

Oslo, 23. mars 2017

Til: Justis- og beredskapsdepartementet
v/ Justisdepartementets lovavdeling
Sendt per e-post til: lovavdelingen@jd.dep.no

Fra: Norwegian Air Shuttle ASA
Postboks 115
1330 Fornebu

Høringsvar – forslag til forskrift om god kredittmarkedsføring

Det vises til forslag til forskrift om god kredittmarkedsføring, sendt på høring den 3. mars 2017 av Justis- og beredskapsdepartementet v/ Justisdepartementets lovavdeling. Det vises til høringsbrevet som var vedlagt høringen sammen med utkast til ny forskrift og en utredning.

Det ble satt frist for å inngi høringsvar innen 23. mars 2017.

Med dette brevet inngis høringsvar på vegne av Norwegian Air Shuttle ASA ("NAS").

Vi vil i dette kortfattede høringssvaret fokusere på de deler av høringsforslaget som er av særlig betydning for NAS, nærmere bestemt forslaget § 1 om å forby markedsføring og tilbud om tilleggsfordeler i form av fordeler i kundelojalitetsprogram ved inngåelse eller utnyttelse av kredittavtaler.

NAS tilbyr fordelsprogrammet Norwegian Reward. Fordelsprogrammet er en integrert og sentral del av vår markeds- og forretningsstrategi. Alle som kjøper flybilletter hos NAS kan registrere seg, og på den måten opptjene bonuspoeng ("CashPoints") som senere kan benyttes for å betale for flyreiser med selskapet eller gjøres opp i andre fordeler som gratis fast track, gratis setereservasjon mv.

Opptjeningen av CashPoints i Norwegian Reward er et gode for forbrukerne, og er et effektivt markedsverktøy for flyselskapet.

En nærmere beskrivelse av fordelsprogrammet er gitt på våre nettsider

<https://no.norwegianreward.com/>

<https://www.norwegian.no/>

På ovennevnte nettsider fremgår også vilkårene for deltakelse i fordelsprogrammet Norwegian Reward på en måte som er oversiktlig, gjennomiktig og enkelt tilgjengelig for forbrukerne.

Fordelsprogrammer, som Norwegian Reward, har blitt en viktig del av konkurransen mellom flyselskapene, og en rekke flyselskap tilbyr per i dag tilsvarende fordelsprogram.

Bank Norwegian AS tilbyr kredittkort ("Norwegian-kortet") til forbrukere. Ved å bruke Norwegian-kortet får forbrukeren tilgang til å opptjene CashPoints i vårt fordelsprogram Norwegian Reward.

Når forbrukeren betaler for flybilletter hos NAS med Norwegian-kortet, opptjenes 20 % av billettprisen i CashPoints (1 CashPoint = NOK 1) ved bestilling av Flex-billetter og 5 % av billettprisen ved LowFare-billetter. I tillegg opptjenes 1 % av kjøpesummen på alle andre kjøp.

Disse tilleggsfordelene er også nærmere beskrevet på Bank Norwegian sine nettsider:

<https://www.banknorwegian.no/>

Det er viktig å understreke at Norwegian-kortet ikke er en forutsetning for opptjening av CashPoints i Norwegian Reward. Ca. 15 – 20 % av Rewardsmedlemmene innehar Norwegian-kortet (kredittkortet til Bank Norwegian). Dette er med andre ord forbrukere som allerede er medlemmer i vårt fordelsprogram, og som deretter velger å anskaffe Norwegian-kortet for å kunne opptjene CashPoints ikke bare ved bestilling av flybilletter, men også for andre kjøp. Av våre mest frekvente reisende er det en stor andel som har Norwegian-kortet. Tilbakemeldinger fra de reisende viser at inkludert reiseforsikring, forenkling av reiseoppgjør og direkte tilknytning mellom Rewardsprogrammet og betalingskortet er viktige faktorer for bruken av kortet.

Statistikk fra Bank Norwegian viser at de kredittkortkundene som kommer fra Norwegian Reward gjennomgående har svært god betalingshistorikk. Erfaringen er altså at disse kundene (forbrukerne) ikke har noen problemer med å håndtere og gjøre opp for sin kredittkortgjeld. Det er heller ikke noe som tyder på at koblingen mellom fordelsprogrammet og kortet er med på å bidra til uansvarlig låneopptak.

NAS stiller seg fullt ut bak formålet om å forhindre uansvarlig låneopptak fra norske forbrukere, men bemerker at en tilknytning mellom kreditt og løpende opptjening av fordeler i fordelsprogram, som Norwegian Reward, etter vår erfaring ikke bidrar til noen økt risiko for slike låneopptak.

På denne bakgrunn mener NAS at det vil være svært uheldig om det innføres et forbud som vil begrense NAS adgang til å konkurrere om å tilby slike fordeler til forbrukerne på en så god måte som mulig, og som vil frata forbrukerne muligheten til å nyte godt av et attraktivt fordelsprogram ved bruk av kredittkort. Det er ingen rasjonell grunn til å innføre slike begrensninger på konkurransen og forbrukernes valgfrihet, gitt de erfaringene vi har gjort oss.

Vi viser også til den utredning som er utarbeidet av Advokatfirmaet Simonsen Vogt Wiig AS ("SVW") for Bank Norwegian. Utredningen fra SVW konkluderer med at det foreslåtte forbudet i forskriftens § 1 mot tilbud og markedsføring av fordeler i et kundelojalitetsprogram er i strid med Norges forpliktelser etter EØS-avtalen og dermed ikke lovlig kan gjennomføres i norsk rett.

Utredningen viser også til at det ikke er foretatt noen konsekvensanalyse, og at det ikke på noen måte er dokumentert at denne typen tilleggsfordeler i et lojalitetsprogram vil øke risikoen for ubetjenelig gjeldsbelastning.

NAS vil derfor sterkt fraråde en innføring av et markedsføringsforbud som rammer fordelsprogrammer. Uansett må det faktiske grunnlaget utredes nærmere. Spørsmålet om hvorvidt fordelsprogrammer, som Norwegian Reward, som også tilbys i tilknytning til kreditt, øker risikoen for uansvarlig låneopptak og ubetjenelig gjeldsbelastning, er ikke berørt i høringen. Vår erfaring tyder tvert i mot på at så ikke er tilfellet, og at fordelsprogrammer er positivt for konkurransen og dermed også for forbrukerne.

Med vennlig hilsen



Per Christoffer Kise, Advokatfullmektig

På vegne av Frode Berg

Chief Legal Officer

Norwegian Air Shuttle ASA