

Stanovisko
Útvaru dohľadu nad finančným trhom Národnej banky Slovenska
z 24.4.2017

k niektorým otázkam týkajúcim sa propagácie ceny úverových produktov

Národná banka Slovenska, útvar dohľadu nad finančným trhom (ďalej len „NBS“), na základe ustanovenia § 1 ods. 3 písm. a) bodu 3 zákona č. 747/2004 Z. z. o dohľade nad finančným trhom a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZoD“) vydáva toto stanovisko:

Článok 1
Predmet a účel stanoviska

1. Toto stanovisko má podať subjektom, ktorí poskytujú spotrebiteľom úverové produkty, ako aj subjektom propagujúcim úverové produkty, bez ohľadu na to, či priamo poskytujú úverové produkty vo vlastnom mene a na vlastný účet (na účely tohto stanoviska ďalej len „veritelia“), vysvetlenie k niektorým otázkam týkajúcim sa propagácie ceny predmetných úverových produktov. Úverovými produktmi sa na účely tohto stanoviska rozumejú spotrebiteľské úvery a iné úvery podľa zákona č. 129/2010 Z. z. o spotrebiteľských úveroch a o iných úveroch a pôžičkách pre spotrebiteľov a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZoSÚ“) a úvery na bývanie podľa zákona č. 90/2016 Z. z. o úveroch na bývanie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „ZoÚB“), (ďalej len „úverové produkty“).
2. Stanovisko sa týka niektorých otázok súvisiacich s propagáciou ceny úverových produktov. Stanovisko sa zameriava najmä na problematiku transparentnosti, jasnosti, zrozumiteľnosti, vhodnosti propagácie ceny úverových produktov, skresľovania ceny úverových produktov, a to v nadväznosti na ustanovenia zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov (ďalej len „ZoOS“) tak, ako ju bude vykladať NBS najmä pri výkone dohľadu v oblasti ochrany finančných spotrebiteľov podľa ZoD.
3. NBS uvedeným stanoviskom sumarizuje a popisuje to, čo sa podľa platnej právnej úpravy môže považovať za klamlivú obchodnú praktiku. V kontexte propagácie úverových produktov sa v stanovisku interpretujú všeobecne známe právne inštitúty ZoOS, ZoSÚ a ZoÚB (najmä inštitúty ako obchodná praktika, rozhodnutie spotrebiteľa o obchodnej transakcii, cena ako podstatná informácia o úverovom produkte, údaj o výške ročnej percentuálnej miery nákladov ako ukazovateľ ceny úverového produktu). NBS uvedeným stanoviskom bližšie interpretuje už zákonom ustanovené povinnosti, ktoré sú veritelia povinní pri propagácii ceny úverových produktov dodržiavať, aby propagácia nenaplnila znaky niektorej zo skutkových podstát nekalej obchodnej praktiky v zmysle ZoOS. NBS uvedeným stanoviskom neukladá veriteľom nové povinnosti súvisiace s propagáciou úverových produktov nad rámec platnej právnej úpravy. Vysvetľuje však, akým spôsobom pristupuje k posudzovaniu nekalých obchodných praktík a ich jednotlivým aspektom, ktoré sa týkajú obsahu tohto stanoviska, aby v čo najväčšej možnej miere zabezpečila predvídateľnosť a transparentnosť svojich postupov a rozhodnutí vo vzťahu k dohliadaným subjektom.

4. Stanovisko sa vzťahuje na propagáciu úverových produktov v akejkoľvek podobe a forme, napríklad v reklamnej tlači, veľkoplošnej reklame (napr. billboardoch, výkladoch), na webových stránkach a v akejkoľvek inej forme diaľkovej komunikácie, v informačných listoch alebo nosičoch, v audiovizuálnej forme, pokiaľ propagácia zahŕňa údaj o cene úverového produktu, alebo o ktorejkoľvek jej zložke, bez ohľadu na spôsob jej vyjadrenia, napríklad číselne, graficky, slovne, všeobecnými výrazmi bežne sa spájajúcimi s cenou (ako napríklad zadarmo, zľava), ako aj bez ohľadu na umiestnenie údajov o cene (napríklad, či je údaj zahrnutý do samotného názvu úverového produktu alebo len do iných informácií použitých v propagácii).
5. Stanovisko sa nezaoberá otázkou oprávnenosti poplatkov alebo iných nákladov vyžadovaných zo strany veriteľov v súvislosti s úverovými produktmi, ani uvedené nároky veriteľov nespochybňuje.
6. Skratky sú uvedené priamo v texte tohto stanoviska a ich obsah sa uplatňuje výlučne pre účely tohto stanoviska.

