**Dopilnuj, żeby Twoja inwestycja nie stała się iluzją! – start kampanii informacyjnej**

W poniedziałek, 18 listopada br. wystartował drugi etap społecznej kampanii informacyjnej mającej na celu zwrócenie uwagi na ryzyka związane z inwestowaniem w zakup tzw. condohoteli/aparthoteli. Kampania *Oczarowani* została przygotowana wspólnie przez: Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju.

Nazwa kampanii *Oczarowani* jest nieprzypadkowa. Określa ona szeroką grupę nieprofesjonalnych inwestorów, jak również konsumentów - osoby poszukujące atrakcyjnych możliwości inwestycyjnych, nieposiadające jednocześnie niezbędnej wiedzy lub doświadczenia do właściwej oceny dostępnych ofert. Brak świadomości wielu ryzyk sprawia, że takie osoby mogą one łatwo zostać „oczarowane” możliwościami uzyskania szybkich
i wysokich profitów.

Inwestowanie w condohotele/aparthotele, czyli głównie apartamenty, pokoje na wynajem krótkoterminowy, oferowane jest coraz intensywniej i z wykorzystaniem różnorodnych form komunikacji. Komunikaty marketingowe, które promują inwestycje w condohotele/aparthotele, często zawierają informacje o bezpieczeństwie lokaty oraz gwarancji osiągnięcia 7 czy nawet 10 procent zysków w skali roku przez kilka, a nawet w perspektywie 10 lat.

Przedstawione tam obietnice zysku niejednokrotnie prezentowane są ogólnie, przy wykorzystaniu atrakcyjnej szaty graficznej. Mogą nie uwzględniać jednak przy tym m.in. konieczności poniesienia kosztów wynikających z posiadania nieruchomości, opłacania stosownych podatków, finansowania remontów czy też braku wpływów ze względu na sezonowość najmu lub zwiększoną konkurencję w pobliżu. Inwestorzy decydujący się na zakup tego typu nieruchomości mogą posiłkować się kredytami, co dodatkowo naraża ich na ryzyko finansowe. Może się bowiem okazać, że inwestycja nie tylko nie przyniesie zysków, ale będzie obciążeniem ze względu na konieczność spłaty odsetek kredytu i ponoszenie wydatków
na utrzymanie nieruchomości. Niezmienne również pozostaje ryzyko nieukończenia inwestycji lub jej zrealizowanie w sposób budzący zastrzeżenia prawne.

Dostrzegając rosnące zainteresowanie inwestycjami w tzw.condohotele/aparthotele, trzyinstytucje publicznewspółtworzące kampanię zdecydowały się rozszerzyć skalę i zasięg działań informacyjnych. Opublikowane 26 września br. komunikaty UKNF i UOKiK spotkały się z pozytywnym odbiorem, a działania urzędów były szeroko komentowane. Wobec zwiększonego zainteresowania inwestowaniem w condohotele/aparthotele UKNF, UOKiK
i MIiR zdecydowały się zwiększyć aktywność upowszechniania wśród obywateli wiedzy
o istniejących ryzykach związanych z tymi inwestycjami. W tym celu kolejny etap kampanii wykorzystuje najważniejsze środki masowego przekazu.

W pierwszej kolejności, bazując na posiadanym doświadczeniu, stworzono dedykowaną inwestorom stronę internetową w domenie *oczarowani.pl*.Umieszczono na niej katalog najistotniejszych wytycznych, które pomogą nieprofesjonalnym uczestnikom obrotu uzyskać większą wiedzę o czynnikach, które należy wziąć pod uwagę w planowanej inwestycji. Strona internetowa *oczarowani.pl* zawiera bazę wskazówek i pytań, na które należy znaleźć odpowiedź przed finalizacją zakupu w sferze tzw. condohoteli/aparthoteli. Ich syntetyczny wyciąg przygotowano również w formie jednego pliku, który może stanowić przydatny materiał do rozmowy z osobą oferującą takie inwestycje*.*

Kampanii towarzyszą utrzymane w „oczarowanej” konwencji telewizyjne i radiowe spoty informacyjne, które od poniedziałku prezentowane będą w Telewizji Polskiej, na antenie Polsatu, w Polskim Radiu, RMF oraz Radiu Zet. Kampania jest również obecna w mediach społecznościowych na profilach podmiotów zaangażowanych w kampanię informacyjną *Oczarowani*.

Partnerzy kampanii:

