



Cod de conduită.

Principii de creditare responsabilă



Cuprins

Introducere: 3

Secțiunea 1: Principii de bază 4

Secțiunea 2: Comunicare și marketing 5

Secțiunea 3: Biroul de Credit 6

Secțiunea 4: Evaluarea bonității clienților 7

Secțiunea 5: Carduri de credit 8

Secțiunea 6: Credite de consum garantate și negarantate 11

Secțiunea 7: Dificultăți financiare. Planuri de rambursare 12

Secțiunea 8: Servicii pentru clienți 16

Secțiunea 9: Implementarea și monitorizarea Codului 16

Introducere



1.
Prezentul document este un Cod de auto-reglementare care stabilește standardele minime ale bunelor practici de creditare în relațiile cu consumatorii.
2.
Codul se referă la bunele practici în legătură cu creditele pentru nevoi personale garantate și negarantate, creditele pentru achiziția bunurilor de larg consum și cardurile de credit.
3.
Codul se aplică creditelor acordate în lei. Cu toate acestea, Aderenții pot aplica standardele Codului și în cazul creditării în alte monede.
4.
Respectarea principiilor prezentului Cod este monitorizată de către Asociația Societăților Financiare – ALB România - „ALB”. Lista Aderenților la Cod și datele de contact ale acestora se găsesc pe site-ul de internet al ALB.
5.
Prezentul Cod a fost revizuit de către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor și Banca Națională a României, însă nu trebuie interpretat ca o legislație secundară adoptată de către acestea.
6.
Prezentul Cod stabilește standardele bunelor practici de creditare, însă Aderenții trebuie să se asigure în permanență că respectă legislația în vigoare.
7.
Este important ca atunci când se analizează modul în care acest Cod se aplică trebuie să fie avute în vedere toate canalele de distribuție. Codul se aplică indiferent de modul de distribuție a unui produs sau serviciu.
8.
Prezentul Cod folosește termenii „furnizează”, „transmite”, „informează” și „pune la dispoziție” într-o manieră flexibilă. Acești termeni nu sunt definiți pentru a specifica modul în care informațiile sunt puse la dispoziția consumatorului. Este recomandat ca Aderenții să determine cea mai potrivită modalitate prin care clienții pot să aibă acces la informații la momentul potrivit, pentru a lua decizii în cunoștință de cauză.
9.
Cu toate acestea, atunci când prezentul Cod impune ca anumite informații să fie transmise clienților „personal”, acest lucru înseamnă că acestora le este transmisă sau trimisă o anumită formă de notificare, și că nu sunt informați printr-o comunicare generală sau printr-un anunț. O astfel de notificare ar putea să fie transmisă pe orice suport durabil precum scrisoare, email sau SMS sau printr-o metodă alternativă care să reflecte modul în care produsul sau serviciul este distribuit în mod obișnuit.

Secțiunea 1: Principii de bază

10.

În sprijinul bunei credințe și a probității profesionale, Aderenții acționează de o manieră imparțială și rezonabilă în toate relațiile cu clienții, respectând, cel puțin, toate standardele prevăzute în prezentul Cod, din care cele mai importante sunt indicate mai jos;

