



Σύσταση του Συμβουλίου σχετικά με τις Αρχές για την προστασία του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών

Ανεπίσημη μετάφραση

ΟΟΣΑ Νομικά Κείμενα



Το παρόν κείμενο δημοσιεύεται υπό την ευθύνη του Γενικού Γραμματέα του ΟΟΣΑ. Αναπαράγει Νομικό Κείμενο του ΟΟΣΑ και ενδέχεται να περιέχει επιπρόσθετο υλικό. Οι απόψεις που εκφράζονται και τα επιχειρήματα που χρησιμοποιούνται στο επιπρόσθετο υλικό δεν αντανakλούν κατ' ανάγκη τις επίσημες απόψεις των χωρών μελών του ΟΟΣΑ.

Το παρόν κείμενο, καθώς και όλα τα δεδομένα ή οι χάρτες που περιέχονται σε αυτό, παρουσιάζονται με την επιφύλαξη του καθεστώτος ή της εδαφικής κυριαρχίας, οριοθέτησης διεθνών συνόρων και ορίων και της ονομασίας οποιου(ας)δήποτε εδάφους, πόλης ή περιοχής.

Το παρόν διατίθεται δωρεάν. Επιτρέπεται η αναπαραγωγή και διανομή δωρεάν χωρίς περαιτέρω έγκριση με την προϋπόθεση να μην τροποποιηθεί με κανέναν τρόπο. Δεν επιτρέπεται η πώλησή του.

Το παρόν αποτελεί ανεπίσημη μετάφραση. Παρά τις προσπάθειες που καταβλήθηκαν, ώστε να διασφαλιστεί η αντιστοιχία της μετάφρασης με τα πρωτότυπα κείμενα, τα μόνα επίσημα κείμενα παραμένουν τα πρωτότυπα αγγλικά και γαλλικά που βρίσκονται διαθέσιμα στον ιστότοπο του ΟΟΣΑ <https://legalinstruments.oecd.org>.

Το Συμβούλιο,

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ το άρθρο 5 β) της Σύμβασης για τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης της 14^{ης} Δεκεμβρίου 1960;

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τις Αρχές για την προστασία του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών (εφεξής «οι Αρχές»), που αρχικά επικυρώθηκαν από τους ηγέτες της G20 στις 3-4 Νοεμβρίου 2011 και υιοθετήθηκαν με τη μορφή Σύστασης από το Συμβούλιο του ΟΟΣΑ στις 17 Ιουλίου 2012, καθώς και την επικαιροποιημένη εκδοχή τους που εγκρίθηκε από τους ηγέτες της G20 στις 15-16 Νοεμβρίου 2022 και ενσωματώθηκαν στην παρούσα Σύσταση;

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τα πρότυπα που αναπτύχθηκαν από τον ΟΟΣΑ στους τομείς της προστασίας και πολιτικής για τους καταναλωτές, χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού, καταναλωτικής πίστης, αποτελεσματικής χρηματοοικονομικής ρύθμισης και εταιρικής διακυβέρνησης;

ΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΥΠΟΨΗ τις εργασίες και τα πρότυπα άλλων διεθνών οργανισμών και fora για την προστασία του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, και ειδικότερα τις ενέργειες της G20 και του Συμβουλίου Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας;

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ ότι η ενσωμάτωση των πολιτικών προστασίας του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε ρυθμιστικά και εποπτικά πρότυπα θα ενισχύσει τη χρηματοπιστωτική σταθερότητα, θα αντιμετωπίσει καταστάσεις ασυμμετρίας πληροφόρησης και θα διασφαλίσει ότι οι καταναλωτές αντιμετωπίζονται δίκαια και προστατεύονται επαρκώς από ζημιές;

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ ότι η εμπιστοσύνη και η βεβαιότητα είναι σημαντικά για την ορθή λειτουργία του χρηματοπιστωτικού συστήματος και ότι οι καταναλωτές θα πρέπει να είναι ενήμεροι, ασφαλείς και εξασφαλισμένοι στις συναλλαγές τους με παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και τους διαμεσολαβητές τους;

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ τη σημασία και την ανάγκη οι άνθρωποι να έχουν πρόσβαση σε ποιοτικά χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες και να είναι ενσωματωμένοι στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, καθώς και τη διασύνδεση της προστασίας του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών με τη χρηματοοικονομική του ένταξη και τον χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό (για παράδειγμα πολιτικές για τον καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών) για την υποστήριξη της χρηματοοικονομικής ανθεκτικότητας και ευημερίας των μεμονωμένων ατόμων, οικογενειών και κοινωνιών;

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ τον ρόλο των πολιτικών προστασίας του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε συνδυασμό με θέματα χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού και ένταξης για την ενίσχυση δικαιότερης, πιο βιώσιμης και ενταξιακής ανάπτυξης και σταθερότητας του χρηματοπιστωτικού συστήματος;

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ ότι ορισμένοι καταναλωτές μπορεί να βιώνουν ευάλωτες καταστάσεις σε σχέση με χρηματοοικονομικές συναλλαγές ή κινδύνους όπως απάτες ή άλλες παρανομίες λόγω συνδυασμού προσωπικών χαρακτηριστικών (για παράδειγμα ανικανότητα, ηλικία, φύλο, χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, ή χαμηλή γλωσσική επάρκεια), προκαταλήψεων

