

Updated G20/OECD High-Level Principles on Financial Consumer Protection

Ανεπίσημη μετάφραση στην αγγλική γλώσσα

Σύσταση του Συμβουλίου σχετικά με τις αρχές υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών

ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ,

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ το άρθρο 5(β) της Σύμβασης για τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης της 14ης Δεκεμβρίου 1960.

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τις Αρχές Υψηλού Επιπέδου για την Οικονομική Προστασία των Καταναλωτών (εφεξής οι «Αρχές»), που εγκρίθηκαν αρχικά από τους ηγέτες της G20 στις 3-4 Νοεμβρίου 2011 και εγκρίθηκαν ως σύσταση από το Συμβούλιο του ΟΟΣΑ στις 17 Ιουλίου 2012, και στην ενημερωμένη έκδοση που εγκρίθηκε από τους ηγέτες της G20 στις 15-16 Νοεμβρίου 2022, οι οποίες Αρχές ενσωματώνονται στην παρούσα Σύσταση·

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τα πρότυπα που αναπτύχθηκαν από τον ΟΟΣΑ στον τομέα της προστασίας των καταναλωτών και της πολιτικής για τους καταναλωτές, του χρηματοπιστωτικού αλφαριθμητισμού, της καταναλωτικής πίστης, της αποτελεσματικής χρηματοπιστωτικής ρύθμισης και της εταιρικής διακυβέρνησης·

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ το έργο και τα πρότυπα άλλων διεθνών οργανισμών και φόρουμ για την προστασία των οικονομικών καταναλωτών, ιδίως της G20 και του Συμβουλίου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας·

ΘΕΩΡΩΝΤΑΣ ότι η ενσωμάτωση των πολιτικών χρηματοπιστωτικής προστασίας των καταναλωτών σε ρυθμιστικά και εποπτικά πλαίσια συμβάλλει στην ενίσχυση της χρηματοπιστωτικής σταθερότητας, αντιμετωπίζει τις ασυμμετρίες πληροφοριών και διασφαλίζει ότι οι καταναλωτές αντιμετωπίζονται δίκαια και προστατεύονται επαρκώς από βλάβες·

ΘΕΩΡΩΝΤΑΣ ότι η εμπιστοσύνη των καταναλωτών είναι σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία του χρηματοπιστωτικού συστήματος και ότι οι καταναλωτές πρέπει να είναι ενημερωμένοι, ασφαλείς και προστατευμένοι στις συναλλαγές τους με τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και τους διαμεσολαβητές τους·

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τη σημασία και την ανάγκη των ανθρώπων να έχουν πρόσβαση σε ποιοτικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες και να εντάσσονται στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, καθώς και την αλληλεπίδραση της χρηματοπιστωτικής προστασίας των καταναλωτών με την χρηματοπιστωτική ένταξη και τον χρηματοπιστωτικό αλφαριθμητισμό (δηλ. πολιτικές χρηματοδότησης των καταναλωτών) για τη στήριξη της χρηματοπιστωτικής ανθεκτικότητας και της ευημερίας των ατόμων, οικογενειών και κοινοτήτων·

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ το ρόλο των πολιτικών χρηματοπιστωτικής προστασίας των καταναλωτών παράλληλα με τον χρηματοπιστωτικό αλφαριθμητισμό και την συμβολή τους σε δικαιότερη, πιο βιώσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη και σταθερότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος·

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ ότι ορισμένοι καταναλωτές ενδέχεται να αντιμετωπίζουν κίνδυνο στις χρηματοπιστωτικές συναλλαγές τους, όπως απάτες και εξαπατήσεις εξαιτίας συνδυασμού προσωπικών χαρακτηριστικών (π.χ. αναπηρία, ηλικία, φύλο, χαμηλή εκπαίδευση ή χαμηλή γλωσσική επάρκεια), προκαταλήψεις συμπεριφοράς (π.χ. παρορμητικότητα, γνωστικοί περιορισμοί) και συνθήκες της αγοράς (π.χ. ανεργία).

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τα διδάγματα που αντλήθηκαν από τον αντίκτυπο της πανδημίας COVID-19 στους καταναλωτές χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, τις τάσεις και τις εξελίξεις που επηρεάζουν τους καταναλωτές, όπως η ψηφιοποίηση και η βιώσιμη χρηματοδότηση, και για να διασφαλιστεί ότι οι Αρχές είναι στραμμένες προς το μέλλον και συνεχίζουν να αντιπροσωπεύουν τις βέλτιστες πρακτικές.

