseen sekä rekisterien luovuttaminen tai myyminen tulisi kieltää.

Ylivelkaantumisen estämiseksi tulisi myös asettaa markkinointikarenssi, jossa kulutusluoton myyjää tai välittäjää kiellettäisiin lähestymästä kuluttajaa uudella kulutusluottotarjouksella tietyn ajanjakson aikana siitä, kun laina on myönnetty - esimerkiksi 12 kuukautta, mikäli lainaa ei ole tänä aikana maksettu takaisin.

Markkinoinnin rajoittaminen ja sääntely ovat tarpeen kuluttajien edun nimissä. Aikaisemman kaltainen lainojen markkinoinnin aktiivisuus ja aggressiivisuus yhdistettynä tietyn kuluttajasegmentin velkaantuneisuuden nopeaan kasvuun on huolestuttava ilmiö. Vastuulliset lainaajat kykenevät varmasti itsesääntelyyn mutta valitettavasti kaikkia toimijoita tämä ei koske – siksi näemme markkinoinnin rajoittamisen kuluttajien edun mukaisena ja kannattamme sen edistämistä.

Väliaikaisen sääntelyn jatkamista koskevassa hallituksen esityksessä (HE 234/2020 vp) on todettu, että pidemmällä aikavälillä tulisi selvittää tarpeita ja mahdollisuuksia tarkistaa hintasääntelyä pysyvämmiin. Erityistä huomiota tulisi tältä osin kiinnittää ennen 1.9.2019 tehtyihin jatkuvaa luottoa koskeviin sopimuksiin, jotka jätettiin 1.9.2019 voimaan tulleen hintasääntelyn soveltamisalan ulkopuolelle niissäkin tapauksissa, joissa kuluttaja tekee uusia nostoja hintasääntelyn voimaantulon jälkeen. Myös eduskunta totesi esityksestä antamassaan vastauksessa: ”Eduskunta edellyttää, että valtioneuvosto arvioi huolellisesti kattavaan analyysiin ja kansainväliseen vertailuun pohjautuen, onko kuluttajaluottosääntelyä muutettava pysyvästi. Tässä arvioinnissa on erityisesti tarkasteltava tehokasta seuraamussääntelyä ja vanhojen, korkeakorkoisten luottojen saamista maltillisemman korkotason turvaavan sääntelyn piiriin.”

Mitä mieltä olette siitä, jos 20 %:n korkokatto ulotettaisiin pysyvästi koskemaan vanhoja jatkuvia luottoja (mukaan lukien hyödykesidonnaiset luotot)siltä osin kuin kyse on uusista nostoista?

Santander kannattaa tätä ehdotusta. Korkeiden korkojen ja kulujen määrä on erityisen ongelmallista ja kohtuutonta juuri niille ihmisille, joille oman talouden hoito on haasteellista ja jotka eivät pysty tai osaa kilpailuttaa lainojaan. Näissä tilanteissa markkinoiden uhreina ovat kaikkeista haavoittuvimmassa asemassa olevat kuluttajat.

Santander katsoo kuitenkin, että lainsäädännön tulee myös huomioida viitekorkojen ja rahoituskustannusten mahdollinen nousu, sillä lainsäädäntöä laaditaan ennätysalmaisessa korkoympäristössä.

Markkinakorkojen ja sitä kautta rahoituskustannusten nousu tulisi leikkaamaan normaalia lainanmyöntöä markkinassa, tavallisille suomalaisille, jotka ovat hoitaneet asiansa hyvin, mikäli korkokattolainsäädännössä ei ole mekanisme, joka huomioi tämän.

Luottojen osalta, joissa luoton korko on sidottu viitekorkoon, tulee sitä koskevan lainsäädännön olla tasapuolista riippumatta siitä, milloin luotto on otettu. Tällä hetkellä lainsäädäntö korkokaton ja viitekoron mahdollisten muutosten osalta asettaa vanhat luotot eri asemaan kuin korkokaton piiriin kuuluvat luotot.

Komulainen Raija-Liisa
Santander Consumer Finance Oy