συμπεριφοράς (για παράδειγμα υπερβολική αυτοπεποίθηση, όγκος πληροφοριών, παρορμητικότητα, και γνωστικοί περιορισμοί) και συνθηκών αγοράς (για παράδειγμα ανεργία);

ΣΚΕΠΤΟΜΕΝΟ τα μαθήματα από τις επιπτώσεις της πανδημίας του COVID-19 στους καταναλωτές χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, τις τάσεις και τις εξελίξεις με επιπτώσεις για τους καταναλωτές όπως ψηφιοποίηση και βιώσιμη χρηματοδότηση και την ανάγκη διασφάλισης ότι οι Αρχές καλύπτουν μελλοντικές εξελίξεις και συνεχίζουν να αποτελούν βέλτιστη πρακτική.

Με την πρόταση της Επιτροπής για τις Χρηματοοικονομικές Αγορές (Committee on Financial Markets):

I. ΣΥΜΦΩΝΕΙ ότι τα ακόλουθα οριζόντια θέματα είναι σχετικά για την αξιολόγηση και/ή εφαρμογή καθεμιάς από όλες τις Αρχές, που αναφέρονται ακολούθως:

- Η **χρηματοοικονομική ευημερία** των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών¹ και η ανθεκτικότητά τους. Πολιτικές προστασίας του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει να συμβάλλουν στη συνολική χρηματοοικονομική ευημερία και χρηματοοικονομική ανθεκτικότητα από τους καταναλωτές².
- Ο αντίκτυπος, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι **της ψηφιοποίησης και της τεχνολογικής προόδου** για τους καταναλωτές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Αυτό περιλαμβάνει την εξέταση των τρόπων με τους οποίους οι καταναλωτές αλληλεπιδρούν ολοένα και περισσότερο με ψηφιακά χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων κρυπτοστοιχείων και ψηφιακών νομισμάτων, τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε ψηφιακό περιβάλλον, τον αντίκτυπο της μεγαλύτερης χρήσης τεχνητής νοημοσύνης, την τεχνολογία μηχανικής μάθησης και τους αλγόριθμους.
- Ο αντίκτυπος, οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι της **βιώσιμης χρηματοδότησης** για τους καταναλωτές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Αυτό περιλαμβάνει το γεγονός ότι οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ενσωματώνουν ολοένα και περισσότερο περιβαλλοντικούς, κοινωνικούς και διακυβέρνησης (ESG) και άλλους παράγοντες που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα στις λειτουργίες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και την αυξανόμενη ζήτηση των καταναλωτών για τέτοια προϊόντα.

II. ΣΥΝΙΣΤΑ τα Μέλη και τα μη Μέλη που έχουν συμμορφωθεί με την παρούσα Σύσταση (εφεξής οι «Συμμορφωθέντες») να λαμβάνουν δεόντως υπόψη και να εφαρμόζουν τις Αρχές, οι οποίες παρατίθενται παρακάτω, σε επίπεδο κυβέρνησης, εποπτικού οργάνου και παρόχου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών:

Αρχή 1 : Νομικό, Ρυθμιστικό και Εποπτικό Πλαίσιο

1. Η προστασία των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του νομικού, ρυθμιστικού και εποπτικού πλαισίου, θα πρέπει να καλύπτει συνολικά όλους τους τύπους χρηματοοικονομικών

προϊόντων και υπηρεσιών και θα πρέπει να αντικατοπτρίζει την ποικιλομορφία των εθνικών συνθηκών και τις παγκόσμιες αγορές, καθώς και τις ρυθμιστικές εξελίξεις στον χρηματοπιστωτικό τομέα.

2. Η κανονιστική ρύθμιση θα πρέπει να αντικατοπτρίζει με αναλογικό τρόπο τα χαρακτηριστικά, τους τύπους, τους κινδύνους και την ποικιλία των χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, των παρόχων και των καταναλωτών. Η κανονιστική 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 διαύλους παράδοσης. Θα πρέπει να αναπτυχθούν προσεγγίσεις για την αντιμετώπιση των νέων διαύλων παράδοσης χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών όπως, μεταξύ άλλων, της παράδοσης μέσω ψηφιακής διανομής, οι οποίες παράλληλα θα διατηρούν τα πιθανά οφέλη αυτών των διαύλων για τους καταναλωτές. Θα πρέπει να υπάρχουν ισχυροί και αποτελεσματικοί νομικοί και δικαστικοί ή εποπτικοί μηχανισμοί για την προστασία των καταναλωτών και την επιβολή κυρώσεων για ανάρμοστη συμπεριφορά, χρηματοοικονομικές απάτες, καταχρήσεις και ζημιές που προκαλούνται από αμέλεια.
3. Το νομικό, ρυθμιστικό και εποπτικό πλαίσιο θα πρέπει να παρέχει στις ρυθμιστικές και τις εποπτικές αρχές κατάλληλη ρυθμιστική εργαλειοθήκη η οποία να είναι ευέλικτη, ώστε να μπορούν να προσαρμόζονται στους αναδυόμενους κινδύνους κατά περίπτωση, συμπεριλαμβανομένων των μεταβολών στη ρυθμιστική περίμετρο. Όπου είναι σκόπιμο για τη συμπλήρωση των προσεγγίσεων που σχετίζονται με τη συμπεριφορά και τις διαδικασίες, το πλαίσιο θα μπορούσε να περιλαμβάνει την προώθηση κατάλληλων αποτελεσμάτων ώστε να συμβάλλουν στη χρηματοοικονομική τους ευημερία.
4. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές³ θα πρέπει να τυγχάνουν κατάλληλης και αναλογικής ρύθμισης ή/και εποπτείας, λαμβανομένων υπόψη των σχετικών προσεγγίσεων για τις υπηρεσίες και τον τομέα.
5. Όταν αναπτύσσονται ή αναθεωρούνται πολιτικές που σχετίζονται με την προστασία και την εκπαίδευση των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, θα πρέπει να ζητείται η γνώμη των σχετικών μη κυβερνητικών φορέων, μεταξύ άλλων του τομέα (συμπεριλαμβανομένων των μικρών επιχειρήσεων) και των οργανώσεων καταναλωτών, των επαγγελματικών φορέων και των ερευνητικών κοινοτήτων. Η πρόσβαση των σχετικών ενδιαφερομένων και ιδίως των οργανώσεων καταναλωτών στις εν λόγω διαδικασίες θα πρέπει να διευκολυνθεί και να ενισχυθεί.

