

Asia: VN/26445/2023

Lausuntopyyntö Kuluttajaluotto- ja rahoituspalvelujen etämyyntityöryhmän mietinnöstä

1 Yleiset huomiot

Yleiset huomiot

Autotuoajat ja -teollisuus ry ja Autoalan Keskusliitto ry toimittavat yhteisen lausunnon kuluttajaluotto- ja rahoituspalveluiden etämyyntityöryhmän mietintöön.

Mietinnössä ei ole ehdotettu merkittäviä muutoksia ajoneuvorahoitukseen liittyen. Tämä on perusteltua, sillä nykytilassa ei ole tunnistettavissa ongelmia, jotka edellyttäisivät sääntelymuutoksia.

Suomessa tehdään vuosittain kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien välillä yli 400 000 autokauppaa, joista suurimpaan osaan liittyy rahoitusta. Valtaosa autokaupoista eli 59 % rahoitettiin osamaksulla, joka on kuluttajan kannalta turvallinen rahoitusmuoto.

Sopimusrakenteeltaan osamaksu on selkeä kertaluotto, jonka korko- ja kulutaso on maltillinen. Osamaksu ei ole pikavippi, vaan rinnastuu kohdevakuudellisena luottona asuntoluottoon, myös korko- ja kulutasoltaan. Kumpikin on perushyödykkeen rahoittamista, jossa vaaditaan omarahoitusosuutta. Kohteen vakuus rajaa riskiä ja kuluttajien velkaantumista. Sekä asuntoluotossa että osamaksurahoituksessa luoton perustamiskustannukset eivät ole sidottuja luottoaikaan tai luoton määrään, ne ajoittuvat perustamishetkeen ja poikkeavat siten mm. pikavipeistä.

Ylivelkaantumisen näkökulmasta osamaksu ei ole käytännössä aiheuttanut ongelmia. Merkittävä syy tähän on, että osamaksukaupassa kuluttaja voi milloin tahansa vapautua velastaan kokonaan tai suurilta osin myymällä osamaksusopimuksen vakuutena toimivan ajoneuvon. Kuluttaja voi tällä tavoin merkittävästi pienentää velkataakkaansa, mikäli hänen taloudellisessa tilanteessaan tapahtuu yllättäviä muutoksia. Kun vakuuden omistajaksi on viranomaisen ylläpitämässä rekisterissä merkitty luotonantaja, kuluttaja ei kuitenkaan voi myydä ajoneuvoa ilman rahoittajan lupaa. Tämä varmistaa

sen, että vakuuden myynnistä saatavia rahoja ei voida käyttää mihinkään muuhun, kuin sitä koskevan luoton maksamiseen. Näin ollen osamaksu ei aiheuta pitkäkestoisia maksuvaikeuksia, eikä johda ylivelkaantumiskierteen pahenemiseen edes kuluttajan kohtaamissa vakavissa taloudellisissa vaikeuksissa. Ajoneuvon jäännösarvo mitoitetaan siten, että se on loppuvelkaa suurempi, joten osamaksurahoitus käytännössä mahdollistaa ajoneuvoa koskevasta velasta vapautumisen, tai jopa säästämisen. Lisäksi osamaksukaupoissa luoton takaisinmaksun seuranta ja asiakaspalvelu luottosopimuksessa sovitun maksuohjelman aikana on kattavaa ja ajantasaista.

2 Kuluttajaluottodirektiivin täytäntöönpano

2.1 Yleiset huomiot

Luoton todellinen vuosikorko on käytännössä informatiivisin ja selkein yksittäinen tieto, jonka kuluttajalle voi luoton kustannuksista tarjota. Todelliseen vuosikorkoon sisältyvät luoton koron lisäksi kaikki muut kulut, joten se on myös kuluttajalle paras työkalu luottotarjouksia vertailtaessa. Kuluttajaluottojen markkinointia koskevassa sääntelyssä olisikin perusteltua toteuttaa ratkaisuja, joissa todellista vuosikorkoa voitaisiin käyttää vaihtoehtona laajemmille vakiotiedoille silloin, kun käytettävä mainosväline asettaa rajoitteita laajojen tietojen esittämiselle. Suppeampi, mutta informatiivinen ja yksinkertainen tieto luotosta mahdollistaisi sen, että kuluttaja ymmärtää helpommin hänelle tarjotun luoton perusehdot, eivätkä tärkeimmät luottoa koskevat tiedot huku informaatiotulvaan. Selvää lisäksi on, että matkalla mainoksen näkemisestä varsinaisen autokaupan rahoitussopimuksen tekemiseen on aina lukuisia vaiheita, joissa kuluttajalle tarjotaan kaikki luottoa koskevat tiedot kaikessa laajuudessaan.