- a) Aderenții vor acorda credite de o manieră responsabilă.
- b) Clienții vor primi informații clare privind serviciile financiare, modul în care funcționează acestea, condițiile contractuale aplicabile și ratele dobânzii.
- c) Aderenții trebuie să încurajeze clienții potențiali să apeleze la consultanță juridică independentă pentru a putea înțelege pe deplin natura obligațiilor lor, precum și implicațiile potențiale ale deciziei pe care o iau.
- d) Aderenții se vor asigura că materialele publicitare și promoționale sunt corecte, clare și nu induc în eroare și că toți clienții primesc informații clare privind produsele și serviciile.
- e) Aderenții vor lua toate măsurile astfel încât informațiile privind modificarea ratei dobânzii, taxelor sau condițiilor contractuale, în cazul în care aceste modificări au un impact asupra clientului respectiv să ajungă într-un termen rezonabil la client pe cea mai accesibilă cale de comunicare agreată de Aderent și client.
- f) Aderenții vor da dovadă de o atitudine binevoitoare și pozitivă atunci când analizează dificultățile financiare ale clientului.
- g) Aderenții vor asigura un nivel bun al serviciilor pentru clienți.
- h) Informațiile cu caracter personal vor fi considerate confidențiale, potrivit acordurilor semnate cu clienții, iar Aderenții vor dezvolta sisteme informatice sigure și performante de prelucrare a acestora.
- i) Aderenții se vor asigura că personalul lor este instruit în legătură cu aplicarea prezentului Cod.
- j) Oferta financiară va fi prezentată de Aderenți conform opțiunii de rambursare a clientului.
- k) Aderenții vor asigura, pe cât posibil, servicii care să fie în concordanță cu cerințele clienților, iar dacă nu se încadrează în solicitările lor, vor oferi variantele alternative disponibile, în concordanță cu normele interne în vigoare ale Aderenților, cu produsele de creditare oferite la momentul respectiv de către aceștia și cu posibilitățile reale ale clienților.
- l) Răspunsul Aderenților la solicitarea clienților acestora va fi prompt, nu se vor solicita documente inutile și pe cât posibil, vor fi solicitate de la început toate documentele și informațiile necesare pentru a se evita cazurile în care clienții trebuie să revină pentru a mai aduce un document sau a mai furniza o informație.

Secțiunea 2: Comunicare și marketing

11.

Principiul de bază este să se asigure claritatea și corectitudinea comunicărilor, faptul că acestea nu induc în eroare și că informațiile corespunzătoare sunt furnizate clienților la momentul potrivit, pentru a le permite să ia decizii în cunoștință de cauză.

12.

Aderenții trebuie să se asigure că promoțiile financiare sunt în conformitate cu legislația aplicabilă privind publicitatea și cu codurile de practică din industria marketingului.

13.

Informațiile referitoare la promoții trebuie să indentifice în mod clar perioada pentru care este valabilă promoția.

Pentru promoțiile care se adresează clienților și sunt efectuate la distanță, Aderenții trebuie să respecte cerințele legislației aplicabile privind vânzarea la distanță.

14.

Informațiile precontractuale trebuie să fie puse la dispoziția clientului conform prevederilor legale. Informațiile precontractuale sunt valabile pe întreaga perioadă prevăzută de acestea, conform ofertei creditorului.

15.

Pentru a asigura că promoțiile și comunicările sunt clare, corecte și nu induc în eroare, Aderenții trebuie să țină seama de următoarele aspecte:

- a) prezentarea informațiilor într-un limbaj simplu și, dacă și ori de câte ori este posibil, evitarea utilizării limbajului tehnic sau juridic
- b) modul în care are loc comunicarea sau promovarea, de exemplu prin poștă, scrisoare, email, SMS, puncte de lucru sau internet, multi-media (TV, radio)
- c) tipul și complexitatea informațiilor prezentate, acțiunile clienților pe care informațiile respective le-ar putea determina, canalele prin care sunt accesibile informațiile
- d) formatul și conținutul corespunzător al comunicării, ținând seama grupul de clienți avut în vedere.

16.

Aderenții trebuie să obțină în prealabil acordul expres al clientului pentru a transmite numele și adresa clientului oricărei companii, inclusiv altor companii din grupul Aderentului, în scopuri de marketing.

17.

Există diferite metode acceptabile de obținere a acordului clientului. De exemplu, acesta poate fi exprimat printr-o clauză clară și explicită care să apară deasupra unei casete cu semnături sau inclus pe un formular de cerere, sau poate fi pusă la dispoziție o opțiune de formulare a unui răspuns pozitiv prin bifarea opțiunii printr-un 'click' într-o cerere disponibilă pe internet, sau posibilitatea de exprimare a unui răspuns pozitiv la o întrebare specifică adresată telefonic.

Telefoanele pot fi înregistrate cu mențiunea de a aduce la cunoștința clienților acest lucru.

18.

Aderenții pot informa clienții în legătură cu serviciile sau produsele altei companii, însă nicio informație confidențială privind clientul nu trebuie transmisă de către Aderent celeilalte companii, fără acordul clientului.

19.

Clienților trebuie să li se ofere ocazia de a renunța la opțiunea de a primi informațiile de marketing ale Aderentului.

20.

Cererile de credit / documentele prin care clientul își exprima acordul pentru prelucrarea datelor sale cu caracter personal, indiferent dacă sunt tipărite, disponibile pe internet, au forma unor întrebări formulate la telefon, sau alte informări prealabile, trebuie să cuprindă o secțiune, o întrebare sau un paragraf care să le permită clienților să își exprime opțiunea sau să includă însuși acordul clientului în legătură cu aceste „comunicări în scop de marketing”. Clientul are dreptul de a comunica în scris Aderenților refuzul său în legătură cu prelucrarea și stocarea datelor pentru activități de marketing sau pentru a fi transferate către terți în acest scop. Exemple ale activităților de marketing includ materiale transmise prin poștă, emailuri sau convorbiri telefonice sau SMS -uri.

21.

„Comunicări de marketing” înseamnă informații al căror scop este de a vinde servicii suplimentare. Cu toate acestea, punerea la dispoziție a informațiilor privind îmbunătățirea serviciilor sau disponibilitatea canalelor noi sunt excluse din această regulă, după cum sunt excluse și modificările datelor administrative, precum programul punctelor de lucru noi sau al serviciului de asistență telefonică.

22.

Aderenții trebuie să analizeze cu atenție dacă scopul unei comunicări cu clientul este operațional sau promoțional. Regulile privind informațiile standard de marketing trebuie să se aplice doar comunicării în scopuri promoționale.

Secțiunea 3: Biroul de Credit

23.

Atunci când clienții solicită un produs de creditare, Aderenții trebuie să îi informeze în ce situații pot să transmită datele clientului către Biroul de Credit și despre verificările pe care Aderenții le pot efectua folosind aceste date.

24.

Aderenții pot transmite Biroului de Credit informații privind datoriile unui client în cazul în care acesta înregistrează întârzieri la plată, cu respectarea termenelor stabilite de legislația în vigoare.

25.

Clienților trebuie să li se explice faptul că informațiile despre întârzierea la plată înregistrate în legătură cu persoana lor ar putea să le afecteze capacitatea de a obține credite în viitor. Clientului trebuie să i se transmită o notificare prealabilă despre intenția de dezvăluire a informațiilor privind neîndeplinirea obligațiilor de plată, cu cel puțin 15 zile înainte de dezvăluirea propriu-zisă. Semnificația acestei notificări este că respectivii clienți au la dispoziție 15 zile pentru a încerca să ramburseze suma sau să ajungă la o înțelegere cu Aderentul înainte ca informațiile privind neîndeplinirea obligațiilor de plată să fie transmise Biroului de Credit.

26.

Aderenții vor avea în vedere prevederile Deciziei nr. 105/2007 a Autorității Naționale pentru Supravegherea și Prelucrarea Datelor cu Caracter Personal.

27.

Cu acordul clientului, Aderenții pot să transmită informații privind derularea normală de zi cu zi a contractelor, inclusiv date pozitive. Aderenții sunt de acord că dezvăluirea oricărui alt tip de informații către Biroul de Credit se poate face doar cu acordul clientului.

28.

La cerere, Aderenții vor informa clienții despre posibilitatea de a obține o copie a informațiilor pe care Biroul de Credit le deține despre ei și vor informa clienții despre cum se pot obține aceste date.

Secțiunea 4: Evaluarea bonității clienților

29.

Înainte de a împrumuta orice sumă de bani; de a acorda o limită de credit pe cardul de credit, de a majora această limită sau de a acorda orice alt tip de credit, Aderenții trebuie să evalueze capacitatea clientului de rambursare a creditului.

Această evaluare trebuie să ia în considerare, după caz, informațiile de care dispune Biroul de Credit, la care se adaugă cel puțin unul dintre următoarele elemente:

- a) venitul și angajamentele financiare.
- b) istoricul comportamentului de plată.
- c) tehnicile de evaluare a riscului de credit (credit scoring).
- d) orice garanție reală sau personală pusă la dispoziție; și
- e) motivul pentru care clientul dorește să împrumute bani și pentru ce perioadă.

Evaluarea poate să includă, de asemenea, și alte verificări care nu au fost enumerate mai sus.

Pot exista segmente de clienți în cazul cărora utilizarea datelor de la Biroul de Credit nu este întotdeauna adecvată.

30.

Atunci când se evaluează capacitatea de rambursare a unui credit, iar creditul este aprobat doar dacă este luat în considerare venitul altei persoane, care are calitatea de codebitor, creditul trebuie acordat în mod normal în solidar.

Secțiunea 5: Carduri de credit

Informații precontractuale

31.

Informațiile puse la dispoziția clienților trebuie să fie clare, corecte și să nu inducă în eroare.

În cadrul informațiilor pre-contractuale, Aderenții trebuie să prezinte principalele caracteristici ale unui card de credit.

32.

Informațiile pre-contractuale trebuie să fie puse la dispoziția clientului înainte de încheierea contractului de credit de către acesta.

33.

Pentru aplicații pe internet, ar trebui să existe posibilitatea de a face click către o pagină care să conțină informații pre-contractuale.

34.

Aderenții trebuie să trimită unui client un instrument de plată doar în cazul în care acesta solicită unul sau pentru a înlocui instrumentul de plată pe care clientul îl deține deja.

Informații contractuale

35.

Înainte ca un client să încheie un contract pentru un card de credit, Aderenții trebuie să pună la dispoziție clientului informații privind următoarele aspecte:

- a) o explicație a modului în care se calculează și se percepe dobânda;
- b) rata dobânzii și cursul de schimb care se vor aplica, sau, în cazul în care urmează să fie folosite rate ale dobânzii și cursuri de schimb de referință, metoda de calcul pentru dobânda efectivă și data și indicele relevant sau baza pentru stabilirea ratei de referință a dobânzii sau cursului de schimb de referință;
- c) informațiile trebuie puse la dispoziție conform dispozițiilor legale și în acord cu opțiunea clientului înainte ca respectivul contract să devină opozabil clientului, fie în cazul în care este încheiat contractul folosind metode de comunicare la distanță, imediat după încheierea contractului;
- d) detalii privind modul în care plățile lunare se impută asupra oricărui sold existent în cadrul diferitelor tipuri de sume datorate;
- e) detalii privind comisioanele, inclusiv orice comision anual, taxă / dobândă pentru depășirea limitei de credit, taxă / dobândă pentru întârzierile în efectuarea plății lunare, taxe / comisioane pentru tranzacțiile efectuate în străinătate, comisioanele pentru utilizarea cardului la un ATM sau la ghiseul bancar, comisioanele pentru orice tranzacții echivalente în numerar, comisioanele pentru transferul soldului, comisioanele pentru refuzarea plăților din cauza insuficienței fondurilor și orice alte comisioane aplicabile;
- f) unde este cazul, trebuie explicată diferența între ceea ce înseamnă posesor de card principal și posesor de card suplimentar, de exemplu faptul că posesorul de card principal este responsabil pentru toate cheltuielile, inclusiv pentru cele efectuate de către posesorii de card suplimentari, precum și pentru toate rambursările pe cardul de credit;
- g) ratele dobânzii aplicabile diferitor tipuri de tranzacții și modalitățile în care clienții vor fi informați despre modificarea ratelor dobânzii; și
- h) detalii suficiente pentru a permite clienților să plătească la timp.

Codul PIN

36.

Aderenții trebuie să emită codul PIN al clientului separat de cardul acestora.



37.

Aderenții trebuie să permită clienților să poată solicita și să obțină modificarea codului PIN.

Ratele dobânzii

38.

Aderenții trebuie să pună la dispoziția clienților ratele dobânzilor aplicabile cardurilor de credit, prin una sau mai multe dintre metodele de mai jos:

- a) linie de asistență telefonică;
- b) site internet;
- c) anunțuri în punctele de lucru;
- d) e-mail;
- e) sms; sau
- f) informații oferite direct de către personalul Aderentului.

39.

Aderenții trebuie să informeze clienții în legătură cu modificarea ratei dobânzii la cardul de credit, conform regulilor legale care se aplică și condițiilor de creditare.