Článok 2

Dotknuté ustanovenia právnych predpisov

7. Toto stanovisko sa týka nasledujúcich ustanovení právnych predpisov:
 - § 2 písm. p), r), u), v) a z) ZoOS,
 - § 7 ods. 1, 2, 3 a 4 ZoOS,
 - § 8 ods. 1 písm. d), ods. 3, 4, 6 a 7 ZoOS,
 - § 3 ods. 1, 2 a 3 ZoSÚ,
 - § 3 ods. 1, 2 a 3 ZoÚB.

Článok 3

8. NBS považuje za potrebné zdôrazniť význam propagácie, obsahu informácií v nej zahrnutých a tiež spôsobu prezentovania predmetných informácií. Propagácia produktu je často prvotným impulzom pre rozhodovanie spotrebiteľa, nástroj, ktorý veritelia využívajú na vytvorenie rámca predstavy spotrebiteľa o produkte. Korektné uvádzanie informácií o cene už v tejto fáze zabezpečí jednak zníženie pravdepodobnosti, že spotrebiteľa niektorý aspekt ceny (zavádzajúco uvedený v propagácii, o ktorom si vytvoril rámec predstavy a na ktorý sa odôvodnene spoliehal) v budúcnosti prekvapí a nebude zodpovedať jeho požiadavkám a jednak prispeje k vyrovnaným podmienkam obchodnej súťaže. V prípade, ak niektorý z veriteľov uvedie v propagácii nesprávne alebo skreslené údaje o cene, môže ovplyvniť správanie spotrebiteľa a získať v rozhodovacom procese spotrebiteľa neodôvodnenú výhodu voči veriteľom propagujúcim úverový produkt korektným spôsobom.
9. **Veritelia, pokiaľ v rámci propagácie úverových produktov uvádzajú údaj o cene alebo ktorejkoľvek jej zložke, sú povinní uvádzať správne, pravdivé, neskreslené, nezavádzajúce informácie, a to jasným, zrozumiteľným, vhodným, nie viacvýznamovým spôsobom, nesmú zamlčovať alebo skrývať podstatné informácie a zároveň, informácie o cene, hoci aj vecne správne, nesmú byť spôsobilé viesť priemerného spotrebiteľa do omylu a nesmú byť spôsobilé zapríčiniť, že priemerný spotrebiteľ urobí rozhodnutie o obchodnej transakcii, ktoré by inak neurobil.**

