

# Jak daleko jeszcze pójdą bankowe reklamy?

24 marca 2012

Czym jeszcze banki nas zaskoczą w swoich reklamach, bo że nas zaskoczą, to nie mam co do tego żadnych wątpliwości...

Ostatnio jeden z dużych banków reklamuje się radiowymi spotami, w których klient przychodzi do banku po kredyt, a pracownica banku pyta go albo o biznesplan albo o faktury albo o cel kredytu, za każdym razem wybuchając śmiechem razem z klientem, który komentuje to, że prawie dał się nabrać, a reklamówka kończy się informacją, że bank udziela kredytów bez tej informacji czy dokumentu, który pojawiał się na początku reklamy, że można go uzyskać tak łatwo jak w przypadku znanego aktora występującego w innych reklamach tego banku oraz, że udzielenie kredytu uzależnione jest od badania zdolności kredytowej. Choć nie jest to wprost powiedziane, potencjalny klient może odnieść wrażenie, że bank udzieli mu kredytu bez jakichkolwiek dokumentów (biznes plan czy faktury), a także bez wskazania przez niego celu, na który kredyt ma zostać udzielony. Być może marketingowo jest to zabieg interesujący, natomiast budzi to istotne wątpliwości prawne w świetle przepisów Prawa bankowego dotyczących kredytów.

Zgodnie z art. 70 ust. 1 Prawa bankowego, bank uzależnia przyznanie kredytu od zdolności kredytowej kredytobiorcy, przez którą rozumie się zdolność do spłaty zaciągniętego kredytu wraz z odsetkami w terminach określonych w umowie, a kredytobiorca obowiązany jest przedłożyć na żądanie banku dokumenty i informacje niezbędne do dokonania oceny tej zdolności. Jak zatem bank dokona jej oceny nie wiedząc na co kredyt jest przeznaczony, nie mając też biznesplanu, a więc nie wiedząc jak kredytobiorca spłaci zaciągnięty kredyt, czy faktur dokumentujących jego bieżącą sytuację? Chwył marketingowy, czy...? Być może bank po prostu opracował inny

model oceny zdolności kredytowej i wystarczą mu inne informacje lub dokumenty przedstawione przez klienta?

Jednak bank reklamuje się też m.in. tym , że nie trzeba wskazywać celu, na który kredyt ma być zaciągnięty. I tu już zaczynają się prawdziwe schody, bo umowa kredytu jest umową nazwaną, uregulowaną w Prawie bankowym i do jej podstawowych warunków należy określenie celu wykorzystania środków (zgodnie a art. 69 ust. 1 Prawa bankowego przez umowę kredytu bank zobowiązuje się oddać do dyspozycji kredytobiorcy na czas oznaczony w umowie kwotę środków pieniężnych na ustalony cel, a kredytobiorca zobowiązuje się do korzystania z niej na warunkach określonych w umowie, zwrotu kwoty wykorzystanego kredytu wraz z odsetkami w oznaczonych terminach spłaty oraz zapłaty prowizji od udzielonego kredytu). Umowa kredytu powinna być zawarta na piśmie i określać w szczególności m.in. cel, na który kredyt został udzielony (art. 69 ust. 2 pkt 3 Prawa bankowego). Nie da się zatem udzielić kredytu bez wskazania przez kredytobiorcę celu, na jaki środki te będą wykorzystane – bo nie będzie to kredyt, a co najwyżej pożyczka... ale reklama wyraźnie mówi o kredycie. Czyżby marketingowcy odpowiadający w tym banku za reklamy nie uznali za konieczne skonsultowanie się z prawnikami?

Czym jeszcze banki nas zaskoczą w swoich reklamach, bo że nas zaskoczą, to nie mam co do tego żadnych wątpliwości... ktoś bowiem uznał, że banki nie potrzebują już konserwatywnych reklam, wręcz przeciwnie... szkoda tylko, że w ten sposób klient nie ma żadnych szans na ocenę, co tak naprawdę bank mu oferuje i czego od nie wymaga...

Autor: Paweł Pelc

Źródło: [Stefczyk.info](http://Stefczyk.info)