Limita de credit

40.

Înainte de a acorda clientului o limită de credit pe card sau de a majora limita existentă, Aderenții trebuie să verifice dacă respectivul client va avea capacitatea de a rambursa suma de bani respectivă.

41.

Aderenții trebuie să notifice clienții în cazul în care majorează limita de credit la cardul de credit și să le explice modul în care aceștia pot refuza majorarea.

42.

Clienții pot să contacteze Aderentul pentru reducerea limitei de creditare la cardul de credit sau să renunțe la opțiune de majorare a acestei limite.

43.

Clienții pot să solicite o majorare a limitei de credit la cardul de credit. Cererea trebuie analizată după ce Aderenții au făcut verificările corespunzătoare conform regulilor de mai sus.

44.

Procedura de analiză de risc va fi stabilită de către Aderent, conform legislației aplicabile.

45.

Majorările limitei cardului de credit nu trebuie acordate clienților a căror evaluare a riscului nu da rezultate corespunzătoare.



46.

În cazul în care Aderentul consideră adecvat, poate retrage dreptul clientului de a efectua trageri din limita de creditare sau poate reduce limita de creditare iar acesta trebuie să primească o comunicare în acest sens, conform prevederilor contractuale.

Extrase pentru cardurile de credit

47.

Aderenții trebuie să pună la dispoziția clienților un extras lunar pentru cardul de credit al acestora, cu excepția cazurilor în care contul are un sold zero și nu a fost folosit.

48.

Extrasul lunar va include informații privind tranzacțiile efectuate de la data ultimului extras, dobânda care se aplică, suma minimă de plata, precum și alte informații utile în conformitate cu legislația aplicabilă.

49.

Fiecare extras pentru cardul de credit trebuie să conțină detalii suficiente care să permită clienților să efectueze plățile la timp.

Rambursare

50.

Suma minimă care trebuie plătită în fiecare caz trebuie indicată în mod clar. Se acceptă ca această sumă minimă de plată să fie calculată ca procent al soldului reportat. De asemenea, sunt acceptate și alte metode pentru calculul sumei minime de plata.

51.

Aderenții pot să ofere posibilitatea de amânare a plăților și, în aceste cazuri, trebuie să explice în mod clar condițiile pentru acordarea acestei posibilități, precum și faptul că această opțiune poate fi respinsă de către client prin efectuarea în continuare a plăților.

Tranzacții neautorizate

52.

Dacă Aderentul a ajuns la concluzia că o tranzacție cu cardul de credit nu a fost autorizată de către client, dobânda percepută pentru această tranzacție va fi rambursată. Dobânda nu va fi rambursată în cazul în care clientul a acționat fraudulos sau din neglijență gravă.

53.

În cazul în care Aderentul nu poate demonstra că respectivul client a acționat într-o manieră frauduloasă sau din neglijență gravă, limita răspunderii sale pentru utilizarea eronată a cardului de credit va fi cea stabilită de legislația aplicabilă.

Secțiunea 6: Credite de consum garantate și negarantate

54.

Aderenții vor oferi clienților, în baza informațiilor de care dispun și pe cât posibil, cele mai potrivite tipuri de credite corespunzătoare situației financiare a clienților.

55.

Aderenții pot vinde mai multe produse simultan, atât timp cât respectă în ansamblu legislația aplicabilă pentru toate produsele.

56.

Aderenții vor folosi toate canalele de distribuție corespunzătoare pentru produsul vândut pentru a oferi clienților cele mai bune servicii posibile.

Garanții pentru credite de nevoi personale

57.

Informațiile financiare de bază privind sumele garantate trebuie puse la dispoziția terților care acordă garanții, înainte de semnarea contractului, pentru a putea evalua posibilitatea ca aceștia să fie obligați să plătească, atât timp cât s-a obținut acordul în acest sens al clientului și nu se încalcă normele de confidențialitate.

58.

În cazul în care terțul care oferă garanții solicită informații financiare confidențiale, cu excepția sumei garantate, precum detalii privind soldul, copii ale extraselor, etc. trebuie obținut mai întâi acordul clientului.

59.

