

На основу члана 6. став 2. Закона о заштити корисника финансијских услуга („Службени гласник РС“, бр. 36/2011 и 139/2014) и члана 15. став 1. Закона о Народној банци Србије („Службени гласник РС“, бр. 72/2003, 55/2004, 85/2005 – др. закон, 44/2010, 76/2012, 106/2012, 14/2015, 40/2015 – одлука УС и 44/2018), а у вези с чланом 13. став 1. Закона о платним услугама („Службени гласник РС“, бр. 139/2014 и 44/2018), Извршни одбор Народне банке Србије доноси

О Д Л У К У О БЛИЖИМ УСЛОВИМА ОГЛАШАВАЊА ФИНАНСИЈСКИХ УСЛУГА

Уводна одредба

1. Овом одлуком ближе се прописују услови оглашавања финансијских услуга, и то општи и посебни услови овог оглашавања, обавезе и одговорности даваоца финансијских услуга у вези са огласном поруком, као и друга питања која се односе на ово оглашавање.

Одредбе ове одлуке сходно се примењују и на оглашавање којим се непосредно промовише давалац финансијских услуга и/или његово целокупно пословање, а не појединачне финансијске услуге које пружа.

2. Поједини појмови, у смислу ове одлуке, имају следеће значење:

1) *финансијска услуга* је услуга коју банка пружа корисницима ових услуга по основу уговора о кредиту, уговора о депозиту, уговора о издавању и коришћењу кредитних картица, уговора о отварању и вођењу текућег рачуна, уговора о дозвољеном прекорачењу по рачуну, те друга услуга коју банка пружа у складу са законом, услуга коју давалац финансијског лизинга пружа корисницима по основу уговора о финансијском лизингу, као и платна услуга, услуга давања кредита, издавања кредитних картица или дозвољеног прекорачења рачуна коју пружа пружалац платних услуга или издавалац електронског новца који није банка;

2) *давалац финансијских услуга* је банка, давалац финансијског лизинга, као и пружалац платних услуга или издавалац електронског новца који није банка када, у складу са законом којим се уређују платне услуге, пружа платне услуге, услуге давања кредита, издавања кредитних картица или дозвољеног прекорачења рачуна;

3) *просечан корисник* је четрдесетогодишњак са стеченим средњим образовањем, без посебних знања и искустава у области коришћења финансијских услуга, осим ако из огласне поруке јасно не произлази да је давалац финансијских услуга огласну поруку наменио посебној категорији корисника;

4) *оглашавање у електронским медијима* је оглашавање у програмским садржајима радија и телевизије, као и у програмским садржајима доступним на захтев путем мрежа електронске комуникације, у замену за новчану или другу накнаду;

5) *оглашавање у штампаним медијима* је оглашавање у дневним и периодичним новинама и другим штампаним средствима јавног информисања, као и у дигиталним издањима ових новина, односно других средстава јавног информисања – која су једнака штампаном издању и доступна на захтев корисницима путем интернета;

6) *оглашавање на отвореним површинама* је оглашавање путем средства подесног за упућивање огласне поруке јавности, постављеног на површинама које су изван затвореног простора, које су доступне јавности, односно неодређеном броју прималаца (огласни пано – билборд, плакат, дисплеј, светлеће ознаке и сл.);

7) *интернет оглашавање* је оглашавање на интернет презентацији, друштвеној мрежи, апликацији, односно путем другог вида интернет комуникације;

8) *оглашавање у оквиру затвореног простора* је упућивање огласне поруке преко постера, плаката, паноя, брошура, флајера, лифлета, летака и сл. који се постављају, односно дистрибуирају у пословницама даваоца финансијских услуга и његових пословних партнера (нпр. повезане финансијске институције, трговци и сл.), односно у оквиру другог затвореног простора који је доступан јавности (нпр. тржни центри, аеродроми, аутобуске станице, средства јавног превоза и сл.);

9) *директно оглашавање* је упућивање огласне поруке именованом кориснику или на други начин појединачно одређеном кориснику, и то:

– на даљину, путем доставе писмена или других адресираних пошиљки, убацивањем пошиљки у кућни сандучић за пошту или на други начин остављањем у одређеном стамбеном или пословном простору, електронском поштом или другим видом непосредне електронске комуникације (коришћењем апликација као што су *Viber*, *WhatsApp* и сл.), или

– непосредним обраћањем, уручивањем материјала који садржи огласну поруку или на други начин путем личне комуникације (презентација, промоција, путем телефона, *SMS* порука и сл.);

10) *огласна порука* је обавештење које чини садржај оглашавања, без обзира на облик, начин или средство путем којег се преноси;

11) *преносилац огласне поруке* је лице које преноси огласну поруку преко средстава чији је власник, медија чији је издавач или домена чији је регистрант, или који има право коришћења или неко друго право на тим средствима и доменима на основу кога је овлашћен да преноси огласне поруке, као и организатор јавних манифестација и догађаја на којима се преносе огласне поруке;

12) *огласна декларација* је исправа која садржи податке који идентификују даваоца финансијских услуга као оглашивача, затим преносиоца огласне поруке, садржај огласне поруке и предвиђени период и начин оглашавања – коју оглашивач доставља преносиоцу огласне поруке.

Општи услови (начела) оглашавања

3. Финансијске услуге морају се оглашавати на начин који је јасан и разумљив просечном кориснику, а оглашавање не може садржати нетачне информације, односно информације које просечном кориснику могу створити погрешну представу о условима под којима се користе ове услуге.

Ради испуњења обавеза из става 1. ове тачке, давалац финансијских услуга дужан је да, при оглашавању финансијских услуга, поштује следећа начела:

- несумњивост идентификације даваоца финансијских услуга;
- истинитост информација које садржи огласна порука;
- транспарентност информација које садржи огласна порука;
- избалансираност информација које садржи огласна порука;
- примереност садржаја и поштовање професионалне етике.

4. Под начелом *несумњивости идентификације даваоца финансијских услуга* подразумева се да у огласној поруци мора бити недвосмислено означен давалац финансијских услуга чије се финансијске услуге промовишу том поруком, и то навођењем његовог пословног имена, скраћеног пословног имена, назива из пословног имена и/или лога, односно знака заштићеног жигом.

5. Под начелом *истинитости информација које садржи огласна порука* подразумева се да подаци садржани у овој поруци морају бити тачни и ажурни, као и да не могу бити приказани на начин којим се обмањује просечан корисник или је вероватно да може бити обманут, односно којим се искривљују чињенице.

Супротним начелу из става 1. ове тачке сматра се нарочито:

- оглашавање чији је циљ да се на став корисника у вези с финансијском услугом или даваоцем финансијских услуга који се њиме промовишу утиче користећи се двосмисленошћу, претеривањем или изостављањем информација при презентовању;
- представљање у огласној поруци права која су кориснику гарантована законом као посебне предности или погодности коју давалац финансијских услуга нуди кориснику;
- тврдња (чак и када је тачна) да ће финансијска услуга која се промовише бити расположива у кратком року или да ће бити расположива у кратком року под одређеним условима, којом се просечан корисник, стварањем општег утиска или на други начин, доводи или прети да доведе у заблуду у погледу доступности услуге истих или сличних обележја и тиме наводи да одлуку о закључењу уговора о тој услузи донесе без одлагања;
- тврдња да ће финансијска услуга која се промовише бити расположива у кратком року или да ће бити расположива у кратком року под одређеним условима, чији је циљ да се кориснику ускрати прилика или време потребно за одговарајући ниво обавештености о овој услузи код доношења одлуке о закључењу уговора о тој услузи.

6. Под начелом *транспарентности информација које садржи огласна порука* подразумева се да у овој поруци не могу бити изостављене нити прикривене оне информације које су неопходне да би се у сваком конкретном случају могла јасно проценити својства финансијске услуге која давалац финансијских услуга истиче у тој поруци.