10. Pravidlo uvedené v bode 9 je základným princípom a povinnosťou, ktorú sú veritelia povinní pri propagácii ceny úverových produktov dodržiavať, aby propagácia nenapĺňala znaky niektorej zo skutkových podstát nekalej obchodnej praktiky v zmysle ZoOS.
11. Rešpektovanie pravidla uvedeného v bode 9 zo strany veriteľov zároveň prispeje k predchádzaniu situácie, kedy by spotrebiteľ prijal rozhodnutie súvisiace s uzatvorením zmluvy na úverový produkt s odlišnými cenovými vlastnosťami, ako bola jeho odôvodnená predstava.
12. Porušenie povinnosti uvedenej v bode 9 Stanoviska zo strany veriteľa, by bolo konaním veriteľa v rozpore s požiadavkou odbornej starostlivosti definovanej v ustanovení § 2 písm. u) ZoOS. Zároveň porušenie predmetnej povinnosti môže podstatne narušiť ekonomické správanie priemerného spotrebiteľa vo vzťahu k úverovému produktu a naplniť skutkovú podstatu nekalej obchodnej praktiky v zmysle ustanovenia § 7 ods. 2 ZoOS, prípadne klamlivého konania v zmysle ustanovenia § 8 ods. 1 písm. d) ZoOS alebo klamlivého opomenutia v zmysle ustanovenia § 8 ods. 4 ZoOS.
13. Pojem obchodná praktika zahŕňa a postihuje v zmysle ustanovenia § 2 písm. p) ZoOS širokú škálu spôsobov správania veriteľov, ktoré zahŕňa konanie, opomenutie konania, spôsob správania alebo vyjadrovania, obchodnú komunikáciu vrátane reklamy a marketingu, priamo spojené s propagáciou, ponukou, predajom a dodaním produktu spotrebiteľovi.
14. V zmysle ustanovenia § 7 ods. 1 ZoOS sú nekalé obchodné praktiky zakázané, a to pred, počas aj po vykonaní obchodnej transakcie.
15. Propagácia ceny úverového produktu musí umožňovať spotrebiteľovi uskutočniť informované rozhodnutie o obchodnej transakcii. Za rozhodnutie o obchodnej transakcii sa v súlade s ustanovením § 2 písm. z) ZoOS, ako aj v súlade s judikatúrou Súdneho dvora Európskej únie¹, nepovažuje len rozhodnutie o tom, či spotrebiteľ vstúpi alebo nevstúpi do zmluvného vzťahu s veriteľom. Za rozhodnutie o obchodnej transakcii sa preto považuje široké spektrum rozhodnutí prijatých spotrebiteľom vo vzťahu k produktu, a to aj najbežnejšie rozhodnutia spotrebiteľa pred samotnou kúpou. Predmetný pojem zahŕňa akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa, ktoré priamo súvisí s jeho rozhodnutím o tom, či si kúpi, alebo nekúpi určitý produkt, a to bez ohľadu na to, či jeho rozhodnutie o obchodnej transakcii reálne vedie k uzatvoreniu zmluvného vzťahu medzi ním a veriteľom. Ide teda napríklad aj o rozhodnutie spotrebiteľa vstúpiť na základe propagácie úverového produktu do pobočky veriteľa, súhlasiť s predajnou prezentáciou produktu, vykonanie úkonov zo strany spotrebiteľa smerujúcich k refinancovaniu úveru s predstavou o využití iného výhodnejšieho úverového produktu, pričom nie je pre posúdenie nekalosti obchodných praktík rozhodujúce, či k uzatvoreniu úverovej zmluvy, resp. novej úverovej zmluvy, skutočne dôjde.

¹ Súdny dvor Európskej únie v rozhodnutí zo dňa 19.12.2013 C – 281/2012, Trento Sviluppo srl, Centrale Adriatica Soc. coop. Arl proti Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, konštatuje: „Zo samotného znenia článku 2 písm. k) smernice 2005/29 vyplýva, že pojem „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ je vymedzený široko. Podľa tohto ustanovenia je totiž rozhodnutie o obchodnej transakcii „akékoľvek rozhodnutie spotrebiteľa o tom, či, ako a za akých podmienok produkt kúpi“. Tento pojem zahŕňa nielen rozhodnutie o tom, či kúpiť, alebo nekúpiť určitý výrobok, ale takisto rozhodnutie, ktoré priamo súvisí s týmto rozhodnutím, najmä rozhodnutie navštíviť obchod.“.