Με πρόταση της Επιτροπής Χρηματοπιστωτικών Αγορών:

Ι.ΣΥΜΦΩΝΕΙ ότι τα ακόλουθα διατομεακά θέματα είναι συναφή με την εξέταση ή/και την εφαρμογή καθεμιάς και όλων των Αρχών, τα οποία παρατίθενται παρακάτω:

- Η Οικονομική **ευημερία των** οικονομικών καταναλωτών^[1] και η ανθεκτικότητά τους. Οι πολιτικές οικονομικής προστασίας των καταναλωτών θα πρέπει να συμβάλλουν στη συνολική οικονομική ευημερία και την οικονομική ανθεκτικότητα των καταναλωτών^[2].
- Ο αντίκτυπος, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι της **ψηφιοποίησης και των τεχνολογικών εξελίξεων** στους οικονομικούς καταναλωτές. Αυτή η θεματική ενότητα περιλαμβάνει την εξέταση των τρόπων με τους οποίους οι καταναλωτές αλληλεπιδρούν συχνότερα με ψηφιακά χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των κρυπτογραφημένων περιουσιακών στοιχείων και των ψηφιακών νομισμάτων, τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε ψηφιακό περιβάλλον, τον αντίκτυπο της συχνότερης χρήσης τεχνητής νοημοσύνης, την μηχανική μάθηση και τους αλγόριθμους.
- Ο αντίκτυπος, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι της **βιώσιμης χρηματοδότηση** στους οικονομικούς καταναλωτές. Αυτή η θεματική ενότητα περιλαμβάνει την εξέταση του ότι οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών ενσωματώνουν ολοένα και περισσότερο περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς, διακυβερνητικούς (ESG) και άλλους που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα παράγοντες, στις λειτουργίες τους, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, καθώς και την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για τέτοια προϊόντα.

ΙΙ.ΣΥΝΙΣΤΑ ότι τα Μέλη και τα μη Μέλη που έχουν προσχωρήσει στην παρούσα Σύσταση (εφεξής οι «Προσχωρούντες») λαμβάνουν δεόντως υπόψη και εφαρμόζουν τις Αρχές, οι οποίες παρατίθενται παρακάτω, σε επίπεδο κυβέρνησης, εποπτικού οργάνου και παρόχου χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών:

Αρχή 1: Νομικό, Ρυθμιστικό και Εποπτικό Πλαίσιο

1. Η οικονομική προστασία των καταναλωτών θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του νομικού, ρυθμιστικού και εποπτικού πλαισίου, θα πρέπει να καλύπτει συνολικά όλους τους τύπους χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών και θα πρέπει να αντικατοπτρίζει την ποικιλομορφία των εθνικών συνθηκών και τις παγκόσμιες αγορές και τις ρυθμιστικές εξελίξεις στο χρηματοπιστωτικό τομέα.

2. Η ρύθμιση πρέπει να αντικατοπτρίζει και να είναι ανάλογη με τα χαρακτηριστικά, τους τύπους, τους κινδύνους και την ποικιλία των χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, των παρόχων και των καταναλωτών. Η ρύθμιση θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα διάφορα δικαιώματα και τις ευθύνες των σχετικών παραγόντων και να ανταποκρίνεται σε νέα προϊόντα, υπηρεσίες, σχέδια, τεχνολογίες και κανάλια παράδοσης. Θα πρέπει να αναπτυχθούν προσεγγίσεις για την αντιμετώπιση νέων καναλιών παράδοσης χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, μεταξύ άλλων μέσω της ψηφιακής διανομής, διατηρώντας παράλληλα τα πιθανά οφέλη αυτών των καναλιών για τους καταναλωτές. Θα πρέπει να υπάρχουν ισχυροί και αποτελεσματικοί νομικοί και δικαστικοί ή εποπτικοί μηχανισμοί για την προστασία των καταναλωτών και να επιβάλλουν κυρώσεις σε ανάρμοστη συμπεριφορά, οικονομικές απάτες, καταχρήσεις και λάθη.

3. Το νομικό, ρυθμιστικό και εποπτικό πλαίσιο θα πρέπει να παρέχει στις ρυθμιστικές αρχές και στις εποπτικές αρχές μια κατάλληλη ρυθμιστική εργαλειοθήκη η οποία είναι ευέλικτη, ώστε να μπορούν να προσαρμόζονται στους αναδυόμενους κινδύνους όπως απαιτείται, συμπεριλαμβανομένων των αλλαγών στη ρυθμιστική περίμετρο. Όπου είναι σκόπιμο, για τη συμπλήρωση των προσεγγίσεων που αφορούν τη συμπεριφορά και τις διαδικασίες, το πλαίσιο θα μπορούσε να περιλαμβάνει την προώθηση κατάλληλων αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές, ώστε να συμβάλει στην οικονομική τους ευημερία.

4. Πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και μεσάζοντες¹³¹ θα πρέπει να ρυθμίζονται και/ή να εποπτεύονται κατάλληλα και αναλογικά, λαμβανομένων υπόψη των σχετικών υπηρεσιακών και τομειακών προσεγγίσεων.

5. Θα πρέπει να ζητείται η γνώμη των σχετικών μη κυβερνητικών φορέων – συμπεριλαμβανομένης της βιομηχανίας (συμπεριλαμβανομένων των μικρών επιχειρήσεων) και των οργανώσεων καταναλωτών, επαγγελματικών φορέων και ερευνητικών κοινοτήτων – όταν αναπτύσσονται ή αναθεωρούνται πολιτικές που σχετίζονται με την οικονομική προστασία και την εκπαίδευση των καταναλωτών. Θα πρέπει να διευκολύνεται και να ενισχύεται η πρόσβαση των σχετικών ενδιαφερομένων μερών και ιδίως των οργανώσεων καταναλωτών στις εν λόγω διαδικασίες.

