

Koniec oszustw?

13 listopada 2015

Raty „zero procent”, kredyty za darmo i brak prowizji – takie hasła już niedługo znikną z reklam banków i firm pożyczkowych. Według propozycji UOKiK w reklamach trzeba będzie podać wszystkie opłaty uwzględnione w całkowitym koszcie kredytu oraz rzeczywistą roczną stopę oprocentowania. Propozycja zakłada, że zachęta do zaciągnięcia kredytu i informacje o jego warunkach mają zająć w reklamie tyle samo czasu.

„Dzisiaj w przekazach marketingowych banków przeważają hasła reklamowe, które nie mają wartości informacyjnej dla klientów” – mówiła w programie #dziejesięnażywo Dorota Karczewska, wiceprezeska Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. UOKiK chce to zmienić i pracuje nad ustawą, która zmusi banki do zmiany sposobu reklamowania produktów.

Proponowane przepisy stanowią, że przed zawarciem umowy klient będzie musiał dostać zestaw informacji dotyczących najważniejszych cech oferowanego kredytu, na przykład, poza oprocentowaniem, zasad spłaty czy opisu skutków braku płatności. Wszystkie te informacje będą musiały być wpisane w treść właściwej umowy.

Jak czytamy w projekcie założeń do nowej ustawy, obecnie obowiązujące przepisy są stosowane przez kredytodawców w zbyt dowolny sposób. Dlatego konieczne jest doprecyzowanie wymagań, tak, by klient miał większą możliwość porównania ofert i wyboru najlepszej dla siebie. Uwagi do polskich rozwiązań miała też Komisja Europejska. Projekt je uwzględnił. Ustawa o kredycie konsumenckim stosuje się tylko do kredytów o wartości niższej niż 255 550 złotych. To oznacza, że kredyty hipoteczne będą musiały zostać uwzględnione w innych przepisach. Jak zapewnia wiceprezes UOKiK – kredytobiorcy nie pozostaną na lodzie.

Źródło: NowyObywatel.pl