Αρχή 2 : Ο Ρόλος των Εποπτικών Οργάνων

6. Θα πρέπει να υπάρχουν εποπτικά όργανα (ειδικά ή μη) ρητά υπεύθυνα για την

προστασία των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και με την απαραίτητη εξουσία για την εκπλήρωση των εντολών τους. Τα όργανα αυτά θα πρέπει να διαθέτουν σαφείς και αντικειμενικά καθορισμένες αρμοδιότητες και κατάλληλη διακυβέρνηση, λειτουργική ανεξαρτησία, διαδικασίες λογοδοσίας για τις δραστηριότητές τους, επαρκείς εξουσίες, πόρους και ικανότητες, καθορισμένο, αποτελεσματικό και διαφανές πλαίσιο επιβολής κυρώσεων, καθώς και σαφείς και συνεπείς ρυθμιστικές διαδικασίες. Τα εποπτικά όργανα θα πρέπει να τηρούν υψηλά επαγγελματικά πρότυπα, μεταξύ αυτών κατάλληλα πρότυπα για την προστασία του απορρήτου των πληροφοριών για καταναλωτές και των ιδίων πληροφοριών και την αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων.

7. Τα εποπτικά όργανα θα πρέπει να διαθέτουν την ικανότητα, την ευελιξία και το κατάλληλο φάσμα εργαλείων και εξουσιών για να φέρουν εις πέρας τον ρόλο τους. Αυτό μπορεί να σημαίνει προσαρμογή της παρακολούθησης της αγοράς, για παράδειγμα σε σχέση με τεχνολογικές εξελίξεις ή εξελίξεις όσον αφορά τη βιώσιμη χρηματοδότηση ή την αρμοδιότητα παρέμβασης σε συγκεκριμένα προϊόντα υψηλού κινδύνου για την προστασία των καταναλωτών από ζημίες κατά περίπτωση. Τα εποπτικά όργανα θα πρέπει να αξιολογούν τακτικά την αποτελεσματικότητα των εργαλείων εποπτείας και των μηχανισμών επιβολής της νομοθεσίας. Μεταξύ των αποτελεσματικών μηχανισμών επιβολής της νομοθεσίας μπορεί να περιλαμβάνονται, για παράδειγμα, ποινές, κυρώσεις, ανάκληση άδειας, διαφοροποιήσεις στις άδειες πραγματοποίησης συναλλαγών, δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων της επιβολής, αποζημίωση, αποκατάσταση και άλλοι τρόποι αποκατάστασης.
8. Η προσέγγιση εποπτείας θα πρέπει να διασφαλίζει ότι οι πολιτικές, οι ρυθμιστικές και εποπτικές ενέργειες που προωθούν τη χρηματοοικονομική καινοτομία, τη σταθερότητα, την ακεραιότητα, την ένταξη ή άλλους στόχους λαμβάνουν δεόντως υπόψη τις συνέπειές τους στην προστασία των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και στα αποτελέσματα για τους καταναλωτές.
9. Θα πρέπει να προωθηθεί η συνεργασία με άλλες εποπτικές αρχές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, καθώς και μεταξύ αρχών ή υπηρεσιών που είναι αρμόδιες για τομεακά θέματα. Θα πρέπει να ενθαρρυνθούν, κατά περίπτωση, ισότιμοι όροι ανταγωνισμού μεταξύ χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών. Θα πρέπει επίσης να ενθαρρυνθεί η διεθνής συνεργασία μεταξύ εποπτικών οργάνων, ενώ ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί σε ζητήματα προστασίας των καταναλωτών που προκύπτουν από διεθνείς συναλλαγές, συμπεριλαμβανομένων των διασυνοριακών πληρωμών, των πρακτικών προώθησης και των πωλήσεων, καθώς και των κινδύνων που προκύπτουν από την ψηφιοποίηση και την αυτοματοποίηση χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Αρχή 3 : Πρόσβαση και Ένταξη