În ceea ce privește garanțiile, Aderenții trebuie să informeze, de asemenea, terții asupra faptului că, prin oferirea garanțiilor este posibil să fie nevoiți să plătească în locul clientului sau în solidar cu clientul. De asemenea, Aderenții trebuie să informeze garantul în legătură cu limitele legale ale răspunderii sale, inclusiv despre adăugarea la sumele de plata a dobânzilor și comisioanelor aplicate după începerea executării.

Condiții Contractuale

60.

Fiecare produs financiar care prezintă unul sau mai multe elemente distincte, precum condițiile financiare, destinația creditului sau canalul de vânzare, reprezintă un tip diferit de credit.

61.

Cu excepția cazurilor în care acest lucru este imposibil, precum în cazul vânzării de credite la distanță, clienților trebuie să li se pună la dispoziție informații precontractuale și trebuie să fie încurajați să le citească.

Condițiile contractuale trebuie redactate într-un limbaj clar și inteligibil, iar redactarea acestora trebuie să fie echilibrată.

62.

Condițiile contractuale puse la dispoziția clientului în format tipărit trebuie redactate cu fontul Times New Roman 12’.

63.

Clienții trebuie să fie informați în privința modului în care vor fi notificați în legătură cu modificarea condițiilor contractuale atunci când devin clienți și să aibă posibilitatea de a-și exprima opțiunea în acest sens, după cum convin cu Aderentul.

Modificarea condițiilor contractuale

64.

Condițiile contractuale vor fi modificate, de regulă, prin semnarea unui Act adițional la acestea.

65.

Dacă Aderentul intenționează să modifice termenii și condițiile privind costurile clientului trebuie să i se transmită o notificare prealabilă (de exemplu, prin scrisoare, email, etc.) și să i se ofere posibilitatea de a accepta sau de a refuza propunerea Aderentului.

66.

Atunci când unui client i se oferă în același timp servicii de creditare și servicii de plată, se vor aplica ambele legislații împreună în toate privințele: informații pre-contractuale, condiții contractuale, costuri aplicabile, altele.

Secțiunea 7: Dificultăți financiare. Planuri de rambursare

67.

Aderenții trebuie să aibă o atitudine înțelegătoare și deschisă atunci când analizează dificultățile financiare ale unui client. Atunci când un Aderent află despre dificultățile financiare ale clientului, acesta trebuie să fie deschis la discutarea problemei.

68.

Clienții pot fi considerați în dificultate financiară atunci când venitul este insuficient pentru a-și îndeplini angajamentele financiare pe măsură ce devin scadente. Această situație poate fi rezultatul modificării stilului de viață, însoțită deseori de o reducere a veniturii disponibil și/sau creșterea cheltuielilor.

Contact proactiv

69.

Dacă, pe parcursul duratei de viață a creditului, Aderentul este sesizat de către client cu privire la faptul că acesta este posibil să se confrunte cu dificultăți financiare, este recomandat ca Aderentul să contacteze clientul pentru a prezenta succint modalitatea de abordare a dificultăților financiare din punctul său de vedere și pentru a încuraja clientul să contacteze Aderentul în cazul în care este îngrijorat în legătură cu situația în care se află.

70.

Dacă li se solicită acest lucru, Aderenții trebuie să furnizeze clienților informații privind procedurile de tratare a clienților aflați într-o situație financiară dificilă. Prin astfel de informații ar putea să fie explicate, de exemplu, principalele drepturi și obligații ale clienților, canalele aflate la dispoziția clienților pentru a comunica și a ajunge la o soluție pentru situația apărută, precum și să se facă apel la un departament specializat în colectarea debitelor, dacă este cazul.

71.

În cazul în care clientul solicită ca Aderentul să comunice cu el în această privință în scris sau prin e-mail și nu prin telefon, este indicat să se procedeze astfel atâta timp cât clientul continuă să coopereze și să mențină un dialog regulat.

Asistență de specialitate

72.

În cazul în care este evident pentru Aderent că respectivul client are nevoie de asistență de specialitate, acesta trebuie transferat imediat către o echipă de specialitate care lucrează cu clienți aflați în dificultăți financiare, în cazul în care există o astfel de echipă sau va fi contactat în cel mai scurt timp posibil de către personalul specializat al Aderentului. În unele cazuri, ar putea fi necesar să se facă transferul și către o societate specializată în colectarea debitelor.