Информацијама из става 1. ове тачке сматрају се нарочито:

- информације о условима који се морају испунити како би се закључио уговор о финансијској услузи са својствима која су истакнута у огласној поруци (нпр. о обавезном коришћењу других финансијских услуга или платних услуга, о обавезном трајању уговорног односа у одређеном периоду или о другим условима, односно критеријумима који, у случају да не буду испуњени, могу ограничити приступ финансијској услузи с таквим својствима);
- информације о забранама и ограничењима, односно лимитима у вези с пружањем финансијске услуге, нпр. у погледу износа који се може узети као кредит или депоновати под условима који се промовишу.

Супротним начелу из става 1. ове тачке сматра се нарочито оглашавање:

– код кога, са аспекта просечног корисника, није јасно о којој врсти финансијске услуге је реч, односно која је њена природа или сврха;

– код кога се промовише више финансијских услуга различитих својстава (тзв. пакет услуга) које нису раздвојене на начин који просечном кориснику омогућава да направи јасну разлику између тих услуга, односно да утврди које све услуге чине пакет услуга;

– код кога је за финансијску услугу која се нуди под промотивним условима у одређеном периоду – податак о року важења те понуде изостављен или прикривен;

– код кога је за финансијску услугу која омогућава кориснику умањење износа месечне рате у одређеном периоду (нпр. због постојања грејс периода, продужења рока отплате итд.) податак о начину на који се обезбеђује такво умањење изостављен или прикривен;

– код кога је за финансијску услугу чије коришћење омогућава кориснику да под повлашћеним условима користи и одређене додатне услуге даваоца финансијских услуга, односно да ужива одређене користи – изостављен или прикривен податак о накнадама и трошковима у вези с коришћењем тих додатних услуга или податак о томе да је корисник обавезан да престане с коришћењем таквих додатних услуга или да даваоцу финансијских услуга врати одређену корист коју је добио, односно надокнади одређену штету – у случају да уговор о финансијској услузи која се промовише раскине пре истека периода који је предвиђен као минимални период за који се корисник обавезује да ће остати у уговором односу с тим даваоцем финансијских услуга.

7. Под начелом *избалансираности информација које садржи огласна порука* подразумева се да у огласној поруци информације из тачке 6. став 2. ове одлуке треба да буду уочљиве приближно једнако као и својства финансијске услуге која давалац финансијских услуга истиче у тој поруци.

8. Под начелом *примерености садржаја и поштовања професионалне етике* подразумева се да огласна порука не може да садржи изјаве или визуелно представљање који се могу сматрати увредљивим, дискриминаторним или супротним добрим пословним обичајима лојалне конкуренције и професионалној етици.

Супротним добрим пословним обичајима лојалне конкуренције и професионалној етици сматрају се нарочито изјаве и визуелно представљање:

- којим се позива на бојкотовање другог даваоца финансијских услуга, односно прекидање или неуспостављање односа с њим;
- којим се злоупотребљавају углед другог даваоца финансијских услуга или ознаке по којима се тај давалац финансијских услуга препознаје или издваја или које на други сличан начин штоди или је вероватно да ће нашкодити том даваоцу финансијских услуга;
- којим се омаловажавају или обезвређују ознаке, производи, услуге или активности по којима се други давалац финансијских услуга препознаје или издваја, као и околности у којима се тај давалац финансијских услуга налази;
- којим се истичу чињенице или околности које се односе на даваоца финансијских услуга који се промовише огласном поруком (нпр. држава порекла његовог оснивача или власника, некажњаваност у протеклом периоду, његова припадност групи над којом надзор врши неко страно регулаторно тело) на начин којим се код просечног корисника ствара утисак да су други даваоци финансијских услуга, односно њихови производи и услуге мање поуздани или сигурни;
- којима се финансијска услуга представља на збуњујући начин, односно на начин којим се отежава њено разликовање од финансијских услуга, жигова или ознака другог даваоца финансијских услуга.

Услови за поједине начине оглашавања

9. У електронским медијима огласна порука мора бити емитована у трајању које је довољно да просечан корисник њену садржину може несметано прочитати, односно чути.

Код интернет оглашавања које се врши путем слика са или без звука или путем звука огласна порука мора бити емитована у трајању које је довољно да просечан корисник њену садржину може несметано прочитати, односно чути.