10. Οι κυβερνήσεις, τα εποπτικά όργανα, οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να υποστηρίζουν την πρόσβαση των καταναλωτών σε χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες και στη χρήση τους όπου είναι δυνατόν και να προωθούν ένα χρηματοπιστωτικό σύστημα χωρίς αποκλεισμούς. Η επίτευξη αυτών των στόχων απαιτεί τόσο την αντιμετώπιση των εμποδίων που εμποδίζουν την πρόσβαση των καταναλωτών σε χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες και τη χρήση αυτών στο πλαίσιο του επίσημου, ρυθμιζόμενου χρηματοπιστωτικού συστήματος, όσο και τη διασφάλιση της ένταξης και της παραμονής των καταναλωτών στο χρηματοπιστωτικό σύστημα⁴. Για να το υποστηρίξουν τον στόχο αυτό, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και τα όργανα εποπτείας θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης στόχων χρηματοοικονομικής ένταξης και προστασίας των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών σε πολιτικές και στρατηγικές που σχετίζονται με την καινοτομία.
11. Οι κυβερνήσεις, οι εποπτικοί φορείς και οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει να αξιοποιήσουν την ψηφιοποίηση κατά περίπτωση, συμπεριλαμβανομένης της αξιοποίησης διαλειτουργικών συστημάτων. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι οι καταναλωτές ενδέχεται να έχουν διαφορετικές ανάγκες και επίπεδα ψηφιακών δεξιοτήτων που επηρεάζουν τόσο την πρόσβαση σε χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες όσο και τη χρήση τους, για παράδειγμα, η πρόσβαση σε μετρητά και οι παραδοσιακές μορφές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ενδέχεται να είναι σημαντικοί παράγοντες για ορισμένους καταναλωτές.

Αρχή 4 : Χρηματοοικονομικός Αλφαριθμητισμός και Ευαισθητοποίηση

12. Ο χρηματοοικονομικός αλφαριθμητισμός⁵ και η ευαισθητοποίηση θα πρέπει να προωθηθούν από όλους τους σχετικούς φορείς ως μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής για τη χρηματοοικονομική ένταξη ή/και τον αλφαριθμητισμό. Θα πρέπει να αναπτυχθούν κατάλληλοι μηχανισμοί για να βοηθήσουν τους καταναλωτές να αποκτήσουν τις γνώσεις, τις δεξιότητες, τις συμπεριφορές και τις στάσεις που θα τους επιτρέπουν να ενημερώνονται, να κατανοούν τους κινδύνους και τις ευκαιρίες, να κάνουν συνειδητές επιλογές, να γνωρίζουν πού να απευθυνθούν για βοήθεια και να αναλαμβάνουν αποτελεσματική δράση για να υποστηρίξουν τη χρηματοοικονομική ευημερία και την ανθεκτικότητά τους. Οι εν λόγω μηχανισμοί μπορούν επίσης να συμβάλλουν στη βελτίωση των δεξιοτήτων ψηφιακού χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού, στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τους κινδύνους ψηφιακής ασφάλειας και στην προώθηση ασφαλών διαδικτυακών και ψηφιακών συναλλαγών.

13. Τα προγράμματα χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού, συμπεριλαμβανομένης της σαφούς και έγκαιρης πληροφόρησης για την προστασία, τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις 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 που αντιμετωπίζουν ευπάθεια.
14. Λαμβανομένων υπόψη των εθνικών συνθηκών, τα προγράμματα χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού και ευαισθητοποίησης θα πρέπει να παρέχονται μέσω ποικίλων και κατάλληλων διαύλων, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών διαύλων κατά περίπτωση. Τα προγράμματα χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού θα πρέπει να ξεκινούν από μικρή ηλικία, να είναι προσβάσιμα σε όλα τα στάδια της ζωής και να περιλαμβάνουν μηχανισμούς αξιολόγησης και βελτίωσης της αποτελεσματικότητάς τους. Επιπλέον, θα πρέπει να συλλέγονται συγκρίσιμες πληροφορίες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο σχετικά με τον χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό και την ευαισθητοποίηση προκειμένου να αξιολογείται και να ενισχύεται η αποτελεσματικότητα των προσεγγίσεων σχετικά με τον χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό. Όλοι οι σχετικοί φορείς θα πρέπει να ενθαρρυνθούν να εφαρμόζουν τις διεθνείς αρχές, τις κατευθυντήριες γραμμές και μεθοδολογίες για τον χρηματοοικονομικό αλφαριθμητισμό που αναπτύχθηκαν από το διεθνές δίκτυο του ΟΟΣΑ για τη χρηματοοικονομική εκπαίδευση (INFE).

Αρχή 5 : Ανταγωνισμός

15. Θα πρέπει να προωθηθεί η δημιουργία δίκαιων, αποτελεσματικών και ανταγωνιστικών αγορών που θα παρέχουν στους καταναλωτές περισσότερες επιλογές μεταξύ χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών, να ασκηθεί ανταγωνιστική πίεση στους παρόχους ώστε να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε ανταγωνιστικές τιμές, να ενισχυθεί η καινοτομία, να προωθηθεί η ένταξη και να διατηρηθεί η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να επιδιώκουν να διασφαλίσουν ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των παρόχων επιτυγχάνει αυτούς τους στόχους χωρίς να διακυβεύονται τα αποτελέσματα για τους καταναλωτές. Οι καταναλωτές θα πρέπει να μπορούν να αναζητούν, να συγκρίνουν, να ανταλλάσσουν δεδομένα και, κατά περίπτωση, να μεταβαίνουν εύκολα από ένα προϊόν σε άλλο ή από έναν πάροχο σε άλλον και με εύλογο και εκ των προτέρων γνωστό κόστος, για παράδειγμα αξιοποιώντας διαλειτουργικά συστήματα.

Αρχή 6 : Ισότητα και Δίκαιη Μεταχείριση των Καταναλωτών

16. Όλοι οι καταναλωτές χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει να τυγχάνουν ισότητας, ειλικρινούς και δίκαιης μεταχείρισης σε όλα τα στάδια της σχέσης τους με τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η δίκαιη μεταχείριση των καταναλωτών θα πρέπει να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της χρηστής διακυβέρνησης και της εταιρικής νοοτροπίας όλων των παρόχων

χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και των χρηματοοικονομικών διαμεσολαβητών. Η αυξημένη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας για την υποστήριξη της λήψης αποφάσεων από τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών δεν θα πρέπει να οδηγεί σε ακατάλληλα ή μεροληπτικά αποτελέσματα για τους καταναλωτές.

17. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να αποδίδεται στη μεταχείριση των καταναλωτών που ενδέχεται να αντιμετωπίζουν ευπάθεια. Οι προσεγγίσεις μπορεί να λαμβάνουν υπόψη ότι η ευπάθεια των καταναλωτών μπορεί να εκδηλώνεται με διάφορους τρόπους και σε διαφορετικές περιστάσεις, καθώς και ότι μπορεί να οφείλεται σε έναν συνδυασμό προσωπικών χαρακτηριστικών, οικονομικών καταστάσεων και συνθηκών της αγοράς. Οι προσεγγίσεις θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, την παροχή αμερόληπτων συμβουλών για χρέη καταναλωτών που αντιμετωπίζουν χρηματοοικονομικές δυσχέρειες λόγω υπερχρέωσης.

Αρχή 7 : Γνωστοποίηση και Διαφάνεια

18. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να παρέχουν στους καταναλωτές βασικές πληροφορίες σχετικά με τα θεμελιώδη πλεονεκτήματα, τους κινδύνους και τους όρους του προϊόντος, συμπεριλαμβανομένων των διασυνωριακών πληρωμών και άλλων συναλλαγών και ανεξάρτητα από τον δίαυλο διανομής. Θα πρέπει επίσης να παρέχουν πληροφορίες για συγκρούσεις συμφερόντων που σχετίζονται με τους χρηματοοικονομικούς διαμεσολαβητές μέσω των οποίων πωλείται το προϊόν⁶.
19. Ειδικότερα, θα πρέπει να παρέχονται κατάλληλες πληροφορίες για ουσιώδεις πτυχές του χρηματοοικονομικού προϊόντος σε όλα τα στάδια της σχέσης με τον καταναλωτή. Όλο το διαφημιστικό υλικό που αφορά χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες πρέπει να είναι ακριβές, ειλικρινές, κατανοητό, διαφανές και να μην έχει παραπλανητικό περιεχόμενο. Θα πρέπει να υιοθετούνται κατά περίπτωση τυποποιημένες προσυμβατικές πρακτικές γνωστοποίησης (π.χ. έντυπα) και να καθίστανται δυνατές οι συγκρίσεις μεταξύ προϊόντων και υπηρεσιών ίδιας φύσης. Θα πρέπει να αναπτυχθούν ειδικοί μηχανισμοί γνωστοποίησης για την παροχή πληροφοριών -μεταξύ των οποίων πιθανές προειδοποιήσεις- με γνώμονα την πολυπλοκότητα και την επικινδυνότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών. Η χρήση ψηφιακών διαύλων μπορεί να προσφέρει καινοτόμες ευκαιρίες συμμετοχής των καταναλωτών μέσω της γνωστοποίησης πληροφοριών με χρήση διαφορετικών μορφότυπων.
20. Όπου είναι δυνατόν, θα πρέπει να διεξάγεται έρευνα μεταξύ των καταναλωτών και να αξιοποιούνται στοιχεία συμπεριφοράς που θα συμβάλουν στον προσδιορισμό και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των απαιτήσεων γνωστοποίησης, λαμβάνοντας υπόψη τους περιορισμούς που ενέχει η γνωστοποίηση καθαυτή όσον αφορά τη διασφάλιση της κατανόησης και της συμμετοχής των καταναλωτών. Η βελτιωμένη διαφάνεια μπορεί να βοηθήσει τους καταναλωτές να κάνουν πιο τεκμηριωμένες επιλογές και να ενθαρρύνουν τα χρηματοοικονομικά

ιδρύματα να αντιμετωπίζουν αυτούς τους παράγοντες. Για παράδειγμα, καθώς η βιώσιμη χρηματοδότηση καθίσταται ολοένα και πιο σημαντική για τους καταναλωτές και τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, η διαφάνεια σχετικά με τη μεθοδολογία είναι ιδιαίτερα σημαντική προκειμένου οι καταναλωτές να κατανοήσουν τις επενδύσεις τους και να αντιμετωπίσουν τον κίνδυνο «προβολής ψευδοοικολογικής ταυτότητας» (greenwashing) ⁷.