16. ZoOS zároveň neobmedzuje kritérium rozhodnutia o obchodnej transakcii na posúdenie skutočnosti, či ekonomické správanie spotrebiteľa, jeho rozhodnutie o obchodnej transakcii, bolo skutočne narušené. ZoOS skôr vyžaduje, aby sa posúdilo, či obchodná praktika môže (mohla by) mať takýto vplyv na priemerného spotrebiteľa.
17. Informácia o cene úverového produktu je v zmysle ustanovenia § 8 ods. 1 písm. d), ako aj v zmysle ustanovení § 8 ods. 3 a 4 v spojení s ods. 6 písm. c) ZoOS považovaná za podstatnú informáciu. Je jedným zo základných údajov, ktoré ovplyvňujú ekonomické správanie a rozhodovanie spotrebiteľov vo vzťahu k úverovému produktu.
18. V prípade, ak veriteľ propaguje cenu úverového produktu ako úplnú (súhrnnú) cenu, zabezpečí tým, že nedôjde k skresľovaniu údajov o cene, a tým k možnému uvedeniu spotrebiteľa do omylu a k negatívnemu ovplyvneniu jeho ekonomického správania.
19. V prípade spotrebiteľských úverov podľa ZoSÚ a úverov na bývanie podľa ZoÚB možno za úplný (súhrnný) údaj o cene považovať predovšetkým údaj o výške ročnej percentuálnej miery nákladov. NBS v tejto súvislosti zastáva názor, že pre spotrebiteľa ide o jeden z najrelevantnejších údajov týkajúcich sa úverových produktov, ktorého cieľom je poskytnúť číselné a porovnateľné vyjadrenie nákladov spotrebiteľa súvisiacich s úverovým produktom a ktorý je v značnej miere spôsobilý ovplyvniť spotrebiteľa pri výbere úverového produktu. Oproti tomu, napríklad, údaj o úrokovej sadzbe nemožno bez ďalšieho považovať za plnohodnotnú informáciu, nakoľko úroková sadzba tvorí spravidla len jednu zo zložiek ceny úveru. Informácia o úrokovej sadzbe je spôsobilá vyvolávať u spotrebiteľov mylnú predstavu o výhodnosti ceny úverového produktu, nakoľko z nej nie sú zrejme ďalšie náklady a poplatky, ktoré môžu cenu úveru, v porovnaní s úrokovou sadzbou, podstatne navyšovať.
20. Ak veriteľ súčasne s cenou úverového produktu prezentuje určité výhody, vlastnosti, prípadne voliteľné služby úverového produktu, z propagácie musí byť pre priemerného spotrebiteľa jednoznačne zrejmé, či sú tieto zahrnuté v propagovanej cene úverového produktu, alebo sa spoplatňujú (kupujú) osobitne.
21. Rovnako, ak veriteľ prezentuje cenu, akciu, zľavu, akýkoľvek benefit, výhodu, ktoré však podliehajú obmedzeniam alebo podmienkam, musí byť táto skutočnosť pre priemerného spotrebiteľa z propagácie jednoznačne zrejماً.
22. Ustanovenia § 3 ZoSÚ a rovnako § 3 ZoÚB ustanovujú minimálne požiadavky na informácie o cene úveru, v prípade, že je ktorákoľvek zložka ceny úverového produktu súčasťou reklamy. Aj z uvedených ustanovení vyplýva jednoznačná snaha zákonodarcu zabezpečiť informovanosť spotrebiteľov o úplnej cene úverového produktu, nielen o niektorej z jej zložiek, ako je napríklad úroková sadzba.
23. Zo smernicovej úpravy² vyplýva, že požiadavky na reklamu vo vzťahu k spotrebiteľským úverom a úverom na bývanie, ktoré boli transponované do národnej legislatívy v ustanoveniach § 3 ZoSÚ a ZoÚB, nevylučujú aplikáciu ustanovení smernice 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na

² Z článku 10 smernice EP a Rady 2014/17/EÚ zo 4.2.2014 o zmluvách o úvere pre spotrebiteľov týkajúcich sa nehnuteľností určených na bývanie a o zmene smerníc 2008/48/ES a 2013/36/EÚ a nariadenia (EÚ) č. 1093/2010, ako aj z článku 4 bod 4 smernice EP a Rady 2008/48/ES z 23. apríla 2008 o zmluvách o spotrebiteľskom úvere a o zrušení smernice Rady 87/102/EHS.

vnútornom trhu, a ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 84/450/EHS, smernice Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, 98/27/ES a 2002/65/ES a nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (ES) č. 2006/2004. Z uvedeného je zrejmé, že je potrebné posudzovať propagáciu úverových produktov aj z hľadiska ich súladnosti s ustanoveniami § 7 a 8 ZoOS.