Код интернет оглашавања путем формата намењених искључиво пласирању изузетно кратког садржаја (нпр. банери, бампери и сл.) информације из тачке 6. став 2. ове одлуке могу бити изостављене у огласној поруци – под условом да је у тој поруци директан линк ка страници која садржи ове информације приказан уочљивије него својства финансијске услуге која давалац финансијских услуга истиче у тој поруци.

10. Текст који садржи огласна порука која се емитује у електронским медијима или путем интернет оглашавања, као и огласна порука која се објављује у штампаним медијима, путем оглашавања на отвореним површинама или у оквиру затвореног простора, односно упућује путем директног оглашавања – не може бити исписан словима (другим карактерима) мањим од оних који су за ту врсту оглашавања утврђени у Прилогу 1.

Текст из става 1. ове тачке мора садржати речи: „све додатне информације можете пронаћи на [адреса интернет презентације даваоца финансијских услуга]“, „за све додатне информације позовите [број телефона даваоца финансијских услуга]“, „све додатне информације потражите у пословници [назив даваоца финансијских услуга]“, „сазнајте више на [адреса интернет презентације даваоца финансијских услуга и/или број телефона даваоца финансијских услуга]“ или слично.

Огласна порука, односно текст из става 1. ове тачке искључиво под условима утврђеним овим ставом може садржати следеће речи:

– „бескаматни“, „без камате“, „0% камате“ и слично – само ако се од корисника не наплаћује камата и ако су сви услови под којима се одобрава кредит, односно закључује уговор о другој финансијској услузи, као и сви трошкови и накнаде (и у том случају ефективна каматна стопа која није 0%) – једнако уочљиво приказани;

– „без трошкова“, „без накнада“, „0 трошкова“, „бесплатни“ и слично – само ако се од корисника не наплаћују ни камата, ни накнаде ни други трошкови и ако закључење уговора о кредиту, односно другој финансијској услузи није условљено закључењем другог уговора или било чиме што представља трошак за корисника или ствара другу обавезу;

– „без иницијалног депозита“ или слично – само ако не постоји обавеза полагања депозита као услов за коришћење кредита или друге финансијске услуге;

– „гарантовано одобрење“ или слично – само ако закључење уговора о кредиту, односно другој финансијској услузи не зависи од испуњавања одређених услова који се односе на кредитну способност корисника или других услова које корисник мора испунити;

– „уз поклон“, „на дар“ или слично – само ако се од корисника не захтева да под одређеним условима или околностима надокнади или врати корист која му је на тај начин учињена због закључења уговора о финансијској услузи;

- „враћамо ваш новац“ или слично – само ако се кориснику у потпуности враћају средства која је уплатио;
- „на наш рачун“, „ми плаћамо“, „ми сносимо“ или слично – само ако давалац финансијских услуга сноси све трошкове или део трошкова, под условом да је одговарајући део трошкова који пада на терет корисника једнако уочљиво приказан;
- „нови корисник“ или слично без ближих информација – само ако је једини услов за закључење уговора о финансијској услузи то да корисник у тренутку закључења није у уговорном односу по основу коришћења финансијских услуга, односно платних услуга с тим даваоцем финансијских услуга;
- „најнижа на тржишту“, „највиша на тржишту“, „најбољи услови на тржишту“ или слично – само ако су конкретни услови коришћења финансијске услуге који поткрепљују такву тврдњу једнако уочљиво приказани као и та тврдња.

Услови оглашавања појединих финансијских услуга

11. Огласна порука којом се промовишу услуге које банка пружа по основу уговора о кредиту, уговора о издавању и коришћењу кредитних картица, уговора о дозвољеном прекорачењу по рачуну, као и друге кредитне услуге, а која садржи каматну стопу или било који нумерички податак који се односи на цену или приход – мора садржати репрезентативни пример с јасно и прецизно наведеним подацима о:

- врсти кредита;
- висини и променљивости годишње номиналне каматне стопе;
- ефективној каматној стопи (чији износ мора бити приказан тако да буде уочљивији од осталих података);
- валути у којој се уговара кредит;
- периоду на који се уговара кредит;
- критеријумима за индексирање кредита;
- укупном износу кредита који ће корисник вратити на крају уговорног периода;
- свим трошковима који падају на терет корисника.

Став 1. ове тачке примењује се и на огласну поруку којом се промовишу услуге давања кредита, издавања кредитних картица или дозвољеног прекорачења рачуна које пружа пружалац платних услуга или издавалац електронског новца који није банка.

12. Огласна порука којом се промовишу услуге које банка пружа по основу уговора о депозиту, а која садржи каматну стопу или било који нумерички податак који се односи на цену или приход – мора садржати репрезентативни пример с јасно и прецизно наведеним подацима о:

- врсти депозита;
- висини и променљивости годишње номиналне каматне стопе;
- ефективној каматној стопи (чији износ мора бити приказан тако да буде уочљивији од осталих података);
- валути у којој се уговара депозит;
- периоду на који се уговара депозит;
- критеријумима за индексирање депозита;
- укупном износу који ће корисник подићи на крају уговорног периода;
- свим трошковима који падају на терет корисника, укључујући трошкове у случају превременог повлачења депозита.

Огласна порука из става 1. ове тачке не може садржати податке о каматној стопи која није гарантована, односно која се не зарачунава на цео износ депозита.

13. Огласна порука којом се промовишу услуге које давалац финансијског лизинга пружа по основу уговора о финансијском лизингу, а која садржи каматну стопу или било који нумерички податак који се односи на цену – мора садржати репрезентативни пример с јасно и прецизно наведеним подацима о:

- предмету лизинга;
- висини и променљивости годишње номиналне каматне стопе;
- ефективној каматној стопи (чији износ мора бити приказан тако да буде уочљивији од осталих података);
- валути у којој се уговара лизинг;
- периоду на који се уговара лизинг;
- критеријумима за индексирање лизинга;
- бруто набавној вредности предмета лизинга, висини учешћа и укупном износу нето финансирања;
- броју и износу рата лизинг накнаде, као и периоду у коме рате доспевају за наплату (месечно, тромесечно и сл.);
- свим трошковима који падају на терет корисника.

14. Изузетно од тачке 10. став 1. ове одлуке, ако се огласна порука из тач. 11. до 13. ове одлуке емитује у електронским медијима, односно објављује путем оглашавања на отвореним површинама или у оквиру затвореног простора (преко постера, плаката и паноа) – текст којим су исписани подаци који се односе на репрезентативни пример из ових тачака (осим ефективне каматне стопе) може бити исписан словима (другим карактерима) мањим од оних који су за ту врсту оглашавања утврђени у Прилогу 1, али не на начин (избором толико малих слова, односно таквог фонта, стила и сл.) којим се изиграва примена тих тачака.

Изузетно од тач. 11. до 13. ове одлуке, код интернет оглашавања путем формата намењених искључиво пласирању изузетно кратког садржаја (нпр. банери, бампери и сл.) репрезентативни пример с подацима из тих тачака не мора бити приказан у самом тексту огласне поруке – под условом да та порука садржи директан линк ка страници која садржи репрезентативни пример с тим подацима.

У случају из ст. 1. и 2. ове тачке – текст огласне поруке мора садржати речи: „репрезентативни пример можете пронаћи на [адреса интернет презентације даваоца финансијских услуга]“ или слично, које не могу бити исписане словима (другим карактерима) мањим од оних који су за ту врсту оглашавања утврђени у Прилогу 1 и морају бити приказане уочљивије него својства финансијске услуге која давалац финансијских услуга истиче у тој поруци.

Обавезе и одговорности даваоца финансијских услуга у вези са огласном поруком

15. Давалац финансијске услуге дужан је да Народној банци Србије достави полугодишњи план оглашавања, односно други документ који садржи нарочито податке о финансијским услугама (производима) чије се оглашавање планира у току те године и планираном начину оглашавања тих услуга, односно производа (у електронским медијима, штампаним медијима, путем интернет оглашавања, оглашавања на отвореним површинама, оглашавања у оквиру затвореног простора и/или директним оглашавањем).