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

Αρχή 8 : Ποιοτικά Χρηματοοικονομικά Προϊόντα

22. Ποιοτικά χρηματοοικονομικά προϊόντα είναι εκείνα που έχουν σχεδιαστεί για να ικανοποιούν τα συμφέροντα και τους στόχους των καταναλωτών-στόχων και να συμβάλλουν στη χρηματοοικονομική τους ευημερία. Θα πρέπει να υπάρχει κατάλληλη εποπτεία και διακυβέρνηση των προϊόντων από τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και, κατά περίπτωση, από τους χρηματοοικονομικούς διαμεσολαβητές, ώστε να διασφαλίζεται ο σχεδιασμός και η διανομή ποιοτικών χρηματοοικονομικών προϊόντων. Για την επίτευξη του στόχου αυτού ενδέχεται να χρειαστεί, μεταξύ άλλων, η θέσπιση απαιτήσεων που θα αφορούν κατάλληλα συστήματα για τον σχεδιασμό, την έγκριση, τη διαχείριση και την παρακολούθηση των χρηματοοικονομικών προϊόντων καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους, ώστε να διασφαλίζεται ότι ικανοποιούν τα συμφέροντα και τους στόχους των καταναλωτών και ότι, ως εκ τούτου, συμβάλλουν στη χρηματοοικονομική τους ευημερία σύμφωνα με τον σχεδιασμό των εν λόγω προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και των σχετικών ρυθμιστικών απαιτήσεων.
23. Προκειμένου να προωθήσουν ποιοτικά χρηματοοικονομικά προϊόντα που προσφέρουν αξία στους καταναλωτές, οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ενδέχεται να χρειαστεί να προσδιορίσουν την αγορά-στόχο για το εκάστοτε χρηματοοικονομικό προϊόν, να διεξαγάγουν έρευνα και να εξετάσουν στοιχεία συμπεριφοράς για την κατανόηση της αγοράς-στόχου και, ανάλογα με τον τύπο ή την πολυπλοκότητα και τον κίνδυνο του προϊόντος, να πραγματοποιήσουν δοκιμές πριν από την κυκλοφορία του προϊόντος.

Αρχή 9 : Υπεύθυνη Επιχειρηματική Συμπεριφορά και Νοοτροπία των Παρόχων Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών και των Χρηματοοικονομικών Διαμεσολαβητών

24. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να έχουν σαν σκοπό να εργάζονται προς το βέλτιστο συμφέρον των καταναλωτών και να είναι υπεύθυνοι για τη διαφύλαξη της προστασίας των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών θα πρέπει επίσης να είναι υπεύθυνοι και υπόλογοι για τις ενέργειες των χρηματοοικονομικών διαμεσολαβητών τους.
25. Η συμπεριφορά και η νοοτροπία των παρόχων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και των διαμεσολαβητών τους θα πρέπει να συνάδουν με την προώθηση της δίκαιης μεταχείρισης των καταναλωτών και την επίτευξη κατάλληλων αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές, τα οποία συμβάλλουν στη

χρηματοοικονομική τους ευημερία.

26. Ανάλογα με τη φύση της συναλλαγής και με βάση τις πληροφορίες που παρέχονται κυρίως από τους καταναλωτές, οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να αξιολογούν τις σχετικές χρηματοοικονομικές δυνατότητες, την κατάσταση και τις ανάγκες των καταναλωτών προτού συμφωνήσουν να τους παράσχουν κάποιο προϊόν, συμβουλές ή κάποια υπηρεσία. Θα πρέπει να προτείνουν στους καταναλωτές κατάλληλα προϊόντα ή υπηρεσίες που στοχεύουν να αποδώσουν κατάλληλα αποτελέσματα και, εντέλει, να συμβάλουν στη χρηματοοικονομική τους ευημερία.
27. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές (ιδιαίτερα εκείνοι που αλληλεπιδρούν άμεσα με τους καταναλωτές) θα πρέπει να είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι και ειδικευμένοι. Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να προσπαθούν να αποφεύγουν συγκρούσεις συμφερόντων, για παράδειγμα, από αμοιβές ή άλλα συστήματα παροχής κινήτρων. Όταν η αποφυγή τέτοιων συγκρούσεων δεν είναι δυνατή, οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να μετριάζουν τον αντίκτυπο μέσω της εφαρμογής εσωτερικών μηχανισμών για τη διαχείριση τέτοιων συγκρούσεων, τη διασφάλιση της προσήκουσας γνωστοποίησης ή την άρνηση παροχής του προϊόντος, της συμβουλής ή της υπηρεσίας. Η γνωστοποίηση ως μέσο αποτελεσματικής διαχείρισης των συγκρούσεων συμφερόντων ενδέχεται να μην έχει το αναμενόμενο αποτέλεσμα λόγω της περιορισμένης κατανόησης και των συμπεριφορικών αντιδράσεων των καταναλωτών. Συνεπώς, θα πρέπει να αξιοποιούνται, κατά περίπτωση, στοιχεία συμπεριφοράς για τη δοκιμή και την τεκμηρίωση των προσεγγίσεων.
28. Η παροχή συμβουλών, ανεξάρτητα από τον δίαυλο 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 χρηματοοικονομικούς στόχους, τις γνώσεις, ικανότητες και την εμπειρία του καταναλωτή.
29. Το σύστημα αμοιβών τόσο για τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών όσο και για τους χρηματοοικονομικούς διαμεσολαβητές θα πρέπει να γνωστοποιείται με όρους διαφάνειας στους καταναλωτές και να έχει σχεδιαστεί για να ενθαρρύνει την υπεύθυνη επιχειρηματική συμπεριφορά, τη δίκαιη μεταχείριση των καταναλωτών και την αποφυγή συγκρούσεων συμφερόντων.