Αρχή 2: Ρόλος Εποπτικών Οργάνων

6. Θα πρέπει να υπάρχουν εποπτικά όργανα (ειδικά ή μη) ρητά υπεύθυνα για την οικονομική προστασία των καταναλωτών, με την απαραίτητη εξουσία για την εκπλήρωση των εντολών τους. Να απαιτούν σαφείς και αντικειμενικά καθορισμένες ευθύνες και κατάλληλη διακυβέρνηση. λειτουργική ανεξαρτησία· λογοδοσία για τις δραστηριότητές τους· επαρκείς εξουσίες· πόρους και δυνατότητες· καθορισμένο, αποτελεσματικό και διαφανές πλαίσιο επιβολής και σαφείς και συνεπείς ρυθμιστικές διαδικασίες. Τα εποπτικά όργανα θα πρέπει να τηρούν υψηλά επαγγελματικά πρότυπα, συμπεριλαμβανομένων των κατάλληλων προτύπων εμπιστευτικότητας των καταναλωτικών και αποκλειστικών πληροφοριών και την αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων.

7. Τα όργανα εποπτείας θα πρέπει να έχουν την ικανότητα, την ευελιξία και το κατάλληλο φάσμα εργαλείων και εξουσιών για την εκτέλεση του ρόλου τους. Αυτό μπορεί να σημαίνει προσαρμογή της παρακολούθησης της αγοράς, για παράδειγμα όσον αφορά τις τεχνολογικές ή βιώσιμες χρηματοοικονομικές εξελίξεις, ή τη δυνατότητα παρέμβασης σε συγκεκριμένα προϊόντα υψηλού κινδύνου για την προστασία των καταναλωτών από βλάβες, όπου χρειάζεται. Τα εποπτικά όργανα θα πρέπει να αξιολογούν τακτικά την αποτελεσματικότητα των εργαλείων εποπτείας και των μηχανισμών επιβολής. Οι αποτελεσματικοί μηχανισμοί επιβολής μπορεί να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, ποινές, κυρώσεις, ανάκληση άδειας, μεταβολές στις άδειες συναλλαγών, δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων επιβολής, αποζημίωση, αποκατάσταση και άλλα διορθωτικά μέτρα.

8. Η προσέγγιση εποπτείας θα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι πολιτικές, ρυθμιστικές και εποπτικές δράσεις που προωθούν την χρηματοπιστωτική καινοτομία, τη σταθερότητα, την ακεραιότητα, την ένταξη ή άλλους στόχους λαμβάνοντας δεόντως υπόψη τις επιπτώσεις τους στην οικονομική προστασία των καταναλωτών, και τα αποτελέσματα των καταναλωτών.

9. Θα πρέπει να προωθηθεί η συνεργασία με άλλες εποπτικές αρχές χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και μεταξύ αρχών ή υπηρεσιών που είναι αρμόδιες για τομεακά θέματα. Θα πρέπει να ενθαρρυνθούν, κατά περίπτωση, ισότιμοι όροι ανταγωνισμού μεταξύ των χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών. Θα πρέπει επίσης να ενθαρρυνθεί η διεθνής συνεργασία μεταξύ των εποπτικών φορέων, ενώ θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε θέματα προστασίας των καταναλωτών που προκύπτουν από διεθνείς συναλλαγές, συμπεριλαμβανομένων των διασυνοριακών πληρωμών, του μάρκετινγκ και των πωλήσεων, καθώς και των κινδύνων που προκύπτουν από την ψηφιοποίηση και την αυτοματοποίηση των χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Αρχή 3: Πρόσβαση και Ένταξη

10. Οι κυβερνήσεις, οι εποπτικοί φορείς και οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι μεσάζοντες θα πρέπει να επιδιώκουν να στηρίζουν την πρόσβαση των καταναλωτών και τη χρήση χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, όπου είναι δυνατόν, και να προωθούν ένα χρηματοπιστωτικό σύστημα χωρίς αποκλεισμούς. Η επίτευξη αυτών των στόχων απαιτεί τόσο την αντιμετώπιση εμποδίων που εμποδίζουν τους καταναλωτές να έχουν πρόσβαση και να χρησιμοποιούν χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες στο επίσημο, ρυθμιζόμενο χρηματοπιστωτικό σύστημα, όσο και να διασφαλίζεται ότι οι καταναλωτές παραμένουν ενταγμένοι στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, σε περίπτωση παραδείγματος χάριν οικονομικής δυσχέρειας ή άλλων συνθηκών, που οδηγούν σε οικονομικό αποκλεισμό^[4]. Για να το υποστηρίξουν αυτό, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και τα όργανα εποπτείας θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης στόχων χρηματοπιστωτικής ένταξης και οικονομικής προστασίας των καταναλωτών σε πολιτικές και στρατηγικές που σχετίζονται με την καινοτομία.

