

Asia: VN/28370/2020

Kuluttajaluottoja koskevan lainsäädännön tarkistaminen. Työryhmän mietintö.

Lausunnonantajan lausunto

Voitte kirjoittaa lausuntonne alla olevaan tekstikenttään

Kuluttajaluottoja koskevan lainsäädännön tarkistaminen: työryhmän mietintö

Medialiitto kiittää oikeusministeriötä lausuntopyyntöstä ja haluaa esittää näkemyksensä mietinnöstä seuraavaa:

1. Laillisten tuotteiden ja palveluiden mainostamisen tulee olla mahdollisimman vapaata. Kuluttajaluottojen osalta ensisijainen sääntelykysymyksen tulee olla se, mitä oikeudellisia ehtoja kuluttajalle tarjottavien luottojen on täytettävä, eikä se, miten tarjolla olevista ja nämä ehdot täyttävistä luotoista voidaan kuluttajille viestiä. Vaikka markkinointiviestintä ei kuulu sananvapauden niin kutsutulle ydinalueelle, sen rajoittamisen täytyy olla oikeasuhtaista. Markkinointiin kohdistuvilla rajoituksilla on aina myös kielteisiä vaikutuksia.

Mainonnan sääntelyn tulisi olla myös mediapoliittisesti tarkoituksenmukaista. Sääntelyn vaikutuksena ei saisi olla mainonnan siirtyminen kanaviin, joilla ei rahoiteta journalismia. Ammattimainen journalismi palvelee osin samoja tavoitteita kuin nyt suunniteltu sääntelykin antamalla eväitä talouden hallintaan ja varoittamalla ylivelkaantumisen riskeistä.

2. Mietinnön esityksiä voidaan markkinoinnin sääntelyn osalta (ehdotetut kuluttajansuojalain 8 a ja 13 §) pitää varsin maltillisina. Ehdotuksissa täsmennetään perustelluin osin sekä luotonantajan informaatiovelvollisuuksia että harhaanjohtavan markkinoinnin kieltoa. Liitto katsoo, että ehdotetulla sääntelyllä rajoitetaan markkinointiviestinnän sananvapautta vain kohtuullisessa määrin suhteessa tavoitteeseen ehkäistä ylivelkaantumista.

3. Eriävissä mielipiteissä esitetyt mallit markkinoinnin lisäsääntelystä on torjuttava. Myös kuluttajaluottojen osalta markkinoinnin perustehtävä on lainsäädännössä turvattava siten, että palveluntarjoajien on mahdollista erottua, jolloin kilpailu tuottaa myös kuluttajille parempia ja edullisempia tuotteita. Jos kuluttajaluottojen sisällöllinen sääntely on tasapainossa, ei pitäisi myöskään olla merkittävää tarvetta rajoittaa kuluttajan tapoja saada tietoa markkinoilla olevista laillisista palveluista.

4. Kuluttajan henkilöllisyyden todentamista koskeva ehdotettu kuluttajansuojalain 12 c § voi aiheuttaa kohtuuttoman raskaan uuden hallinnollisen taakan osassa media-alan toimijoita. Lainkohdassa edellytettäisiin vahvan tunnistautumisen järjestämistä tilanteissa, joissa kuluttaja valitsee tilauksen yhteydessä maksutavaksi laskun, minkä katsottaisiin merkitsevän luoton antamista.

Mediapalvelut kuten lehtitilaukset laskutetaan tyypillisesti pitkänkin tilausjakson alussa ja kyse on vain vähäisessä määrin jos yleensäkin luoton antamisesta. Kuluttajalle ei myöskään käytännössä synny rahallista riskiä katkenneista tilauksista, vaan tunnistautumattomuus jää elinkeinonharjoittajan luottamusriskiksi. Osa varsinkin iäkkäämmistä asiakkaista suosii laskulla maksamista myös siksi, että he eivät koe verkon palveluita yleisesti riittävän turvallisiksi esimerkiksi henkilötietojen suojan kannalta.

Tunnistautuminen ei tällaisten tuotteiden osalta merkittävästi vähentäisi niitä riskejä, joiden hallitsemiseen sääntelyllä pyritään. Tekniset lisävaatimukset kuitenkin vaikeuttaisivat tilausmarkkinointia. Näillä luotava hallinnollinen taakka on tyypillisesti raskaimmillaan niillä toimijoilla, jonka toimintaresurssit ovat pieniä, mutta joiden panos mediatarjonnan moniäänisyyteen on merkittävä.

Säännöksen soveltamisalaa tulisi joko rajata euromääräisesti tai täsmentää siten, ettei vähäistä maksuaikaetua katsottaisi sen mukaisesti kuluttajaluotoksi.

Medialiitto ry

Jukka Holmberg
toimitusjohtaja

Mikko Hoikka
toimialajohtaja

Medialiitto on media-alan ja graafisen teollisuuden yritysten edunvalvontajärjestö. Jäsenjärjestömme ovat Aikakausmedia, Graafinen Teollisuus, RadioMedia, Suomen Kustannusyhdistys ja Uutismedian liitto. Yhdessä edustamme noin 650:tä yritystä uutismedian, aikakausmedian, kirjojen ja oppimateriaalin kustantamisen sekä painamisen, radio- ja tv-toiminnan

ja jakelun alueilla. Media-alan ja painoalan yritykset työllistävät Suomessa suoraan 22 000 henkilöä ja yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on 3,7 miljardia euroa.

Hoikka Mikko
Medialiitto ry