REKLAMY KREDYTÓW KONSUMENCKICH – DECYZJE UOKIK

**Reklamy kredytów konsumenckich powinny być zrozumiałe, jednoznaczne i czytelne. UOKiK uznał, że telewizyjne spoty pięciu instytucji finansowych nie spełniały tych wymogów. Zakwestionowano m.in. zbyt małą czcionkę i krótki czas wyświetlania informacji**

**[Warszawa, 23 marca 2016 r.]** Mylne lub niepełne informacje na temat oferty narażają konsumentów na podjęcie niekorzystnej dla nich decyzji rynkowej. Przekazywanie rzetelnych danych jest szczególnie istotne w przypadku usług finansowych m.in. ze względu na ich skomplikowany charakter czy trudny do zrozumienia język umów.

Zgodnie z prawem, gdy reklama kredytu konsumenckiego zawiera dane o jego kosztach powinna podawać także stopę oprocentowania wraz z wyodrębnieniem opłat uwzględnianych w całkowitym koszcie kredytu, całkowitą kwotę kredytu i rzeczywistą roczną stopę oprocentowania (RRSO)**.** Informacjete powinny być podane w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Umożliwia to konsumentom porównanie ofert różnych kredytodawców, ułatwiając dokonanie świadomego wyboru.

UOKiK stwierdził, że reklamy telewizyjne pięciu instytucji finansowych **Alior Bank** (kampania „Gwarancja najniższej raty”), **Bank BGŻ BNP Paribas** (kampania „Orzech odsetkowy”), **Euro Bank** (kampania „Warto sprawdzić jakość i cenę. Kredyt gotówkowy z atrakcyjnym oprocentowaniem już od 5,7 proc.”), **Credit Agricole Bank Polska** (kampania kampanii „Kredyt prostoliczony za 10 zł”) **Provident Polska** (kampania „Spróbuj i zostań”) nie spełniały wymogów określonych w ustawie o kredycie konsumenckim.

Zakwestionowano 31 spotów, które były emitowane w okresie od marca do września 2014 r. Zastrzeżenia Urzędu dotyczyły sposobu prezentowania kosztów kredytu. **Ważne dla konsumenta informacje** o oprocentowaniu, całkowitej kwocie do zapłaty, czy RRSO **były napisane drobną czcionką i pokazywane zbyt krótko aby możliwe było ich odczytanie**. Przykładowo w 30-sekundowym filmie tekst zawierający wymagane przepisami prawa informacje był wyświetlany jedynie przez 2 sekundy.

Zgodnie z prawem reklama powinna dostarczyć konsumentowi podstawowe dane niezbędne do podjęcia przez niego wstępnej decyzji o zainteresowaniu się ofertą kredytu konsumenckiego. Nie może ona narażać konsumenta na podejmowanie dodatkowych czynności takich jak otwieranie strony internetowej czy zatrzymywanie obrazu za pomocą specjalnej funkcji w telewizorze.

**Prezes UOKiK stwierdził, że Alior Bank, Bank BGŻ BNP Paribas, Euro Bank, Credit Agricole Bank Polska, Provident Polska naruszyły zbiorowe interesy konsumentów.** Na każdego z przedsiębiorców został nałożony obowiązek publikacji na ich koszt oświadczenia informującego o wydaniu decyzji Prezesa UOKiK i opisującego niedozwoloną praktykę: po pierwsze w formie 15-sekundowego filmu, który ma być emitowany raz dziennie przez trzy dni z rzędu w TVP1 w godzinach od 17 do 19.30, po drugie na ich własnych stronach internetowych przez trzy miesiące.

Konsumentom i przedsiębiorcom przypominamy, że zgodnie z ustawą o kredycie konsumenckim, jeżeli instytucja finansowa w reklamie informuje o kosztach kredytu, to musi podać także:

1. **stopę oprocentowania kredytu wraz z wyodrębnieniem opłat** uwzględnianych w całkowitym koszcie pożyczki (np. prowizje, opłaty za odbiór rat w domu klienta, koszty przygotowania umowy czy składek ubezpieczeniowych),
2. **całkowitą kwotę kredytu** (czyli ile kredytu dostanie konsument „na rękę”),
3. **rzeczywistą roczną stopę oprocentowania** – czyli oficjalne, wymagane przepisami, wyliczenie służące konsumentowi do porównania kosztów kredytów oferowanych przez różne instytucje finansowe. **Uwzględnia się w nim** nie tylko **oprocentowanie pożyczanych pieniędzy**, lecz także **część pozostałych kosztów kredytu** (w tym prowizje),
4. w odpowiednich przypadkach: czas obowiązywania umowy, całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość rat.
5. Dane te muszą być **czytelne, zrozumiałe i jasne dla konsumenta**.

Przy ocenianiu oferty przedstawionej w reklamach kredytów konsumenckich należy pamiętać, że **nie zawsze niskie oprocentowanie czy też brak prowizji oznacza, że otrzyma się tani kredyt**. Kredytodawcy pobierają różne inne opłaty dodatkowe, które sprawiają, że koszt kredytu znacznie wzrasta. Dlatego nie należy kierować się eksponowaną przez kredytodawców „promocyjną” wysokością oprocentowania prezentowaną w reklamach. Wskaźnikiem, który w prosty sposób pozwoli ocenić atrakcyjność kredytu jest rzeczywista roczna stopa oprocentowania.

11 marca br. weszła w życie [nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=12253), wprowadzająca maksymalną wysokość pozaodsetkowych kosztów kredytu konsumenckiego, która równa się sumie 25 proc. całkowitej kwoty kredytu oraz 30 proc. całkowitej kwoty kredytu wyrażonej w stosunku rocznym. Ponadto, **wszystkie pozaodsetkowe opłaty nie mogą przekroczyć 100 proc. całkowitej kwoty kredytu**.

W razie wątpliwości lub sporu z instytucją finansową korzystaj z pomocy [Rzecznika Finansowego](http://www.rf.gov.pl/), [miejskich lub powiatowych rzeczników konsumentów](http://www.uokik.gov.pl/rzecznicy_konsumentow.php), [Federacji Konsumentów](http://www.federacja-konsumentow.org.pl/), [Stowarzyszenia Konsumentów Polskich](http://www.konsumenci.org/). Bezpłatne porady prawne dostępne są także pod numerem 800 889 866 oraz mailowo – porady@dlakonsumentow.pl prowadzone przez [Stowarzyszenie dla Powiatu](http://stowarzyszeniedlapowiatu.pl/o-nas/).

**Dodatkowe informacje dla mediów:**

Biuro prasowe UOKiK
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. 22 827 28 92, 55 60 314 , 55 60 111
E-mail: biuroprasowe@uokik.gov.pl

Twitter: [@UOKiKgovPL](https://twitter.com/UOKiKgovPL)