24. Z vyššie uvedených skutočností NBS vyvodzuje nevyhnutnosť riadneho informovania spotrebiteľa o úplnej (súhrnnej) cene úverového produktu (v prípade, ak je cena alebo niektorá jej zložka súčasťou propagácie), a to takým spôsobom, aby nedošlo k naplneniu niektorej zo skutkových podstát nekalého konania v zmysle ustanovenia § 8 ods. 1 písm. d) ZoOS alebo nekalého opomenutia v zmysle ustanovenia § 8 ods. 4 ZoOS, prípadne skutkovej podstaty nekalej obchodnej praktiky podľa generálnej klauzuly uvedenej v ustanovení § 7 ods. 2 ZoOS.
25. Za riadny spôsob informovania o cene pri propagácii úverových produktov v zmysle bodu 24 NBS nepovažuje, napríklad, ak veriteľ:
- uvádza informáciu o výške ročnej percentuálnej miery nákladov v rámci reprezentatívneho príkladu nečitateľným alebo ťažko zachytiteľným spôsobom (napríklad drobné písmo, príliš krátke zobrazenie – primeranosť doby zobrazenia NBS vyhodnocuje individuálne, pričom zohľadňuje napr. použitý typ média, resp. použitú formu propagácie, množstvo údajov, ktoré propagácia obsahuje, veľkosť písma);
 - zdôrazňuje výhodnosť úrokovej sadzby a zamlčuje prípadné dodatočné zložky ceny (poplatky, náklady) alebo ich uvádza nejasným alebo nevhodným spôsobom, neprimeraným k spôsobu uvedenia úrokovej sadzby;
 - používa formulácie, ktoré by mohli v súvislosti s nákladmi spojenými s úverovým produktom vyvolať u priemerného spotrebiteľa falošné očakávania (napríklad prezentovanie ceny alebo zľavy, ktorá však platí obmedzenú dobu alebo len za určitých podmienok, bez upozornenia na túto skutočnosť);
 - prezentuje určitý voliteľný benefit alebo vlastnosť úverového produktu, pričom však opomenie alebo nejasným či nevhodným spôsobom prezentuje, že tento benefit / vlastnosť produktu je osobitne spoplatnená a jej cena nie je zahrnutá v základnej propagovanej úrokovej sadzbe;
 - zamieňa informáciu o úroku a úrokovej sadzbe spôsobom, že úverový produkt môže pôsobiť výhodnejšie ako v skutočnosti je;
 - prezentuje úverový produkt ako „zadarmo“ alebo s „0% úrokovou sadzbou“ alebo iným spôsobom, ktorý môže uvádzať do omylu v otázke bezúročnosti a bez poplatkovosti úveru, pričom nevhodným spôsobom (napríklad malým písmom alebo len na krátku dobu) uvedie informáciu, že spotrebiteľ je povinný hradiť v súvislosti s úverom poplatky alebo iné náklady;
 - uvádza úrokovú sadzbu spôsobom „od“, pričom však spodná hranica propagovanej úrokovej sadzby nie je reálne veriteľom poskytovaná alebo je poskytovaná len v zanedbateľnom množstve prípadov, resp. ak veriteľ v rámci propagácie úrokovej sadzby spôsobom „od“ neuviedol podmienky, ktoré musia byť zo strany spotrebiteľa

splnené, aby mu takáto najnižšia možná výška úrokovej sadzby úverového produktu bola reálne poskytnutá, a to spôsobom uvedeným v bode 26, druhej odrážke;

- prezentuje práva, ktoré spotrebiteľovi prislúchajú podľa právnych predpisov, ako výhodu, či charakteristickú črtu svojej ponuky, napríklad limitovaný alebo nulový poplatok za predčasné splatenie úveru a pod.

