

Asia: VN/28370/2020

Kuluttajaluottoja koskevan lainsäädännön tarkistaminen. Työryhmän mietintö.

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

Sanoma Media Finland Oy ("Sanoma") lausuu työryhmän mietinnöstä siinä ehdotetun 12 c § osalta. Sanoma ei kannata työryhmän ehdotusta, jonka mukaisesti verkossa tapahtuva laskulla myynti kuluttajille vaatisi pääsääntöisesti vahvaa tunnistautumista. Ehdotetut muutokset lisäävät toimijoiden velvoitteita ja kustannuksia. Sanoma katsoo, että vahvan tunnistautumisen vaatimusten lisääminen laskulla maksamiseen vaikuttaisi epäsuotuisalla tavalla sen kuluttajaliiketoimintaan ja lisäksi tarpeettomasti sen velvoitteita.

Sanoma katsoo, että vahvaan tunnistautumiseen liittyvät velvoitteet vaikeuttavat kohtuuttomasti verkossa tapahtuvaa myyntiä. Elinkeinonharjoittajan tarjotessa pituudeltaan tavanomaista ja korotonta maksuaikaa, ei kuluttajalle käytännössä synny rahallista riskiä laskulla tilattaessa. Elinkeinonharjoittajat eivät peri laskuja yksilöiltä, jos nämä eivät itse ole tilanneet tuotteita laskulle. Elinkeinonharjoittajat vastaavat itse viime kädessä maksujärjestelmän turvallisuudesta ja luotettavuudesta sekä sen mahdollisista väärinkäytöksistä johtuvista seurauksista.

Sanoma katsoo, että vahva tunnistautuminen verkossa voi aiheuttaa haasteita erityisesti mm. iäkkäille kuluttajille, jotka eivät ole tottuneita käyttämään verkon palveluita. Ehdotuksessa ei myöskään ole otettu tarpeellisella tavalla huomioon, että tunnistamiseen liittyvät uudet velvoitteet voivat vaikuttaa negatiivisesti tilaajien ostokokemukseen ja tehdä siitä tarpeettoman monimutkaista. Kuten mietinnössä on todettu vahvaa tunnistamista koskeva prosessi saattaa hidastaa verkkoasiointia sekä hankaloittaa erityisesti niiden kuluttajien asiointia verkossa, joille verkkoasiointi on muutoinkin keskimääräistä haastavampaa. Sanoma katsoo, että ehdotettujen velvoitteiden käyttöönotto voisi tarpeettomasti vahingoittaa sen verkon liiketoimintaa ja laskea huomattavasti verkossa tehtäviä ostoja. Vuositasolla muutoksen arvioidaan aiheuttavan jopa miljoonan euron negatiivisen vaikutuksen medialiiketoiminnan liikevaihtoon.

Kuten mietinnössä on todettu, ei tällä hetkellä ole olemassa tarkkaa tietoa ei ole siitä, missä määrin senkaltaisia tapauksia on, joissa nimenomaan laskulla maksaminen ilman vahvan tunnistamisen vaatimusta mahdollistaa nykyisin tietyille kuluttajaryhmille asioinnin verkossa. Sanoma yhtyy arvioon siitä, että asiaa on tarpeen pyrkiä selvittämään tarkemmin jatkovalmistelun kuluessa. Kuluttajien asettaminen eriarvoiseen asemaan uusilla verkko-ostoihin liittyvillä vaatimuksilla voi vaikuttaa heidän kykyynsä osallistua yhteiskuntaan, mikä ei ole hyväksyttävää.

Mietintöön liittyy lisäksi useita käytännön epäselvyyksiä koskien tilausjaksoittain myytäviä palveluita. On ehdotuksen perusteella epäselvää, miten tunnistamisvelvollisuutta sovellettaisiin, kun elinkeinonharjoittaja lähettää laskun ensimmäistä tilausjaksoa seuraavista tilausjaksoista. Samoin mietinnön perusteella on epäselvää, koskisiko velvollisuus vahvaan tunnistautumiseen tilanteita, joissa ensimmäinen tilausjakso maksetaan maksukortilla, mutta seuraavat tilausjaksot maksetaan niiden alkaessa lähetetyllä laskulla. Ehdotuksessa ei ole otettu huomioon kuluttajan mahdollisuuksia perua tai muutoin irtautua laskulla maksettavista tilaussopimuksista ja mikä vaikutus tällä on yksilöön mahdollisesti kohdistuviin riskeihin ja niiden vaikuttavuuteen.

Sanoman näkemyksenä on, ettei laskulla maksamisen tulisi edellyttää kuluttajalta vahvaa tunnistautumista, jos maksutapa ei vaikuta tämän maksamaan loppusummaan (pois lukien mahdolliset laskun toimitustavasta johtuvat kohtuulliset kustannukset kuten paperilaskulisä). Sanoma katsoo, että laskuun liittyvä tunnistamisvelvollisuus verkossa voitaisiin toisaalta rajata koskemaan ainoastaan euromääräisesti merkittäviä kertaostoksia. Vaihtoehtoisesti Sanoma katsoo, että tunnistamisvelvollisuuden ulkopuolelle tulee rajata sanomalehtien ja muiden mediapalveluiden tilaukset. Sääntelyn tulisi joka tapauksessa olla joustavaa ja koskea ainoastaan niitä tilanteita, joissa riskit yksilölle ovat todellisia esimerkiksi silloin, kun laskulla maksettavat ostokset ovat suhteellisen suuria ja tehtyä tilausta ei ole mahdollista perua sopimuskauden kuluessa.

On lisäksi selvää, että uudistus tulee aiheuttamaan merkittäviä kustannuksia verkossa toimiville elinkeinonharjoittajille. Olisi tärkeää, että kuluttajansuojan laajentamisen kustannukset eivät johda kokonaisuuden kannalta haitallisiin lopputuloksiin, esimerkiksi mediapalveluiden monimuotoisuuden kaventumiseen. Mietinnössä esitetty pankkialan arvio uudistuksen toimeenpanon aiheuttamista lisäkustannuksista (500 000 euroa) on oikeansuuntainen. Sellaisenaan ehdotuksesta tuleekin aiheutumaan merkittäviä kustannuksia myös sellaisille toimijoille, joiden maksukäytännöt eivät käytännössä aiheuta todellisia riskejä yksilöille. Tunnistautuminen ei merkittävästi vähentäisi niitä riskejä, joiden hallitsemiseen ehdotetulla sääntelyllä pyritään.

Kuluttajan henkilöllisyyden todentamista koskevan 12 c § osalta Sanoma yhtyy lisäksi Medialiiton lausuntoon.

Nyberg Onni
Sanoma Media Finland Oy