11. Οι κυβερνήσεις, οι εποπτικοί φορείς και οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών θα πρέπει να αξιοποιήσουν την ψηφιοποίηση, όπου χρειάζεται, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης διαλειτουργικών συστημάτων. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι οι καταναλωτές μπορεί να έχουν διαφορετικές ανάγκες και επίπεδα ψηφιακών δεξιοτήτων που επηρεάζουν την οικονομική πρόσβαση και χρήση, για παράδειγμα, η πρόσβαση σε μετρητά και παραδοσιακές μορφές χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μπορεί να είναι σημαντική για ορισμένους καταναλωτές.

Αρχή 4: Χρηματοπιστωτικός αλφαριθμητισμός και ευαισθητοποίηση

12.Ο χρηματοπιστωτικός αλφαριθμητισμός^[5] και η ευαισθητοποίηση θα πρέπει να προωθηθεί από όλους τους σχετικούς ενδιαφερομένους ως μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής χρηματοπιστωτική ένταξης ή/και αλφαριθμητισμού. Θα πρέπει να αναπτυχθούν κατάλληλοι μηχανισμοί για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να αποκτήσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις συμπεριφορές και τις συμπεριφορές ώστε να γνωρίζουν, να κατανοούν τους κινδύνους και τις ευκαιρίες, να κάνουν συνειδητές επιλογές, να γνωρίζουν πού να απευθυνθούν για βοήθεια και να αναλαμβάνουν αποτελεσματική δράση ώστε να υποστηρίξουν την οικονομική τους ευημερία και ανθεκτικότητα. Τέτοιοι μηχανισμοί μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν τη βελτίωση των δεξιοτήτων ψηφιακής χρηματοπιστωτικής παιδείας, την ευαισθητοποίηση σχετικά με τους κινδύνους ψηφιακής ασφάλειας και την προώθηση ασφαλών διαδικτυακών και ψηφιακών συναλλαγών.

13.Τα προγράμματα χρηματοπιστωτικής παιδείας, συμπεριλαμβανομένης σαφούς και έγκαιρης πληροφόρησης για την προστασία, τα δικαιώματα και τις ευθύνες των καταναλωτών, θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμα από όλους τους καταναλωτές και θα πρέπει να προωθούνται, ιδίως για τις σχετικές ομάδες-στόχους, για παράδειγμα, εκείνες οι ομάδες που αντιμετωπίζουν ευπάθειες.

14.Λαμβάνοντας υπόψη τις εθνικές συνθήκες, θα πρέπει να παρέχονται προγράμματα χρηματοπιστωτικής παιδείας και ευαισθητοποίησης μέσω διαφορετικών και κατάλληλων διαύλων, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών καναλιών, όπου χρειάζεται. Τα προγράμματα χρηματοπιστωτικής παιδείας θα πρέπει να ξεκινούν από νεαρή ηλικία και να είναι προσβάσιμα σε όλα τα στάδια της ζωής και θα πρέπει να περιλαμβάνουν μηχανισμούς αξιολόγησης και βελτίωσης της αποτελεσματικότητάς τους. Επιπλέον, θα πρέπει να συλλέγονται συγκρίσιμες πληροφορίες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο σχετικά με τον χρηματοπιστωτικό αλφαριθμητισμό και την ευαισθητοποίηση, προκειμένου να αξιολογηθεί και να ενισχυθεί η αποτελεσματικότητα των προσεγγίσεων στον χρηματοπιστωτικό αλφαριθμητισμό. Όλοι οι σχετικοί φορείς θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να εφαρμόσουν τις διεθνείς αρχές, κατευθυντήριες γραμμές και μεθοδολογίες για τον χρηματοπιστωτικό αλφαριθμητισμό που αναπτύχθηκαν από το Διεθνές Δίκτυο για τη Χρηματοπιστωτική Εκπαίδευση του ΟΟΣΑ (INFE).

Αρχή 5: Ανταγωνισμός

15.Οι δίκαιες, αποτελεσματικές και ανταγωνιστικές αγορές θα πρέπει να προωθηθούν προκειμένου να παρέχεται στους καταναλωτές μεγαλύτερη επιλογή μεταξύ χρηματοπιστωτικών προϊόντων και υπηρεσιών, να δημιουργηθεί ανταγωνιστική πίεση στους παρόχους να προσφέρουν προϊόντα ποιότητας και ανταγωνιστικής τιμής, να ενισχυθεί η καινοτομία, να προωθηθεί η ένταξη και να διατηρηθεί η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να στοχεύουν στο να διασφαλίζουν ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των παρόχων πληροί αυτούς τους στόχους χωρίς να διακυβεύονται τα αποτελέσματα των καταναλωτών. Οι καταναλωτές θα πρέπει να μπορούν να αναζητούν, να

συγκρίνουν, να μοιράζονται δεδομένα και, όπου χρειάζεται, να αλλάζουν προϊόντα και παρόχους εύκολα και με λογικό και δημοσιοποιημένο κόστος, αξιοποιώντας, για παράδειγμα, διαλειτουργικά συστήματα.