Први полугодишњи план из става 1. ове тачке за период од 1. јануара до 30. јуна текуће године доставља се најкасније 15. јануара текуће године, док се други полугодишњи план из тог става за период од 1. јула до 31. децембра текуће године доставља најкасније до 15. јула текуће године.

16. Ако ће оглашавати нови производ чије се увођење планира у смислу одлуке којом се уређује управљање ризицима банке – банка је дужна је да, уз обавештење и документацију које Народној банци Србије доставља у складу с том одлуком, достави и информацију о томе на који начин ће се вршити оглашавање (у електронским медијима, штампаним медијима, путем интернет оглашавања, оглашавања на отвореним површинама, оглашавања у оквиру затвореног простора и/или директним оглашавањем), као и предлог огласне поруке.

17. Давалац финансијских услуга одговоран је за све поступке преносиоца огласне поруке и за сваки његов пропуст у вези са оглашавањем финансијских услуга које пружа а које је предмет ове одлуке.

Давалац финансијских услуга дужан је да обезбеди да одредбама уговора закљученог с преносиоцем огласне поруке обавезе уговорних страна буду јасно и прецизно утврђене на начин којим се обезбеђује да давалац финансијских услуга поступа у складу са одредбама ове одлуке, као и да сваки такав уговор садржи одредбу која омогућава даваоцу финансијских услуга да га једнострано раскине ако то наложи Народна банка Србије и у складу с тим налогом.

Ако у поступку контроле, односно надзора утврди да давалац финансијских услуга не поступа у складу са овом одлуком – Народна банка Србије може наложити даваоцу финансијских услуга да у одређеном року раскине уговор закључен с преносиоцем огласне поруке, као и да прекине са објављивањем, односно емитовањем огласне поруке.

18. Давалац финансијских услуга дужан је да чува огласну декларацију три године након престанка оглашавања, односно да је у сваком тренутку, на захтев Народне банке Србије, достави.

Прелазне и завршне одредбе

19. Давалац финансијских услуга дужан је да огласне поруке које су оглашавањем у електронским медијима, путем интернет оглашавања или оглашавања на отвореним површинама објављене, односно емитоване до дана ступања на снагу ове одлуке, а које намерава да настави да објављује, односно емитује и након 1. јула 2019. године – усклади са одредбама ове одлуке најкасније до 1. јула 2019. године.

Давалац финансијских услуга дужан је да постере, плакате, брошуре, флајере, лифлете, летке и сл. који су постављени, односно дистрибуирани путем оглашавања у оквиру затвореног простора до дана ступања на снагу ове одлуке – усклади са одредбама ове одлуке најкасније до 1. јула 2019. године.

20. Прилог који је одштампан уз ову одлуку њен је саставни део.

21. Ова одлука објављује се у „Службеном гласнику РС“ и ступа на снагу 1. априла 2019. године.

ИО НБС бр. 34
7. марта 2019. године
Београд

Председавајућа
Извршног одбора Народне банке
Г у в е р н е р
Народне банке Србије

Др Јоргованка Табаковић, с.р.

Минимална величина слова, односно других карактера којима може бити исписан текст огласне поруке

Врста оглашавања	Минимална величина слова (других карактера)
Оглашавање у електронским медијима	17 pt
Оглашавање у штампаним медијима и интернет оглашавање	9 pt
Оглашавање у оквиру затвореног простора и директно оглашавање – путем брошура, флајера, лифлета и сл.	11 pt
Оглашавање у оквиру затвореног простора преко постера, плаката и паноа	30 pt
Оглашавање на отвореним површинама преко мањих средстава за упућивање огласне поруке (огласних паноа – билборда, плаката, дисплеја итд.) (1,8 x 1,3 m)	90 pt
Оглашавање на отвореним површинама преко већих средстава за упућивање огласне поруке (огласних паноа – билборда, плаката, дисплеја итд.) (4 x 3 m, 5 x 2,4 m, 8 x 3 m или 10 x 5 m)	Слова, односно карактери се увећавају тако да се задржи пропорција која је утврђена за оглашавање преко мањих средстава за упућивање огласне поруке