

Finansutskottet
/Finansutskottets ledamöter
Sveriges Riksdag
100 12 Stockholm

2020-02-18

Hemställan

Er ref: prop. 2019/20:79

Vår ref: 137/6

Ang prop. 2019/20:79 "Presentation av betalningssätt vid marknadsföring av betaltjänster online"

Finansbolagen har tagit del av rubricerad prop. Finansbolagen gör med anledning av innehållet följande hemställan.

Sammanfattning

- Finansutskottet bör föreslå att riksdagens avslår propositionen
- Finansutskottet bör föreslå att riksdagen till regeringen tillkännager att eventuell reglering behöver utredas ytterligare

Regleringen bör rikta sig till de som marknadsför krediter dvs. E-handlarna

Enligt konsumentkreditlagen 6 a § ska all marknadsföring vara måttfull. Kreditgivaren ansvarar därmed för att egna marknadsföringsåtgärder är måttfulla. När det gäller e-handel är det (av historiska skäl) vanligen e-handelsföretaget som genom sitt val av checkout eller e-handelsplattform ytterst kontrollerar den miljö där betaltjänster och kreditarrangemang marknadsförs och förmedlas. De olika betaltjänstleverantörernas möjligheter att påverka e-handelsföretagets utformning av betallosningar och eventuella marknadsföring av krediter begränsar sig till vad som kan uppnås genom enskilda avtalsförhandlingar med e-handelsföretagen och leverantörerna av e-handelsplattformar (plattformspartners). Betaltjänstleverantörernas möjligheter att påverka och kontrollera utformningen av marknadsföringen inom e-handeln är därmed i praktiken ofta begränsade.

Det förhållandet att någon enstaka betaltjänstleverantör för närvarande har en sådan stark marknadsposition att betaltjänstleverantören kan kräva exklusivitet gentemot e-handlare och plattformspartners för den egna checkout-lösningen förändrar inte den bilden.

Flertalet betaltjänst-leverantörer har helt enkelt inte den position och det inflytande över e-handelsföretagen eller plattformspartners som propositionens förslag felaktigt förutsätter. Det är därför som Finansbolagen tidigare anfört mer ändamålsenligt att e-handelsföretagen eller plattformspartners snarare än betaltjänstleverantörerna åläggs ett ansvar att se till att marknadsföringen av krediter på web- eller i appmiljö är måttfull.

Den föreslagna regleringen riskerar dessutom att försämra konkurrenssituationen för alla betaltjänstleverantörer som saknar det inflytande som förutsätts bl.a. genom att de exponeras för en betydande risk att bli ansvarig för något de kan inte kontrollera nämligen andra näringsidkares marknadsföring. En försämrad konkurrenssituation och ett mer begränsat utbud är även till nackdel för konsumenterna.

Lagrådet konstaterar att flera remissinstanser *"har emellertid ifrågasatt om den föreslagna placeringen är den mest ändamålsenliga liksom betaltjänstleverantörens möjlighet att uppfylla presentationskravet. Detta har inte bemötts och förklarats på ett tillfredställande sätt i remissen. Frågorna bör övervägas närmare under det fortsatta beredningsarbetet."*

Lagrådet noterar även följande angående vilken part som utför prestationen som enligt förslaget ska regleras, dvs marknadsföringsåtgärden att placera betaltjänster i en viss ordning. *"Mot den angivna bakgrunden uppkommer bl.a. frågan om det är e-handlaren eller betaltjänstleverantören som marknadsför betaltjänsterna i marknadsföringslagens mening. Fråga om lagens tillämplighet vid en överträdelse av 1 § är enligt Lagrådets mening inte tillräckligt utvecklad i remissen och bör belysas ytterligare i den fortsatta beredningen"*

Några närmare överväganden presenteras dock inte i propositionen istället upprepas det icke underbyggda påstående att möjlighet till inflytande föreligger trots att flera av remissinstanserna med direkt kännedom om förhållandena på marknaden förklarat att så inte är fallet utifrån hur verkligheten ser ut. Flera frågor om hur ansvaret (medverkansansvar ev. solidariskt ansvar etc.) fördelar sig mellan när flera parter är inblandad och på vilket underlag sanktioner ska beräknas på förblir också obesvarade i propositionen.

Betaltjänstleverantörer åläggs ett närmast strikt ansvar eftersom de, utöver ingående av civilrättsliga avtal med visst innehåll, även ska ansvara för eventuella brister i en annan näringsidkares marknadsföringsåtgärder för de fall avtalet inte följs av den andra parten. Detta framgår dessutom endast genom en skrivning i propositionen, vilket är anmärkningsvärt.

Idag kännetecknas stora delar av e-handelsmarknaden av betallosningar som integrerats med e-handelsplattformarna enligt stand alone-princip. Det innebär att olika betaltjänstleverantörer utan inbördes samarbete tillhandahåller en eller flera betalningsalternativ som en plattformspartner integrerar i sin checkoutmiljö. I dessa fall saknar de enskilda betaltjänstleverantörer ofta en fullständig bild av de övriga betaltjänstleverantörerna som integrerats mot den aktuella e-handelsplattformen. Inom e-handel finns nu en utveckling där så kallade iframes används i allt större utsträckning. Iframes utgör färdiga mallar som innehåller kompletta checkoutmiljöer med ett i förväg fastställt utbud av betallosningar och kreditarrangemang. En iframe kontrolleras närmast av de enskilda betaltjänstleverantörerna men även större plattformspartners har inflytande över dess utformning. Beroende på de olika styrkeförhållandena mellan de inblandade parterna kan man även tänka sig att det är e-handelsföretagen som kontrollerar checkoutmiljön och därmed utgör den part som bör bli föremål för en utökad reglering. Mot bakgrund av ovanstående bör som tidigare anförts en eventuell utvidgad reglering av marknadsföringen av krediter inom e-handeln utredas ytterligare.

Eftersom syftet med den i propositionen föreslagna regleringen är att reglera marknadsföringen av krediter framstår både propositionens titel och de föreslagna reglernas placering i betaltjänstlagen som missledande. Om reglernas placering i betaltjänstlagen beror på att ändringar i konsumentkreditlagen, som faktiskt direkt skulle träffa e-handlarna, bedömts som en icke framkomlig väg av något skäl, exempelvis att konsumentkreditlagen bygger på ett fullharmoniseringsdirektiv, förklaras inte närmare i propositionen. Å andra sidan saknas även beträffande förslaget om ändringar i betaltjänstlagen en mer substantiell analys av om dessa är förenliga med betaltjänstdirektivet, som i mycket är ett fullharmoniseringsdirektiv. Detsamma gäller frågan om e-handlares ansvar enligt e-handelsdirektivet vilket inte heller berörs i propositionen. Finansbolagen finner det anmärkningsvärt att en mer djupgående utredning om eventuella EU-rättsliga begränsningar saknas i propositionen.

Rangordning av olika alternativ är problemet - inte lösningen

Problem för konsumenterna som är omdiskuterade är att olika betalningsalternativ inom e-handeln rangordnas på ett icke måttfullt sätt för konsumenten. Ett exempel som ofta nämns är när ett visst alternativ är ifyllt och dessutom kanske ges en mer framträdande placering "inom guldram" i förhållande till andra betalningsalternativ. Enligt finansbolagen bör en eventuell reglering ta sikte på att olika alternativ presenteras på ett likvärdigt och måttfullt sätt så att konsumenten inte blir otillbörligt styrd att välja ett visst alternativ (exempelvis genom att ett alternativ redan är ifyllt). Enligt Finansbolagen bör som tidigare anförts en eventuell reglering direkt träffa den part som ytterst kontrollerar marknadsföringen av krediter i den aktuella e-handelsmiljön.

Kreditköp i samband med E-handel har stora fördelar utifrån ett konsumentperspektiv. Ett kreditköp ger ökad trygghet genom att konsumenten får tillfälle att undersöka varan eller tjänsten innan betalning erläggs. Enligt 29 § konsumentkreditlagen kan dessutom samma invändningar göras gentemot kreditgivaren som mot leverantören. En ordning där kreditköp ska rangordnas sämre i förhållande till andra betalningsalternativ blir därmed missvisande för konsumenten. Redan av detta skäl bör propositionen avstyrkas.