Αρχή 6: Ισότητα και δίκαιη μεταχείριση των καταναλωτών

16. Όλοι οι καταναλωτές θα πρέπει να αντιμετωπίζονται ισότιμα, ειλικρινά και δίκαια σε όλα τα στάδια της σχέσης τους με τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών. Η δίκαιη μεταχείριση των καταναλωτών θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της χρηστής διακυβέρνησης και της εταιρικής κουλτούρας όλων των παρόχων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των διαμεσολαβητών. Η ενισχυμένη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας για την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων από τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών δεν θα πρέπει να οδηγεί σε ακατάλληλα ή μεροληπτικά αποτελέσματα για τους καταναλωτές.

17. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη μεταχείριση των καταναλωτών που ενδέχεται να αντιμετωπίζουν ευπάθεια. Οι προσεγγίσεις μπορεί να λαμβάνουν υπόψη ότι η ευπάθεια των καταναλωτών μπορεί να εκδηλωθεί διαφορετικά και να ισχύει σε διαφορετικές περιστάσεις και μπορεί να οφείλεται σε συνδυασμό προσωπικών χαρακτηριστικών, οικονομικών καταστάσεων και συνθηκών της αγοράς. Οι προσεγγίσεις θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, την παροχή αμερόληπτων συμβουλών για το χρέος για καταναλωτές που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες λόγω υπερχρέωσης.

Αρχή 7: Αποκάλυψη και Διαφάνεια

18. Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι μεσάζοντες θα πρέπει να παρέχουν στους καταναλωτές βασικές πληροφορίες σχετικά με τα θεμελιώδη οφέλη, τους κινδύνους και τους όρους του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων των διασυννοριακών πληρωμών και άλλων συναλλαγών και ανεξάρτητα από το κανάλι διανομής. Θα πρέπει επίσης να παρέχουν πληροφορίες για συγκρούσεις συμφερόντων που σχετίζονται με τους μεσάζοντες μέσω των οποίων πωλείται το προϊόν^[6].

19. Ειδικότερα, θα πρέπει να παρέχονται κατάλληλες πληροφορίες για ουσιώδεις πτυχές του χρηματοπιστωτικού προϊόντος σε όλα τα στάδια της σχέσης με τον καταναλωτή. Όλο το χρηματοπιστωτικό διαφημιστικό υλικό πρέπει να είναι ακριβές, ειλικρινές, κατανοητό, διαφανές και όχι παραπλανητικό. Θα πρέπει να υιοθετούνται τυποποιημένες προσυμβατικές πρακτικές γνωστοποίησης (π.χ. έντυπα), όπου αυτό είναι εφικτό και εφικτό, ώστε να είναι δυνατή η σύγκριση μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών της ίδιας φύσης. Θα πρέπει να αναπτυχθούν ειδικοί μηχανισμοί γνωστοποίησης, συμπεριλαμβανομένων πιθανών προειδοποιήσεων, ώστε να παρέχονται πληροφορίες ανάλογες με την πολυπλοκότητα και την επικινδυνότητα των προϊόντων και υπηρεσιών. Η χρήση ψηφιακών καναλιών μπορεί να προσφέρει καινοτόμες ευκαιρίες για την εμπλοκή των καταναλωτών με πληροφορίες γνωστοποίησης μέσω διαφορετικών μορφών.

20. Όπου είναι δυνατόν, θα πρέπει να διεξάγονται έρευνες για τους καταναλωτές και να χρησιμοποιούνται γνώσεις σχετικά με τη συμπεριφορά για τον προσδιορισμό και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των απαιτήσεων γνωστοποίησης, αναγνωρίζοντας τα όρια της γνωστοποίησης από μόνη της όσον αφορά τη διασφάλιση της κατανόησης και της δέσμευσης

των καταναλωτών. Η βελτίωση της διαφάνειας μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές να κάνουν πιο τεκμηριωμένες επιλογές και να ενθαρρύνει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να αντιμετωπίσουν τους παράγοντες αυτούς. Για παράδειγμα, καθώς η βιώσιμη χρηματοδότηση γίνεται ολοένα και πιο σημαντική για τους καταναλωτές και τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, η διαφάνεια στη μεθοδολογία θα είναι σημαντική για να βοηθήσει τους καταναλωτές να κατανοήσουν τις επενδύσεις τους και να αντιμετωπίσουν τον κίνδυνο του greenwashing⁷¹.

21. Οι καταναλωτές θα πρέπει επίσης να γνωρίζουν τη σημασία της παροχής σχετικών, ακριβών και διαθέσιμων πληροφοριών στους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Αρχή 8: Ποιοτικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα

22. Τα ποιοτικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα είναι εκείνα που έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιούν τα συμφέροντα και τους στόχους των καταναλωτών-στόχων και να συμβάλλουν στην οικονομική τους ευημερία. Θα πρέπει να υπάρχει κατάλληλη εποπτεία και διακυβέρνηση των προϊόντων από τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και, όπου ενδείκνυται, από μεσάζοντες, ώστε να διασφαλίζεται ότι τα ποιοτικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα σχεδιάζονται και διανέμονται. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει απαιτήσεις για κατάλληλα συστήματα σχεδιασμού, έγκρισης, διαχείρισης και παρακολούθησης των χρηματοπιστωτικών προϊόντων καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους, ώστε να διασφαλίζεται ότι ανταποκρίνονται στα συμφέροντα και τους στόχους και ότι συμβάλλουν στην οικονομική ευημερία των καταναλωτών για τους οποίους σχεδιάζονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, καθώς και στις σχετικές κανονιστικές απαιτήσεις.

23. Προκειμένου να προωθηθούν ποιοτικά χρηματοπιστωτικά προϊόντα που προσφέρουν αξία στους καταναλωτές, οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών ενδέχεται να χρειαστεί να ορίσουν μια αγορά-στόχο για ένα χρηματοπιστωτικό προϊόν, να διεξάγουν έρευνα και να εξετάσουν συμπεριφορικές γνώσεις για να κατανοήσουν την αγορά-στόχο και, ανάλογα με τον τύπο, την πολυπλοκότητα και τον κίνδυνο του προϊόντος, να πραγματοποιούν δοκιμές πριν από την κυκλοφορία του προϊόντος.

Αρχή 9: Υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά και κουλτούρα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών Πάροχοι και Διαμεσολαβητές

24. Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι μεσάζοντες θα πρέπει να έχουν ως στόχο να εργάζονται προς το βέλτιστο συμφέρον των καταναλωτών και να είναι υπεύθυνοι για την υποστήριξη της οικονομικής προστασίας των καταναλωτών. Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών θα πρέπει επίσης να είναι υπεύθυνοι και υπόλογοι για τις ενέργειες των διαμεσολαβητών τους.

25. Η συμπεριφορά και η κουλτούρα των παρόχων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των διαμεσολαβητών τους θα πρέπει να είναι ευθυγραμμισμένες με την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης των καταναλωτών και την επίτευξη κατάλληλων αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές που συμβάλλουν στην οικονομική τους ευημερία.

26. Ανάλογα με τη φύση της συναλλαγής και με βάση τις πληροφορίες που παρέχονται κυρίως από τους καταναλωτές, οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι μεσάζοντες θα πρέπει να αξιολογούν τις σχετικές οικονομικές δυνατότητες, την κατάσταση και τις ανάγκες των καταναλωτών προτού συμφωνήσουν να τους παράσχουν ένα προϊόν, συμβουλές ή υπηρεσία. Θα πρέπει να προτείνουν στους καταναλωτές κατάλληλα προϊόντα ή υπηρεσίες που στοχεύουν να προσφέρουν τα κατάλληλα αποτελέσματα και τελικά να συμβάλλουν στην οικονομική τους ευημερία.

27. Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι διαμεσολαβητές (ιδιαίτερα εκείνοι που αλληλεπιδρούν άμεσα με τους καταναλωτές) θα πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι και ειδικευμένοι. Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι μεσάζοντες θα πρέπει να προσπαθούν να αποφεύγουν συγκρούσεις συμφερόντων, για παράδειγμα, από αμοιβές ή άλλες δομές κινήτρων. Όταν τέτοιες συγκρούσεις δεν μπορούν να αποφευχθούν, οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι διαμεσολαβητές θα πρέπει να μετριάσουν τον αντίκτυπο με τη θέσπιση εσωτερικών μηχανισμών για τη διαχείριση τέτοιων συγκρούσεων, τη διασφάλιση της σωστής αποκάλυψης ή την άρνηση παροχής του προϊόντος, της συμβουλής ή της υπηρεσίας. Η δημοσιοποίηση ως μέσο αποτελεσματικής διαχείρισης των συγκρούσεων συμφερόντων μπορεί να είναι περιορισμένη λόγω της κατανόησης και των αντιδράσεων συμπεριφοράς των καταναλωτών, και οι συμπεριφορικές γνώσεις θα πρέπει να χρησιμοποιούνται, όπου χρειάζεται, για τη δοκιμή και την ενημέρωση προσεγγίσεων.

28. Η παροχή συμβουλών, ανεξάρτητα από το κανάλι διανομής, θα πρέπει να είναι αντικειμενική, προς το συμφέρον του καταναλωτή και να βασίζεται στο προφίλ του καταναλωτή λαμβάνοντας υπόψη την πολυπλοκότητα του προϊόντος, τους κινδύνους που συνδέονται με αυτό, καθώς και τους χρηματοπιστωτικούς στόχους, γνώσεις, δυνατότητες και εμπειρία.

29. Η δομή αμοιβών τόσο για τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών όσο και για τους διαμεσολαβητές θα πρέπει να αποκαλύπτεται και να καθίσταται διαφανής στους καταναλωτές και να έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει την υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά, τη δίκαιη μεταχείριση των καταναλωτών και την αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων.

Αρχή 10: Προστασία των περιουσιακών στοιχείων των καταναλωτών έναντι απάτης, εξαπάτησης και κατάχρησης

30. Οι σχετικοί μηχανισμοί πληροφόρησης, ελέγχου και προστασίας θα πρέπει να αναπτύσσονται και να εφαρμόζονται κατάλληλα από τις εποπτικές αρχές και τους παρόχους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και με υψηλό βαθμό βεβαιότητας να προστατεύουν τις καταθέσεις, τις αποταμιεύσεις και άλλα παρόμοια χρηματοπιστωτικά περιουσιακά στοιχεία των καταναλωτών, μεταξύ άλλων από απάτες, εξαπατήσεις, υπεξαιρέσεις ή άλλες καταχρήσεις. Οι εν λόγω μηχανισμοί προστασίας θα πρέπει να προσαρμόζονται εύκολα στους τρόπους χρήσης των νέων τεχνολογιών, όπως τα ψηφιακά περιουσιακά στοιχεία, καθώς και στις διαδικτυακές απάτες, στην εξαπάτηση και την κατάχρηση καθώς και σε άλλους κινδύνους ψηφιακής ασφάλειας. Θα πρέπει να περιλαμβάνουν σαφείς και διαφανείς ρυθμίσεις ευθύνης μεταξύ των παρόχων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και καταναλωτών σε περίπτωση οικονομικής ζημίας.

31. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι εποπτικές αρχές θα πρέπει να συνεργάζονται με τους σχετικούς ενδιαφερομένους, συμπεριλαμβανομένων άλλων κυβερνητικών και

ρυθμιστικών φορέων, υπηρεσιών ψηφιακής ασφάλειας, υπηρεσιών επιβολής του νόμου, του κλάδου χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και εταιρειών κοινής ωφέλειας, για την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τους κινδύνους ψηφιακής ασφάλειας και την προώθηση ασφαλών διαδικτυακών και ψηφιακών συναλλαγών.

Αρχή 11: Προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών

32. Τα οικονομικά και προσωπικά στοιχεία των καταναλωτών θα πρέπει να προστατεύονται μέσω κατάλληλων μηχανισμών ελέγχου και προστασίας. Αυτοί οι μηχανισμοί θα πρέπει να καθορίζουν τους σκοπούς για τους οποίους τα δεδομένα μπορούν να συλλέγονται, να υποβάλλονται σε επεξεργασία, να διατηρούνται, να χρησιμοποιούνται και να αποκαλύπτονται (ειδικά σε τρίτους). Οι μηχανισμοί θα πρέπει να αναγνωρίζουν τα δικαιώματα των καταναλωτών όσον αφορά τη συναίνεση στην κοινή χρήση δεδομένων, την πρόσβαση στα δεδομένα τους, την ενημέρωση για παραβιάσεις που επηρεάζουν τα δεδομένα τους και την αναζήτηση αποκατάστασης, όπως η άμεση διόρθωση ή/και διαγραφή ανακριβών ή παράνομα συλλεγόμενων ή επεξεργασμένων δεδομένων. Θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία μεταξύ των εποπτικών φορέων που είναι αρμόδιοι για την προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών.

Αρχή 12: Χειρισμός παραπόνων και επανόρθωση

33. Οι νομοθετικές αρχές θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε κατάλληλους μηχανισμούς διεκπεραίωσης και επανόρθωσης παραπόνων που είναι προσβάσιμοι, οικονομικά προσιτοί, ανεξάρτητοι, δίκαιοι, υπεύθυνοι, έγκαιροι και αποτελεσματικοί. Η τεχνολογία μπορεί να αξιοποιηθεί για να διευκολυνθεί ο αποτελεσματικός σχεδιασμός αυτών των μηχανισμών, οι οποίοι δεν θα πρέπει να επιβάλλουν παράλογο κόστος, καθυστερήσεις ή επιβαρύνσεις στους καταναλωτές. Οι ανάγκες των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αντιμετωπίζουν ευπάθεια, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό και τη δημοσιοποίηση μηχανισμών διαχείρισης παραπόνων και επανόρθωσης.

34. Σύμφωνα με τα παραπάνω, οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι διαμεσολαβητές θα πρέπει να διαθέτουν μηχανισμούς για τον χειρισμό παραπόνων και την αποκατάσταση. Αυτοί οι μηχανισμοί θα πρέπει να επιτρέπουν στους παρόχους να παρακολουθούν και να αντιμετωπίζουν συστηματικά ζητήματα και να υποστηρίζουν βελτιωμένα αποτελέσματα για τους καταναλωτές.

35. Η προσφυγή σε μια ανεξάρτητη διαδικασία επανόρθωσης θα πρέπει να είναι διαθέσιμη για την αντιμετώπιση καταγγελιών που δεν επιλύονται αποτελεσματικά μέσω των εσωτερικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών των παρόχων χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των διαμεσολαβητών. Τουλάχιστον, θα πρέπει να δημοσιοποιούνται συγκεντρωτικές πληροφορίες σχετικά με τις καταγγελίες και τις επιλύσεις τους. Πληροφορίες σχετικά με καταγγελίες καταναλωτών θα πρέπει να είναι διαθέσιμες στα εποπτικά όργανα για την υποστήριξη των εποπτικών ή εκτελεστικών λειτουργιών τους.

