

Justis- og beredskapsdepartementet
Deres ref: 22/3650

Oslo, 1. november 2022

Vedr. tilleggsfordeler ved kredittopptak

1. Innledning

Justis- og beredskapsdepartementet sendte den 22. juni 2022 på høring et forslag utarbeidet av Finanstilsynet om regulering av tilleggsfordeler ved kredittopptak.

Coop er et medlemseid samvirke med formål å skaffe medlemmene varer og tjenester til konkurransedyktige priser og kvalitet. I tillegg skal Coop informere sine medlemmer om sparingens betydning. En del av verdiskapningen blir hvert år fordelt til medlemmene i form av kjøpeutbytte basert på deres handel med samvirkelagene. Som utøver av delingsøkonomi skiller Coop seg derfor fra andre aktører i dagligvarebransjen.

Coop er organisert nedenfra og opp i et føderativt samvirke. Samvirkelagene er primærsamvirker og eier sekundærsamvirke Coop Norge SA. Coop Norge SA er fellesorganisasjonen som forvalter sentrale fellesoppgaver for samvirkelagene.

Coop Norge SA anerkjenner de samfunnsmessige hensynene som ligger til grunn for forslaget og støtter formålet i høringen om å hindre at utsatte forbrukere tar opp dyr kreditt. Vi er derfor positive til at det gjennomføres en utredning på området. Høringsforslaget reiser likevel noen prinsipielle spørsmål, som etter vårt syn ikke er tilstrekkelig utredet, særlig innenfor handelens lojalitetskort/kredittkort. Tiltak for å motvirke ulemper må være proporsjonale og ikke mer inngripende enn det som er nødvendig for å oppnå formålet. Det vil i det følgende knyttes noen kommentarer til forslaget.

Coop Norge SA Hovedkontor

Postboks 21 Haugenstua, N-0915 Oslo – Norge
Besøksadresse: Østre Aker vei 264, 0977 Oslo
Telefon +47 22 89 95 95 – Bankgiro 9373.05.01232
www.coop.no

2. Om handelens kundelojalitetskort/kredittkort

Kundelojalitetskort/kredittkort med tilleggsfordeler er etterspurt av forbrukerne, styrker omsetningen til handelsaktørene og fungerer lojalitetsskapende. Flere handelsaktører markedsfører i dag kundelojalitetskort i eget varemerke der fordeler opparbeides ved handel i aktørens egne kjeder. Med mindre handelsaktøren selv har konsesjon må slike produkter tilbys av regulerte samarbeidspartnere med konsesjon som finansforetak. Informasjonen som vi besitter tilsier at slike samarbeid generelt kjennetegnes av porteføljer med lavere rentebærende gjeld, lavere andel misligholdte engasjementer og færre inkassosaker sammenlignet med finansforetakenes egne kredittkortporteføljer med fordeler.

Coop Norge SA savner en nærmere utredning av gjeldsopptak knyttet til kundelojalitetskort. Hvis hensynene som ellers begrunner regulering ikke gjør seg gjeldende for kundelojalitetskort, så fremstår høringsforslaget for inngripende sett opp mot formålet. Slike lojalitetskort bør i så fall unntas reguleringen.

3. Endret konkurranse

Det er finansforetak spesialisert på kreditt som i all hovedsak utgjør tilbyderne av kundelojalitetskort, ikke de tradisjonelle bankene. Dersom slike finansforetak skal kunne overholde høringsforslaget må disse omorganisere sin virksomhet, enten ved å utvide sitt produkttilbud eller samarbeide med banker som tilbyr debetløsninger. Med økte kostnader, svekket lønnsomhet og endret konkurransebilde kan en konsekvens være at markedet for kundelojalitetskort reduseres eller faller bort. Forbrukerne fratas i så fall betalingsalternativer.

På grunn av konsesjonssystemet er bankene i utgangspunktet de eneste aktørene som kan tilby både kreditt- og debetløsninger. De vil dermed være i posisjon til å tilpasse seg høringsforslaget, uten å øke sitt produktspekter eller tiltrekke seg samarbeidspartnere. En konsekvens kan være at kundelojalitetskort begrenses til bankenes egne kunde- og lojalitetsprogrammer, mens handelsaktører må fjerne denne type lojalitetsmekanismer i sine kundeprogram, eventuelt selv søke om konsesjon. Bankene, som driver finansieringsvirksomhet, vil naturlig nok finansiere tilleggsfordelene på både debet- og kredittløsninger gjennom sine renteinntekter, blant annet mottatt fra forbrukere. Coop Norge SA savner en prinsipiell utredning av dette.

4. Om økonomiske og administrative virkninger

Betalingstransaksjoner er forbundet med kostnader til aktører i verdikjeden for betaling, herunder utstedere, innløserer og kortselskapene. Kostnadsstyring innen betaling er derfor et naturlig fokusområde for handelsnæringen. Kundelojalitetskort fra bestemte samarbeidspartnere kan ved handel i egne butikker rutes i egne sløyfer utenom kortselskapene med reduserte kostnader. Hvis produktene faller bort kan det føre til økt volum av betalingstransaksjoner som isteden må rutes gjennom kortselskapene og dermed øke kostnadene for butikkene. Konsekvensene bør utredes nærmere.

5. Om utforming av forslaget til lovtekst

Høringsforslaget må oppfattes slik at betalingsformer med tilleggsfordeler er kurant såfremt slike fordeler også tilbys for debetløsninger. Minstenivået til alternative debetløsninger som i så fall må tilbys fremstår imidlertid uklart. Forslaget etterlater usikkerhet omkring dette handlingsrommet, særlig for mottakerne av betalingen, dvs. butikkene.

6. Om behov for konsesjon

Flere handelsaktører har fått egen konsesjon som finansierings- og betalingsforetak og kan selv tilby egenutstedte kundelojalitetskort. Disse aktørene vil dermed kunne fungere som både tilbyder av betalingsløsningen og mottaker av midlene ved betalingen. Høringsforslaget etterlater usikkerhet om disse aktørene fremover vil kunne komme i en særstilling og få en konkurransefordel, hvilket i så fall vil stimulere aktører i handelsnæringen til selv å ta konsesjon. Dette forholdet må også utredes nærmere.

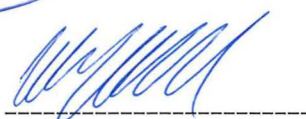
Som nevnt innledningsvis støtter Coop Norge SA formålet i høringen og er positiv til en utredning på området. Basert på den informasjonen og erfaringene som vi besitter, blir imidlertid den foreslåtte reguleringen av kundelojalitetskort for inngripende sett opp mot formålet.

Med vennlig hilsen

Coop Norge SA



Knut B. Kjøsnes
Juridisk direktør



Herman Jorkjend
Advokat