



27.5.2019

Julkinen

Oikeusministeriölle

Viite: Lausuntopyyntö 10.4.2019, dnro VN/2281/2019

Kuluttajaluottojen markkinointia koskeva oikeusministeriön arviomuistio

Valtiovarainministeriö kannattaa oikeusministeriön arviomuistiossa tarkoitetun lainvalmisteluhankkeen käynnistämistä kuluttajaluottojen markkinointia koskevan sääntelyn muuttamiseksi.

Valtiovarainministeriö asetti syksyllä 2018 Kotitalouksien velkaantumista rajoittavat makrovakauden valvontavälineet -työryhmän, jonka tehtävänä on esittää tarpeellisia makrovakaudellisia toimenpiteitä, joiden avulla voitaisiin nykyistä tehokkaammin rajoittaa yksityishenkilöiden tai kotitalouksien hallitsematonta velkaantumista. Valtiovarainministeriö pitää tärkeänä, että kotitalouksien velkaantumisen ehkäisemiseen ja rajoittamiseen kiinnitetään huomiota kuluttajaluottojen markkinointisäännöksiä koskevan valmistelutyön yhteydessä.

Mahdolliset markkinointia koskevat lainsäädännölliset rajoitukset tai kiellot tulisi valtiovarainministeriön näkemyksen mukaan kohdistaa ensisijaisesti luottotyypeihin, joiden on erityisesti arvioitu horjuttavan kuluttajien taloudenhallintaa, kuten aiheuttavan tyypillisesti maksuhäiriöitä. Näitä ovat niin sanotut pikaluotot ja muut vastaavat luottojärjestelyt. Valtiovarainministeriö kiinnittää huomiota siihen, että luottojen markkinointi toisaalta edesauttaa kilpailua luottomarkkinoilla hyödyttämällä osaltaan myös kuluttajia, mistä syystä laajamittaiset ja kaikkia kuluttajaluottoja koskevat markkinointirajoitukset voivat olla ongelmallisia toimivien luottomarkkinoiden kannalta.

Arviomuistion johdanto-osiossa nykytilan kuvauksessa (s. 3) yhtenä haasteena todetaan olevan sääntelyn yleisluontoisuus ja siitä johtuvat tulkintaongelmat. Tämän johdosta valvontaviranomaisten keinot puuttua epäkohtiin on arviomuistion mukaan nähty puutteelliseksi. Vaikka sääntelyn tarkentaminen parantaa sekä oikeusvarmuutta että viranomaisten keinoja puuttua epäkohtiin, pelkätään yksityiskohtaisella sääntelyllä ei voida varautua kattavasti potentiaalisiiin ongelmakohtiin muun muassa siksi, että luottomarkkinat sekä asiointi- ja viestintätavat ovat jatkuvassa muutoksessa. Tästä näkökulmasta myös yleissäännökset, kuten hyvä luotonantotapa tai markkinoinnin yleissäännökset, puolustavat paikkaansa. Yleissäännöksiä tulee tarvittaessa tarkastella uudelleen niiden käytännön sovellettavuuden kannalta.

Osastopäällikkö, ylijohdaja

Leena Mörttinen

Erityisasiantuntija

Antti Makkonen