III. ΣΥΝΙΣΤΑ στους Προσχωρούντες να διασφαλίζουν την ευρύτερη δυνατή διάδοση αυτής της Σύστασης και να ενθαρρύνουν τη χρήση των Αρχών από όλους τους σχετικούς

ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτών και των ιδιωτικών ιδρυμάτων.

IV.ΠΡΟΣΚΑΛΕΙ μη μέλη να λαμβάνουν δεόντως υπόψη και να τηρούν αυτήν τη Σύσταση.

V.ΚΑΘΟΡΙΖΕΙ την Επιτροπή Χρηματοπιστωτικών Αγορών, μέσω της Ομάδας Εργασίας για την Οικονομική Προστασία των Καταναλωτών, να:

α) Λειτουργεί ως φόρουμ ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών σχετικά με την εφαρμογή της παρούσας σύστασης, αναπτύσσοντας κάθε κατάλληλη καθοδήγηση και ενθαρρύνοντας τον διάλογο για θέματα, τάσεις και εξελίξεις στην προστασία των καταναλωτών·

β) Να υποβάλλει έκθεση στο Συμβούλιο σχετικά με την εφαρμογή, τη διάδοση και τη συνεχή σημασία της παρούσας σύστασης το αργότερο πέντε έτη μετά την αναθεώρησή της και στη συνέχεια τουλάχιστον κάθε δέκα έτη.

^[1] Αν και η έννοια του καταναλωτή δεν ορίζεται ώστε να μην περιορίζει την κάλυψη, θεωρείται γενικά ότι περιλαμβάνει τουλάχιστον ιδιώτες, αλλά μπορεί επίσης να περιλαμβάνει πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, όπως αυτές ορίζονται από τις δικαιοδοσίες.

^[2] Ένας ορισμός εργασίας του ΟΟΣΑ για την ατομική χρηματοπιστωτική ευημερία αναφέρεται στο να έχει κανείς τον έλεγχο, να αισθάνεται ασφάλεια και να έχει ελευθερία για τα τρέχοντα και μελλοντικά του οικονομικά, με βάση αντικειμενικούς και υποκειμενικούς παράγοντες.

^[3] Ως μεσάζοντες νοούνται τα τρίτα μέρη που ενεργούν για λογαριασμό του παρόχου χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών ή με ανεξάρτητη ιδιότητα. Περιλαμβάνουν τυχόν αντιπροσώπους (συνδεδεμένους και ανεξάρτητους αντιπροσώπους), αντιπροσώπους, μεσίτες, συμβούλους και διανομείς κ.λπ.

^[4] Η χρηματοπιστωτική ένταξη αναφέρεται γενικά στην αποτελεσματική και ποιοτική πρόσβαση και χρήση – με κόστος προσιτό στους πελάτες και βιώσιμα για τους παρόχους – χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών που παρέχονται από επίσημα ιδρύματα: 2017 G20 Financial Inclusion Action Plan, GPMI Ιούλιος 2017.

^[5] Ο χρηματοπιστωτικός αλφαριθμητισμός ορίζεται ως ένας συνδυασμός οικονομικής επίγνωσης, γνώσης, δεξιοτήτων, στάσεων και συμπεριφορών που είναι απαραίτητες για τη λήψη ορθών οικονομικών αποφάσεων και τελικά την επίτευξη ατομικής οικονομικής ευημερίας: ΟΟΣΑ 2020. Ορισμένες δικαιοδοσίες χρησιμοποιούν διαφορετικούς όρους, για παράδειγμα, οικονομική ικανότητα. Η χρηματοπιστωτική εκπαίδευση νοείται ως η διαδικασία για την επίτευξη χρηματοπιστωτικής παιδείας και, τελικά, την υποστήριξη της οικονομικής ευημερίας.

^[6] Οι πάροχοι χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και οι διαμεσολαβητές θα πρέπει να παρέχουν σαφείς, συνοπτικές, ακριβείς, αξιόπιστες, συγκρίσιμες, εύκολα προσβάσιμες και

έγκαιρες γραπτές και προφορικές πληροφορίες σχετικά με τα χρηματοπιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται, ιδίως σχετικά με βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων και (κατά περίπτωση) για πιθανές εναλλακτικές υπηρεσίες ή προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων απλούστερων προϊόντων, που παρέχουν. Κατ' αρχήν, οι πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνουν τιμές, κόστη, κυρώσεις, χρεώσεις παράδοσης, κινδύνους και τρόπους καταγγελίας.

^[7]Γενικά, το greenwashing νοείται ως τα χρηματοπιστωτικά προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο ως πιο φιλικά προς το περιβάλλον από ό,τι είναι στη πραγματικότητα.