Planuri de rambursare

73.

Este recomandat ca Aderentul să analizeze mai multe opțiuni împreună cu clientul. Pentru aceasta, clientul trebuie să dezvăluie Aderentului detalii privind venitul, cheltuielile, activul și pasivul, inclusiv (dacă este cazul) sumele datorate celorlalți creditori și orice alte informații solicitate de Aderent. Aceste informații vor fi folosite pentru elaborarea unui plan de rambursare a debitelor.

74.

Înțelegerile inițiale pentru rambursarea datoriilor ar trebui întocmite în scris sau într-un alt format durabil.

Acestea nu vor fi considerate întotdeauna planuri formale de rambursare a debitelor și sunt permise abateri dacă acest lucru este în interesul Aderenților și clienților.

Este recomandat ca Aderentul să accepte mici abateri de la planul de bază care să nu fie prevăzute în scris (de exemplu, înțelegerea de a accepta o rambursare într-o sumă mai mică pentru o săptămână), însă orice modificări care schimbă fundamental natura planului trebuie prevăzute în scris, dacă este posibil. În cazul în care, la alegerea Aderentului, planul include acordul pentru acceptarea unor rambursări de valoare mai mică, Aderentul trebuie să informeze clientul dacă acest lucru este considerat un caz de întârziere la plata și dacă informații în acest sens vor fi transmise Biroului de Credit.

75.

Planurile de rambursare încheiate între Aderenți și clienți pot să fie reanalizate în mod regulat. Este recomandat ca orice interval de analiză să fie convenit cu clientul, iar Aderenții ar trebui să modifice plățile de facut doar la sfârșitul perioadei de analiză sau în cazul în care situația



personală a clientului se modifică. Clientul trebuie să informeze Aderentul dacă a avut loc o schimbare în ceea ce privește situația sa personală.

Societați specializate în colectarea debitelor

76.

Atunci când selectează societăți terțe pentru colectarea debitelor, Aderenții trebuie să respecte un set minim de criterii de selecție în legătură cu respectarea de către primele a legislației privind protecția datelor personale și a legislației privind creditele de consum.

77.

Aderenții trebuie să depună toate eforturile pentru a asigura aplicarea, de către acești colectori de debite, a standardelor prezentului Cod pentru administrarea situației clienților aflați în dificultăți financiare.

78.

Aderenții trebuie să transmită informațiile complete pentru a le permite societăților de colectare a debitelor să recupereze debitele respective.

79.

Aderenții trebuie să dea dovadă de diligență atunci când selectează un terț pentru vânzarea debitelor. Orice contract nou trebuie să asigure respectarea de către terț a legislației privind protecția datelor, legislației privind creditele de consum și standardelor Codului pentru gestionarea dificultăților financiare, chiar dacă cumpărătorul debitelor nu este un Aderent. Aderentul va informa terțul în legătură cu orice înțelegeri anterioare realizate cu clientul.

80.

În cazul în care un client a notificat formal un Aderent asupra faptului că dorește întocmirea unui plan pentru restructurarea debitelor sale restante și a prezentat documentele justificative care să susțină această cerință, se recomandă Aderentului să suspende activitatea de colectare în perioada în care continuă discuțiile în acest sens, cu condiția ca acestea să fie finalizate în termen de 30 de zile. În cazul încheierii și semnării de către părți a unui plan pentru restructurarea debitelor, Aderentul va suspenda activitatea de colectare pentru perioada în care îndeplinirea obligațiilor de către client se realizează conform înțelegerii părților.

Comunicarea cu clienții

81.

Ori de câte ori este posibil, comunicările cu clienții ar trebui să ia în considerare și să reflecte orice discuții anterioare. Aderenții trebuie să fie deschiși să comunice cu clienții prin telefon, poștă, email sau fax.

82.

Aderenții trebuie să pună la dispoziție un număr de telefon dedicat la care clientul va putea contacta persoana desemnată sau echipa care se ocupă de cazurile de dificultăți financiare.