Αρχή 10: Προστασία των Περιουσιακών Στοιχείων των Καταναλωτών από Απάτες, Άλλες Παρανομίες και Καταχρηστική Συμπεριφορά

30. Θα πρέπει να αναπτυχθούν κατάλληλοι μηχανισμοί πληροφόρησης, ελέγχου και προστασίας και να τύχουν της προσήκουσας εφαρμογής από τις εποπτικές αρχές και τους παρόχους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ώστε να προστατεύσουν με υψηλό βαθμό βεβαιότητας τις καταθέσεις, τις αποταμιεύσεις και άλλα παρόμοια χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία των καταναλωτών, μεταξύ άλλων έναντι

απάτης, άλλων παρανομιών, υπεξαίρεσης ή άλλων καταχρηστικών συμπεριφορών. Οι εν λόγω μηχανισμοί προστασίας θα πρέπει να προσαρμοστούν άμεσα στους τρόπους χρήσης νέων τεχνολογιών, όπως τα ψηφιακά περιουσιακά στοιχεία, καθώς και στις διαδικτυακές παρανομίες, τις απάτες, τις καταχρηστικές συμπεριφορές και άλλους κινδύνους στο πεδίο της ψηφιακής ασφάλειας. Θα πρέπει να περιλαμβάνουν σαφείς και διαφανείς ρυθμίσεις ανάληψης ευθύνης μεταξύ παρόχων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και καταναλωτών σε περίπτωση χρηματοοικονομικής ζημίας.

31. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι εποπτικές αρχές θα πρέπει να συνεργάζονται με τους σχετικούς φορείς -μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται άλλοι κρατικοί και ρυθμιστικοί φορείς, φορείς ψηφιακής ασφάλειας, υπηρεσίες επιβολής του νόμου, φορείς του κλάδου των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας- για την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τους κινδύνους ψηφιακής ασφάλειας και την προώθηση των ασφαλών διαδικτυακών και ψηφιακών συναλλαγών.

Αρχή 11: Προστασία των Δεδομένων και της Ιδιωτικής Ζωής των Καταναλωτών

32. Τα χρηματοοικονομικά και τα προσωπικά στοιχεία των καταναλωτών θα πρέπει να προστατεύονται μέσω κατάλληλων μηχανισμών ελέγχου και προστασίας. Οι μηχανισμοί αυτοί θα πρέπει να καθορίζουν τους σκοπούς για τους οποίους τα δεδομένα μπορούν να συλλέγονται, να υποβάλλονται σε επεξεργασία, να διατηρούνται, να χρησιμοποιούνται και να γνωστοποιούνται (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 κίνηση διαδικασιών εφαρμογής μέτρων αποκατάστασης όπως η άμεση διόρθωση ή/και διαγραφή ανακριβών ή παρανόμως συλλεγέντων ή υποβληθέντων σε επεξεργασία δεδομένων. Θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία μεταξύ των εποπτικών οργάνων που είναι αρμόδια για την προστασία των δεδομένων και της ιδιωτικής ζωής των καταναλωτών.

Αρχή 12: Μηχανισμοί Χειρισμού Καταγγελιών και Μέτρα Αποκατάστασης

33. Οι δικαιοδοσίες θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε κατάλληλους μηχανισμούς χειρισμού καταγγελιών και εφαρμογής μέτρων αποκατάστασης που να είναι προσβάσιμοι, οικονομικά προσιτοί, ανεξάρτητοι, δίκαιοι, υπόλογοι, έγκαιροι και αποτελεσματικοί. Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός αυτών των μηχανισμών μπορεί να διευκολυνθεί με την αξιοποίηση της τεχνολογίας, ώστε η ενεργοποίησή τους να μη συνεπάγεται παράλογο κόστος, καθυστερήσεις ή επιβαρύνσεις για τους καταναλωτές. Οι ανάγκες των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που αντιμετωπίζουν ευπάθεια, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τον σχεδιασμό και τη δημοσιοποίηση των

μηχανισμών χειρισμού καταγγελιών και εφαρμογής μέτρων αποκατάστασης.