Kuluttajansuojalain 7 luvun 8 §:n uudessa 5 momentissa ehdotetaan poikkeusta markkinoinnissa annettavien tietojen esittämistapaan. Momentissa tarkoitettu tilanne voisi olla esimerkiksi käsillä, kun 1 momentissa tarkoitettuja tietoja ei ole mahdollista esittää matkapuhelimen näytöllä esitettävässä mainonnassa muutoin kuin niin pienellä kirjasinkoolla tai niin lyhyen ajan, ettei keskivertokuluttaja kykene niitä vaivatta havaitsemaan. Tällaisissa tilanteissa kuluttajan on päästävä mainittuihin tietoihin käytettävissä olevin teknisin keinoin, kuten sähköistä viestintä napauttamalla, vierittämällä tai pyyhkäisemällä. Olennaista on, että kuluttajalla on vaivatta mahdollisuus päästä näkemään ensinäkymästä puuttuvat laissa säädetyt tiedot.

On tärkeää, että poikkeusta ei tulkita liian suppeasti koskemaan vain esimerkiksi matkapuhelimien välityksellä esitettäviä mainoksia. Vastaavat haasteet tietojen esittämisessä koskevat käytetystä välineestä riippumatta verkkosivuilla esitettäviä bannerimainoksia. Poikkeuksen olisi perusteltua koskea kaikkea tällaisissa formaatissa esitettävää mainontaa, riippumatta siitä, minkä kokoinen ruutu kuluttajan käyttämässä laitteessa on. Tällaisissa mainoksissa kuluttajilla on joka tapauksessa mahdollisuus mainosta klikkaamalla päästä vaivattomasti tutustumaan kaikkiin luottoa koskeviin tietoihin. Lisäksi tulisi harkita, voitaisiinko sama siirtyminen toteuttaa esimerkiksi televisiomainoksessa QR-koodin avulla, jolloin tiedot ovat vastaavalla tavalla vaivattomasti saatavilla.

Uudessa 7 luvun 8 a §:ssä säädetään kuluttajaluoton markkinoinnissa annettavasta varoituksesta. Säännöksen perusteluissa on todettu, että varoitusvelvollisuus koskisi myös sellaisten luvun soveltamisalaan kuuluvien kuluttajaluottojen mainontaa, joista ei peritä korkoa tai muita maksuja. Varoitus, joka direktiivin mukaan koskee nimenomaan luoton ottamisesta aiheutuviin maksuihin, on tarpeeton ja suorastaan ristiriitainen tilanteessa, jossa luotosta ei tosiasiaassa peritä korkoa tai muita maksuja.

2.2 Soveltamisalan laajennus

Suomi on kuluttajaluottosopimuksia koskevan direktiivin (EU) 2023/2225 valmistelun aikana suhtautunut varauksella siihen, että direktiivi koskisi täysimääräisesti korottomia ja kuluttomia kulutusluottoja. Olisikin perusteltua, että Suomessa otettaisiin kansallisesti käyttöön mahdollisimman laajasti direktiivin 2 artiklan 8-kohdassa jäsenvaltiolle sallittuja poikkeuksia siltä osin, kuin ne koskevat korottomia ja kuluttomia luottosopimuksia. Näiden osalta muun muassa suppeammat tiedonantovelvollisuudet markkinoinnissa olisivat perusteltuja.

2.3 Luottokelpoisuuden arviointi ja sopimusoikeudelliset seuraamukset

-

2.4 Rekisteröintivelvollisuuden laajennus

-

2.5 Muut huomiot

-

3 Kuluttajaoikeusdirektiivin muutosdirektiivin täytäntöönpano

Kuluttajaoikeusdirektiivin muutosdirektiivin täytäntöönpano

-

4 Vaikutusten arviointi

4.1 Kuluttajaluottodirektiivin täytäntöönpano

-

4.2 Kuluttajaoikeusdirektiivin muutosdirektiivin täytäntöönpano

-

5 Muut huomiot

Muut huomiot

-

Niemi Timo
Autoalan Keskusliitto ry