83.

Atunci când clientul nu își îndeplinește obligațiile de plată și nu răspunde la încercările Aderentului de a-l contacta sau furnizează un număr de telefon care nu este valid/actual, Aderentul poate să contacteze și terțe persoane, soluție justificată de interesul legitim al acestuia în a-și recupera debitele.

Proceduri de recuperare a debitelor

84.

În cazul în care clientul nu cooperează cu Aderentul, înseamnă că nu poate fi elaborat niciun plan de restructurare a debitelor restante, iar Aderentul poate să continue procedurile normale de recuperare a debitelor. Lipsa cooperării înseamnă lipsa unui răspuns la încercările Aderentului de a contacta clientul, solicitările nerezonabile formulate de către client, de exemplu solicitarea ca datoria să fie anulată sau rambursată pe o perioadă de timp foarte lungă, chiar dacă respectivul client și-ar permite să efectueze rambursări rezonabile.

85.

Este recomandat ca Aderentul să ia în considerare orice alte credite pe care clientul le-a contractat de la Aderent, în cazul în care mai există datorii în legătură cu acestea. În plus, dacă un client dispune de active a căror posibilitate de vânzare poate fi anticipată în mod rezonabil pentru reducerea datoriilor existente, Aderentul poate solicita clientului să aibă în vedere această opțiune. Este recomandat ca Aderentul să îi permită clientului să rămână cu sume de bani suficiente pentru acoperirea cheltuielilor zilnice rezonabile, ținând seama de situația individuală. Aderenții nu vor hărțui clienții și nu vor face presiuni necuvenite atunci când discută problemele acestora.

Secțiunea 8: Servicii pentru clienți

86.

Toți Aderenții trebuie să dispună de un set de proceduri interne pentru gestionarea reclamațiilor și comunicărilor provenite de la clienți, iar personalul care lucrează cu clienții trebuie să știe care sunt aceste proceduri. Procedurile trebuie să fie clare și bine definite.

87.

Detalii privind procedurile interne trebuie transmise clienților care doresc să facă o reclamație, cu condiția ca Aderentul să considere această dezvăluire a informațiilor adecvată.

88.

De asemenea, Clientul trebuie să fie informat asupra posibilității de transmitere a reclamației către Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorului.

89.

Pentru a îmbunătăți înțelegerea de către clienți a produselor de creditare și pentru a reduce numărul de reclamații posibile, Aderenții se vor implica în activități de educare financiară.

Secțiunea 9: Implementarea și monitorizarea Codului



90.

Prezentul Cod trebuie considerat parte a documentelor statutare ale ALB și trebuie tratat ca atare.

Responsabilitatea Aderenților este să se asigure că orice terț sau agent care acționează în numele lor respectă Codul în legătură cu orice produse sau servicii care intră sub incidența acestuia.

Aderenții trebuie să pună la dispoziția clienților informații asupra faptului că Aderentul respectă Codul. Aceste informații vor fi puse la dispoziția clienților cel puțin printr-un link către versiunea Codului pe site-ul de internet al Aderentului și, în funcție de opțiunea Aderentului, se vor face trimiteri la Cod în cadrul documentelor de creditare.

91.

Aderenții trebuie să desemneze un Ofițer de Conformitate cu Codul care poate fi persoană de contact pentru completarea declarației de conformitate anuale.

Prezentul Cod se semnează astăzi 17.11.2011 de către toți membrii industriei creditului de consum din cadrul ALB și de către reprezentantul ALB în 8 exemplare în limba română și 8 exemplare în limba engleză, câte unul pentru fiecare parte semnatară

1. S.C. BRD Finance IFN S.A _____
2. S.C. Cetelem IFN S.A _____
3. S.C. EFG Retail Services IFN S.A _____
4. S.C. Provident Financial Services IFN S.A _____
5. S.C. TBI Credit IFN S.A. _____
6. S.C. Ralfi IFN S.A. _____
7. S.C. Unicredit Consumer Financing IFN S.A _____
8. Asociația Societăților Financiare – ALB România _____

Prezentul Cod intră în vigoare începând cu data de 01.05.2012.