Rangordning av betalningsalternativ i krediter och direktbetalningar är inte möjlig

Förslaget i propositionen utgår, trots att det påtalats av flera av remissinstanserna, från den felaktiga förutsättningen att det går att dela in betaltjänster i krediter och direktbetalningar. I praktiken är detta inte möjligt eftersom en mycket stor andel av de betaltjänster som förekommer är blandade. Som exempel kan nämnas att ett och samma betalningsalternativ kan innehålla både kredit och direktbetalning. Det vanligaste exemplet är kortbetalningar. Kortbetalningar presenteras på samma sätt oberoende av om det handlar om ett debitkort eller ett kreditkort. Ett debitkort kan även vara kopplat till ett konto med en kontokredit och avgörande blir då om behållningen på kontot täcker köpet eller inte. Varken betaltjänstleverantören dvs. den bank som ställt ut kortet eller betaltjänstförmedlaren (e-handlaren) kan när marknadsföringen utformas eller senare i anslutning till köpet veta om ett visst köp kommer innebära ett kreditköp eller ej. Även betalning med s.k. elektroniska plånböcker kan, men behöver inte innebära ett kreditköp.

Det förekommer även att konsumenten i efterhand kan välja att omvandla ett köp som redan fakturerats eller betalats direkt ett bankkonto till en kredit. Någon meningsfull rangordning är därmed inte möjlig, varför förutsättningen för propositionens förslag brister.

En reglering som premierar blandade betalningsalternativ (innefattande t.ex. kortkrediter, kontokrediter, e-plånböcker med kredit) framför andra betalningsalternativ med kredit framstår inte som ändamålsenlig eftersom en betydande andel av de betalningar som görs via blandade betaltjänster de facto är krediter. Krediter via blandade betaltjänster kan vara lika förmånliga eller oförmånliga som de krediter konsumenten kan välja i samband med köpet. Från ett konsumentskyddsperspektiv kan krediter som grundar sig på en mer aktuell kreditbedömning vara att föredra. Det blir därmed från konsumentskyddsperspektiv tveksamt att införa en ordning där blandade betaltjänster, som ofta innebär en beviljad kredit baserat på ett redan tidigare medgivet kreditutrymme, systematiskt premieras på bekostnad av andra betalningsalternativ med kredit som ofta grundar sig på en mer aktuell kreditbedömning.

Remissinstanserna har även ifrågasättas om det i svensk lag och utan stöd i direktiv är möjligt rangordna och premiera vissa betaltjänster eller krediter före andra. Reglering är sannolikt oförenligt med EU-rätten i och med att den motverkar konkurrensen och den inre marknadens syfte och funktion. Vad som anförs i propositionen förändrar inte den bedömningen.

Det är inte närmare utrett i propositionen vilka styrande effekter den föreslagna regleringen skulle få på marknaden. Skulle blandade betalningsalternativ premieras skulle förmodligen sådan kreditgivning som sker genom blandade tjänster växa medan å andra sidan andra betalningsalternativ med kredit skulle kunna minska i följd av den sämre rangordningen. Möjligen skulle alternativ som innebär att betaltjänsten kan rangordnas som icke kredit men där betalningen i senare skede kan omvandlas till en kredit växa fram. En annan möjlighet är att alternativ med direktbetalning tas bort av vissa e-handlare. Tekniken kanske även möjliggör att utbudet av alternativ varierar över tid beroende på kund, tidpunkten på dygnet eller under månaden. Konkurrenssituationen mellan olika betaltjänstleverantörer kommer sannolikt försämrats genom att sådana leverantörer som de facto har begränsat inflytande likväl blir ansvariga för brister i andra näringsidkares marknadsföringsåtgärder på ett sätt som strider mot den nuvarande marknadsrättens väl beprövade ansvarsreglering.

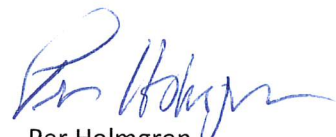
Utifrån ovan anförda skäl bör Finansutskottets föreslå att riksdagen avslår propositionen.

Finansutskottet bör därtill föreslå att riksdagen till regeringen tillkännager att eventuell reglering behöver utredas ytterligare.

Stockholm som ovan,

FINANSBOLAGENS FÖRENING


Lars Zacharoff


Per Holmgren