26. Za riadny spôsob informovania o cene pri propagácii úverových produktov v zmysle bodu 24 NBS považuje, napríklad, ak veriteľ:

- uvádza informáciu o výške ročnej percentuálnej miery nákladov, alternatívne, uvádza informáciu o všetkých nákladoch a poplatkoch spojených s úverovým produktom zahrnutých do výšky ročnej percentuálnej miery nákladov, a to rovnakým, alebo primerane zodpovedajúcim spôsobom ako prezentuje údaj o úrokovej sadzbe (napríklad, veriteľ použije rovnako veľké písmo, rovnaké umiestnenie, alebo nepoužije presne totožnú veľkosť písma, ale zvýrazní informáciu rámcikom alebo iným spôsobom, ktorý bude pre vnímanie spotrebiteľa objektívne na rovnakej úrovni ako údaj o úrokovej sadzbe; pričom ale NBS zdôrazňuje požiadavku rovnakej úrovne informovania, t.z. nepostačuje samotné zvýraznenie rámcikom, ak je inak informácia objektívne menej zreteľná ako údaj o úrokovej sadzbe, napr. ak je uvedená informácia síce v rámciku, ale je uvedená drobným písmom alebo na krátky čas);
- prezentuje cenu (napríklad spôsobom „od“), zľavu alebo inú cenovú výhodu, na ktorú sa vzťahujú obmedzenia (napríklad časové, množstevné, dostupnosť výhradne pre určitú skupinu spotrebiteľov) alebo podmienky (napr. závislosť na bonite klienta, na počte produktov spotrebiteľa u veriteľa a pod.), tieto primeraným spôsobom pri propagácii uvedie. V prípade, ak je neúčelné uvádzať takéto podmienky alebo obmedzenia vyčerpávajúcim spôsobom vzhľadom k možnostiam použitého komunikačného prostriedku, veriteľ minimálne odkazom uvedie, že takéto obmedzenia alebo podmienky sú bližšie špecifikované na tom – ktorom mieste (napr. na webovom sídle veriteľa). Existencia obmedzení a podmienok však musí byť pre priemerného spotrebiteľa z propagácie jednoznačne zrejma a musí byť zrejme aj to, čoho sa takéto obmedzenia alebo podmienky týkajú (napr., že sa jedná o podmienky pre získanie propagovanej úrokovej sadzby, alebo že sa jedná o obmedzenia propagovanej zľavy). Upozornenie na existenciu možných obmedzení a podmienok teda musí byť výslovné a transparentné, t.j. rovnako, ako ostatné informácie, musí byť pre spotrebiteľa vnímateľné a neskryté. NBS zároveň zdôrazňuje, že odkaz napr. na webovú stránku veriteľa je prípustný len v prípade, ak sa jedná o odkaz na podrobnosti o podmienkach a obmedzeniach, či limitoch (ktoré nie je možné alebo účelné uvádzať priamo v propagácii vzhľadom k obmedzeniam použitého média). Odkaz však nie je prijateľný vo vzťahu k samotnému údaju týkajúcemu sa niektorej zložky ceny úveru, RPMN alebo vo vzťahu ku ktorejkoľvek náležitosti, ktorá má byť, podľa právnych predpisov, uvedená priamo v reklame;
- prezentuje akúkoľvek vlastnosť produktu, ktorá je voliteľná a ktorú si tak spotrebiteľ v skutočnosti osobitne kupuje, túto skutočnosť prezentuje rovnakým alebo primerane zodpovedajúcim spôsobom ako uvádza ostatné údaje o cene úverového produktu.

Článok 4
Záverečné ustanovenie

27. Toto stanovisko predstavuje právny názor útvaru dohľadu nad finančným trhom. Tento právny názor bude uplatňovaný pri výkone dohľadu a vedení prvostupňových konaní zo strany útvaru dohľadu nad finančným trhom.
28. Toto stanovisko sa uplatňuje odo dňa jeho schválenia výkonným riaditeľom útvaru dohľadu nad finančným trhom Národnej banky Slovenska.

V Bratislave, dňa 24.4.2017

Ing. Vladimír Dvořáček
člen bankovej rady, výkonný riaditeľ
útvaru dohľadu nad finančným trhom