Komunikat KNF z dnia 12 marca w sprawie nierzetelnych reklam produktów bankowych

Komisja Nadzoru Finansowego publikuje przykładowe działania banków stanowiące naruszenie staranności zawodowej i uczciwości w działaniu. Poniżej zamieszczamy kilka przykładów nierzetelnej reklamy stosowanej przez banki:

- Bank w komunikacie reklamowym podaje warunki oferty nie podając informacji **do jakiej grupy klientów jest skierowana**.

- Prezentowane odbiorcom informacje reklamowe dotyczące rachunku bankowego wskazują na brak jakichkolwiek opłat za konto. Tymczasem tabela opłat i prowizji banku określa **szereg pobieranych przez bank opłat** związanych z reklamowanym jako „darmowy" rachunkiem bankowym. W rzeczywistości za prowadzenie konta nie pobiera się opłat **wyłącznie pod warunkiem osiągnięcia określonych wpływów na rachunku**. Dodatkowo **bank pobiera określoną opłatę** za zamknięcie rachunku w określonym terminie od jego otwarcia.

- Bank w komunikacie reklamowym zapewnienia o bezpłatnym dostępie przez Internet do konta osobistego. W rzeczywistości obsługa rachunku w systemie bankowości elektronicznej **nie jest obciążona opłatą, wyłącznie pod warunkiem osiągnięcia określonych wpływów na rachunku**.

- Prezentowane odbiorcom informacje reklamowe dotyczące rachunku bankowego wskazują na brak jakichkolwiek opłat za korzystanie z bankomatów zarówno w Polsce jak i za granicą. W rzeczywistości nie płacimy jedynie za korzystanie **z bankomatów należących do sieci tego banku oraz sieci jego partnerów**. Ponadto bank nie pobiera opłaty za wydanie karty do rachunku, tym niemniej **pobiera comiesięczną opłatę za użytkowanie tej karty**. Oznacza to, iż prezentowane w rozpowszechnianych komunikatach reklamowych zapewnienie, iż wypłaty gotówki z wszystkich bankomatów w Polsce, a tym bardziej z wszystkich bankomatów bez względu na miejsce ich usytuowania są bez opłat, są nieprawdziwe.

- Bank informuje, że reklamowany produkt gwarantuje oprocentowanie środków pieniężnych przechowywanych na rachunku bankowym w określonej wysokości bez ukrywania jakichkolwiek informacji. **Wysokie oprocentowanie jest uzależnione od zdeponowania środków na okres kilkuletni, bądź dotyczy tylko fragmentu tego okresu.**

- Bank reklamuje produkt hybrydowy wywołując u odbiorców **mylne wyobrażenie o jego charakterze i konstrukcji oraz ryzyku związanym z reklamowanym produktem.** Informacja reklamowa sugeruje, iż całość inwestowanych w ramach reklamowanego produktu środków pieniężnych jest wysoko oprocentowana, w rzeczywistości tylko jeden z jego elementów składowych.

KNF mając na względzie cel nadzoru nad rynkiem finansowym zaleciła trzem bankom zaniechanie nierzetelnych reklam. KNF celowo nie podaje treści wysłanych zaleceń, ani ich adresatów. Wskazując nieuczciwe praktyki stosowane w reklamach produktów bankowych Komisja zwraca uwagę na najczęściej stosowane nadużycia, licząc na to, że banki w trosce o dobro swoich klientów zaprzestaną przekazywania niejasnych i niejednoznacznych informacji reklamowych, wprowadzających w błąd.
W razie stwierdzenia, że banki nie realizują zaleceń, Komisja Nadzoru Finansowego może skorzystać z innych uprawnień nadzorczych.