

Bransjenorm

MARKEDSFØRING AV KREDITTKORT OG FORBRUKSLÅN

1. Innledning

Tilgang på kreditt er et gode for forbruker. Kredittkort og forbrukslån kan være hensiktsmessige produkter for mange forbrukere i og med at forbrukeren får tilgang på kortsiktig kreditt ved behov. Kredittkort er også et trygt betalingsinstrument ved netthandel. For forbrukere med betalingsevne og vilje er regulert usikret kreditt et naturlig finansieringsvalg og produkter som etterspørres. Usikret kreditt gir dessuten regulert tilgang til kredittprodukter for personer som ikke besitter objekter egnet for pantesikkerhet. Kredittkort og forbrukslån inngår derfor som en naturlig del av det samlede produkttilbudet fra finansforetak.

Mange aktører tilbyr kredittkort og forbrukslån til forbruker, og sterk konkurranse er en fordel for kundene. Produktene kan samtidig, som alle andre kredittprodukter, representere utfordringer dersom enkeltpersoner pådrar seg høyere gjeld enn de har økonomi til å håndtere.

Finans Norge og Finansieringsselskapenes Forening er derfor av den oppfatning at det er behov for noen felles retningslinjer for markedsføring av produktene som supplerer gjeldende rett, og som i hovedsak angir hvilke områder næringen forplikter seg til å gå lenger enn gjeldende rett.

Denne bransjestandarden er forpliktende for alle medlemmer i organisasjonene.

2. Målsetning

Bransjenormen har som målsetning å bidra til at:

- a) forbrukeren skal være godt kjent med vilkår, avtaleforhold og økonomiske forpliktelser før inngåelse av avtale om kreditt,
- b) forbrukeren ikke anbefales eller motiveres til å inngå avtaler om kreditt som ikke passer forbrukerens finansielle situasjon, og at
- c) markedsføring av forbrukslån og kredittkort ikke er aggressiv og påtrengende.

3. Virkeområde og definisjoner

Bransjenormen gjelder markedsføring av kredittkort og forbrukslån mot forbrukere.

Bransjenormen gjelder ikke for markedsføring av pantesikrede kreditter, eksempelvis boliglån.

Med *kredittkort* menes et betalingskort med personlig ansvar med en innvilget kredittramme og/eller en rett til utsatt betaling.

Med *forbrukslån* menes en kreditt, enten som et utbetalt engangsbeløp eller med en innvilget kredittramme, som ikke er knyttet opp mot et kredittkort og som ikke er sikret ved tinglyst panterett i et formuesgode. Begrepet omfatter forbrukslån både med og uten avtalt løpetid, herunder nedbetalingslån og rammekreditter.

Forbrukslån og kredittkort kan inngå i objektfinansiering. *Objektfinansiering* utføres av aksessoriske agenter, eksempelvis forhandlere av elektronikk eller hvitevarer, på vegne av finansforetaket på den måten at kunden gis anledning til å finansiere kjøp av kapitalvarer ved delbetaling, utsatt betaling, innvilget kredittramme eller en kombinasjon av de nevnte mulighetene. Objektfinansiering kan også skje i kombinasjon med avtale om kredittkort.

4. Forholdet til gjeldende regler

Markedsføring av kredittkort og forbrukslån skal være i samsvar med gjeldende lover, forskrifter og veiledninger; herunder

- finansavtalelovens bestemmelser om opplysningsplikt ved markedsføring av kreditt mv.
- markedsføringslovens bestemmelser om telefonsalg og direkte markedsføring mv.
- lov om angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven)
- Forbrukerombudets veiledning til finansavtaleloven § 46 – krav til opplysninger ved markedsføring av lån og kreditt
- personopplysningsloven

5. Generelle prinsipper for markedsføring av kredittkort og forbrukslån

Nedenfor følger en ikke-uttømmende liste over generelle prinsipper finansforetaket skal følge ved markedsføring av kredittkort og forbrukslån:

- Markedsføring skal tydelig merkes.
- Det skal klart fremgå hva slags produkt som markedsføres.
- Markedsføring skal ikke legge opp til at forbruker må ta raske beslutninger eller at forbrukeren oppnår en fordel ved å ta et raskt valg.
- Tilbud, uansett om det er betinget eller ikke, skal ha en varighet som gjør at forbruker får anledning til å vurdere det faktiske tilbudet, og eventuelt innhente andre tilbud.
- Ved bruk av agenter til markedsføring, skal det tydelig fremgå hvilket finansforetak agenten representerer.
- Avslår forbruker et tilbud, skal avslaget respekteres, og vedkommende skal ikke forsøkes overtalt til å inngå avtale.

6. Former for markedsføring

a) Telefonsalg/adressert post

Telefonsalg/adressert post for markedsføring av forbrukslån og kredittkort skal ikke rettes direkte mot forbrukere som har reservert seg i Reservasjonsregisteret.

Ved kjøp av ringe-/adresselister, skal finansforetaket påse at listene er vasket mot Reservasjonsregisteret.

Forbrukere som har avsluttet sitt kundeforhold hos finansforetaket og som er reservert i Reservasjonsregisteret, skal ikke kontaktes i markedsføringsøyemed.

b) SMS/e-post mv.

Forbrukslån og kredittkort skal ikke markedsføres ved bruk av elektroniske kommunikasjonsmetoder som tillater individuell kommunikasjon uten forutgående samtykke.

c) **Standssalg**

Forbrukslån skal ikke markedsføres på standssalg.

