

Asia: VN/23227/2020

Lausuntopyyntö luonnoksesta hallituksen esitykseksi laiksi kuluttajansuojalain 7 luvun väliaikaisesta muuttamisesta

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

OIKEUSMINISTERIÖLLE

17.11.2020

Asia: Lausuntopyyntö 10.11.2020 - Hallituksen esitys eduskunnalle kuluttajansuojalain 7 luvun väliaikaisesta muuttamisesta

Asiakkuusmarkkinointiliitto (ASML) lausuu kuluttajaluottoja koskevan poikkeuslain jatkamista koskevasta hallituksen esitysluonnoksesta seuraavaa. Vaikka lakiluonnos kytkeytyy pandemia-ajan olosuhteisiin ja nyt voimassa olevaan sisällöltään lähes vastaavaan poikkeuslakiin niin ehdotuksen sisällön tulisi olla lainvalmistelua koskevien laatu-, huolellisuus- ja tarkkarajaisuusvaatimusten mukaista, ja ehdotusta koskevan kuulemismenettelyssä tulisi olla asianmukaisen kuulemisaika – viiden työpäivän pituista lausuntoaikaa ei voida verkostomuotoisessa sidosryhmärakenteessa pitää asianmukaisena.

POIKKEUSLAIN JATKAMISESTA

Poikkeuslain jatkaminen alhaisella korkokatolla edellistä poikkeuslakia pidemmän ajan tarkoittaa yhä useamman luotontarjoajan häviämistä markkinalta. Vaikutukset kuluttajaluottojen tarjonnassa ovat erityisen haitallisia pienituloisille kuluttajille, joilla on aito tarve lyhytaikaiseen luottoon. Nopein aikavälein muuttuvat luottosäännökset ruokkivat tosiasiaa mahdollisuuksia toteuttaa harhaanjohtavaa luottomainontaa. Muun muassa Takuusäätiö on todennut jo edellisen poikkeuslain tuloksena olleen haitallista, aggressiivista järjestelylainsäädännön markkinointia. Kuluttajaviranomaisten roolia uusien poikkeuslain aikana saatujen valvontavaltuuksien hyödyntäjänä ei ole arvioitu tarpeeksi. Valvovien viranomaisten toiminta ikään kuin ohitetaan kokonaisuudessa vaikka heidän toimintansa asianmukainen tehokkuus ja kohdistuminen markkinahäiriöihin on olennainen osa

tarkkarajaisen lainsäädännön toteutumista. Missään olosuhteissa viranomaisen valvonnan toimimattomuutta tai passiivisuutta ei pidä hoitaa yleistä, koko markkinaa ja kaikkia toimijoita koskevan yleisen lainsäädännön kiristyksillä.

SUORAMARKKINOINTIKIELLOSTA

Suoramarkkinointikieltoa ehdotetaan jatkettavaksi. Ehdotuksessa itsessäänkin todetaan, että poikkeuslaki on lisännyt kaikki kuluttajaryhmät tavoittavaa yleismainontaa, josta kuluttaja ei voi kieltäytyä tai voi sitä estää. Suoramarkkinoinnin peruselementti taas on kuluttajan mahdollisuus hallita sitä, antaa siihen lupa ja kieltää sen vastaanottaminen. Ottaen huomioon kuluttajan tiedollinen itsemääräämisoikeus, yleismainonnan kasvu ja tavoitavuus ja elinkeinonvapauden rajoittaminen ei suoramarkkinointikiellon jatkaminen ole perusteltua.

Jos suoramarkkinointikieltoa esitetään jatkettavaksi niin jatkovalmistelussa on kiinnitettävä erityistä huomiota siihen, että suoramarkkinointi on sitä koskevan 13 b §:n perusteluissa laajennettu koskemaan muitakin mainonnan ja sisällön kohdentamisen tapoja kuin suoramarkkinointia tavalla, jota ei voi pitää hyväksyttävänä. Suoramarkkinointi on kansallisen ja EU-lainsäädännön perustella rajattu vakiintuneesti suoramarkkinoinnin kanaviin ja ehdotuksen tulee laillisuus- ja tarkkarajaisuussyistä pitäytyä näissä puitteissa.

*Laki sähköisen viestinnän palveluista sekä sähköisen viestinnän tietosuojadirektiivi rajaavat suoramarkkinoinnin yleisen televerkon välityksellä kuluttajan osoitteeseen lähetettävään viestiin.

*Elinkeinoharjoittajan hallinnoiman palvelun tai sisältökokonaisuuden sisällä tapahtuva mainonta ei ole suoramarkkinointia. Yrityksen oman palvelun sisällä tapahtuva sisällön julkaiseminen ei siis ole suoramarkkinointia.

*Suoramarkkinointia jatkossa EU-tasoisena suoraan sääntelevä ePrivacy-asetus määrittelee viimeisimmässä (4.11.2020) tekstiversiossaan suoramarkkinoinnin tavalla, joka ei vastaa lausunnolla olevan poikkeuslain säännöksen perusteluita. 4f-artiklassa määritellään suoramarkkinointi seuraavasti: “ ‘direct marketing communications’ means any form of advertising, whether written or oral, sent via a publicly available electronic communications service directly to one or more....”. Suoramarkkinointia koskevassa resitaalissa 32 nimenomaan lausutaan: “direct marketing communications should not apply...display of advertising... within an information society service”.

*Edellä lausuttuun perustuen ASML katsoo, että 13 b §:n perusteluiden neljänneestä kappaleesta ja sen kolmannelta lauseesta tulee ehdottomasti poistaa seuraava teksti: ”henkilökohtaista sosiaalisen median tiliä taikka luotonantajan asiointisivustoa, kuten verkkopankkia”. Tuon tekstikohdan poistamisella säännös saatetaan vastaamaan voimassa olevaa lainsäädäntöä. Muutoinkin kohdentamista käsitteenä käytetään väljän harhaanjohtavasti säännöksen perusteluissa.

Suoramarkkinointikiellon ulkopuolelle on luonnoksessa rajattu tilanteet, joissa kuluttajalle kerrotaan mahdollisuudesta maksaa hyödyke luotolla kulutushyödykkeen markkinoinnin tai sen ostamisen yhteydessä. Tämä rajausta on perusteltu hyödykesidonnaisen luoton erityispiirteiden vuoksi.

Asiakkuusmarkkinointiliitto, ASML

toimitusjohtaja

Jari Perko

Perko Jari
Asiakkuusmarkkinointiliitto ry