Kredittkort kan markedsføres og selges på stand, forutsatt at kunden ikke mottar kredittkortet før tidligst 5 dager etter salget.

d) **Generelt**

Punkt a) og b) er ikke til hinder for at finansforetaket følger opp både tidligere og eksisterende kunder som har samtykket til dette, slik gjeldende lovgivning tillater.

7. Omtale av særskilte elementer i markedsføringstiltak samt særskilte typer markedsføringstiltak

a) Elementer som ikke skal inngå i markedsføringen

Markedsføring av kreditt skal ikke fokusere på ett eller flere av de følgende elementer:

- hvor hurtig kreditten skal gis eller hvor lett tilgjengelig den er
- fremheve at terskelen for å få innvilget kreditt er særlig lav
- fremheve hvor enkel søkeprosessen er.

Dette hindrer ikke at stegene i prosessen kan beskrives.

b) Bruk av konkurranser

Konkurranser skal ikke benyttes for å markedsføre kredittkort eller forbrukslån mot forbrukere som ikke er kunder av finansforetaket.

Ved bruk av konkurranser i markedsføring overfor forbrukerkunder, skal det for deltakelse ikke stilles krav om at kunden må utnytte hele eller deler av innvilget kredittramme.

c) Vervekampanjer

Det skal ikke benyttes vervekampanjer, dvs. tiltak som innebærer at noen forbrukere gis særskilte fordeler på betingelse av at de bidrar til å skaffe foretaket nye kunder eller til å øke dets utlånsvolum, i markedsføring av kredittkort eller forbrukslån.

d) Fordeler

Inngåelse av kredittavtale må ikke settes som vilkår for å kunne inngå en annen avtale eller for å få en annen vare eller tjeneste til bedre vilkår enn man ellers ville fått.

Slike fordeler kan kun tilbys eksisterende kunder og forbrukeren skal gis tydelig informasjon om at full utnyttelse av en økonomisk fordel forutsetter at utestående kreditt betales ved forfall, slik at det ikke påløper renter.

8. Markedsføring av forbrukslån mot aldersgruppen under 25 år

Markedsføring av forbrukslån skal ikke rettes direkte mot forbrukere i aldersgruppen under 25 år.

Dette innebærer bl.a. at slike produkter ikke skal markedsføres på

- a) fysiske møteplasser eller arrangementer som i hovedsak benyttes av eller er tiltenkt forbrukere i denne aldersgruppen, eksempelvis universitets- og høyskoleområder og studentarrangementer, samt
- b) brukerkonti eller profiler på digitale løsninger/sosiale medier tilhørende person i denne aldersgruppen.

Se også pkt. 5-7 over.

9. Presiseringer knyttet til søknadsprosessen

Forbrukeren skal tidlig i søknadsprosessen gis informasjon om at finansforetaket vil vurdere forbrukerens kredittverdighet før kredittavtalen kan inngås.

Markedsføring av kredittkort og forbrukslån må ikke gi forbrukeren inntrykk av at vedkommende kan få innvilget kreditt uten at det er foretatt en tilstrekkelig vurdering av forbrukerens kredittverdighet og betalingsevne.

Før kredittavtalen inngås skal finansforetaket gi forbrukeren en fyllestgjørende forklaring. Forklaringen skal gjøre forbrukeren egnet til å vurdere om forbrukslånet eller kredittkortet passer til dennes behov og finansielle situasjon. Forklaringen skal omfatte opplysningene som skal gis etter reglene i finansavtaleloven, omtale av kredittavtalens viktigste egenskaper og konsekvenser avtalen kan få for forbrukeren, bl.a. ved mislighold.

Finansforetaket skal aktivt oppfordre forbrukeren til å lese gjennom finansforetakets prislister. Finansforetaket bør gjøre forbrukeren oppmerksom på fordelene ved å betale ned raskere enn kredittavtalen krever, der dette er mulig. For avtaler om kredittkort skal finansforetaket gjøre forbrukeren særlig oppmerksom på at det vil påløpe renter dersom forbrukeren velger å utsette betaling av utestående saldo.

10. Markedsføring gjennom agenter/aksessoriske agenter/affiliates og andre partnere

a) Finansforetaket har ansvaret for at foretakets agenter, aksessoriske agenter, affiliates, prisportaler og andre partnere som fremmer nysalg av finansforetakets forbrukslån og kredittkort, markedsfører kredittkort og forbrukslån i samsvar med gjeldende rett og med denne bransjenormen.

Dette ansvaret gjelder også i forhold til nettverk av affiliates og underaffiliates av de affiliates som finansforetaket har direkte kontakt med.

Med affiliates menes selskaper som jobber for å selge eller markedsføre produktene mot provisjon av ordreverdi eller annen form for målbar handling.

b) Finansforetaket skal sørge for at denne bransjenormen er del av agentavtalen mellom finansforetaket og agenten/aksessorisk agent, eventuelt en del av kontrakten med affiliates,

prisportaler eller andre partnere. Dette gjelder også dersom agent/affiliates opererer fra utlandet.

c) Ved objektfinansiering skal finansforetaket også sørge for tilfredsstillende opplæring av den aksessoriske agenten.

d) Avtaler med agent/aksessorisk agent/affiliates/prisportaler/partnere skal ha et vilkår om at finansforetaket kan si opp avtalen dersom markedsføring foretas i strid med denne bransjenorm, og finansforetaket skal si opp avtalen dersom pliktene i denne bransjenormen blir vesentlig misligholdt.

11. Revisjon av bransjenormen

Bransjenormen skal jevnlig gjennomgås og oppdateres.

Vedtatt i styret i Finansieringsselskapenes Forening 8. februar 2017

Vedtatt i Finans Norges bransjestyre bank og kapitalmarked 9. februar 2017