34. Κατά τα ανωτέρω, οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να διαθέτουν μηχανισμούς χειρισμού καταγγελιών και εφαρμογής μέτρων αποκατάστασης. Αυτοί οι μηχανισμοί θα πρέπει να επιτρέπουν στους παρόχους να παρακολουθούν και να αντιμετωπίζουν συστηματικά ζητήματα και να υποστηρίζουν τη βελτίωση των χρηματοοικονομικών αποτελεσμάτων για τους καταναλωτές.

35. Για την εξέταση καταγγελιών που δεν επιλύονται αποτελεσματικά μέσω των εσωτερικών μηχανισμών επίλυσης διαφορών των παρόχων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και των χρηματοοικονομικών διαμεσολαβητών θα πρέπει να υπάρχει δυνατότητα προσφυγής σε ανεξάρτητη συναφή διαδικασία. Η δημοσιοποίηση συγκεντρωτικών πληροφοριών σχετικά με τις καταγγελίες και την έκβαση της διαδικασίας εξέτασής τους αποτελεί ελάχιστη υποχρέωση. Οι πληροφορίες που σχετίζονται με καταγγελίες καταναλωτών θα πρέπει να είναι διαθέσιμες στα εποπτικά όργανα για την υποστήριξη των εποπτικών ή εκτελεστικών λειτουργιών τους.

III. ΣΥΝΙΣΤΑ στους Συμμορφωθέντες να διασφαλίσουν την ευρύτερη δυνατή διάδοση αυτής της Σύστασης και να ενθαρρύνουν τη χρήση των Αρχών από όλους τους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων των καταναλωτικών και ιδιωτικών ιδρυμάτων.

IV. ΚΑΛΕΙ τα μη μέλη να λάβουν δεόντως υπόψη και να τηρήσουν αυτήν τη Σύσταση.

V. ΚΑΤΕΥΘΥΝΕΙ την Επιτροπή Χρηματοοικονομικών Αγορών, μέσω της Ομάδας Εργασίας για την Προστασία των Καταναλωτών Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών, να:

α) χρησιμεύσει ως φόρουμ για την ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών σχετικά με την εφαρμογή της παρούσας Σύστασης, αναπτύσσοντας κάθε κατάλληλη καθοδήγηση και ενισχύοντας τον διάλογο για θέματα προστασίας των καταναλωτών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, τάσεις και εξελίξεις·

β) υποβάλλει έκθεση στο Συμβούλιο σχετικά με την εφαρμογή, τη διάδοση και τη συνεχιζόμενη συνάφεια της παρούσας Σύστασης το αργότερο πέντε έτη μετά την αναθεώρησή της και τουλάχιστον κάθε δέκα χρόνια στη συνέχεια.

¹Καθώς η έννοια του καταναλωτή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών δεν ορίζεται συσταλτικά, θεωρείται γενικά ότι περιλαμβάνει τουλάχιστον ιδιώτες, αλλά μπορεί επίσης να περιλαμβάνει πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, ανεξάρτητα από τον ορισμό τους από τις επιμέρους δικαιοδοσίες.

²Ένας ορισμός εργασίας του ΟΟΣΑ για την ατομική οικονομική ευημερία αναφέρεται στο να έχει κανείς τον

έλεγχο, να αισθάνεται ασφάλεια και να έχει ελευθερία για τα τρέχοντα και μελλοντικά οικονομικά του, με βάση αντικειμενικούς και υποκειμενικούς παράγοντες.

³Ως χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές νοούνται τρίτοι που ενεργούν για λογαριασμό του παρόχου χρηματοοικονομικών υπηρεσιών ή με ιδιότητα ανεξάρτητου μέρους. Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται τυχόν αντιπρόσωποι (συνδεδεμένοι και ανεξάρτητοι αντιπρόσωποι), εκπρόσωποι, μεσίτες, σύμβουλοι και διανομείς κ.λπ.

⁴ Ως χρηματοοικονομική ένταξη νοείται γενικά η αποτελεσματική και ποιοτική πρόσβαση και χρήση -με κόστος προσιτό στους πελάτες και βιώσιμο για τους παρόχους- χρηματοοικονομικών υπηρεσιών που παρέχονται από επίσημα ιδρύματα: Σχέδιο Δράσης (2017) της ομάδας G20 για τη Χρηματοοικονομική Ένταξη, GPFI, Ιούλιος 2017.

⁵ Ο χρηματοοικονομικός αλφαριθμητισμός ορίζεται ως ένας συνδυασμός ενημέρωσης για χρηματοοικονομικά ζητήματα, γνώσεων, δεξιοτήτων, στάσεων και συμπεριφορών που είναι απαραίτητες για τη λήψη ορθών χρηματοοικονομικών αποφάσεων και, εντέλει, για την επίτευξη ατομικής χρηματοοικονομικής ευημερίας: ΟΟΣΑ 2020. Ορισμένες δικαιοδοσίες χρησιμοποιούν διαφορετικούς όρους, για παράδειγμα, τον όρο χρηματοοικονομική ικανότητα. Ως χρηματοοικονομική εκπαίδευση νοείται η διαδικασία για την απόκτηση χρηματοοικονομικού αλφαριθμητισμού και, εντέλει, για την υποστήριξη της χρηματοοικονομικής ευημερίας.

⁶ Οι πάροχοι χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και οι χρηματοοικονομικοί διαμεσολαβητές θα πρέπει να παρέχουν σαφείς, συνοπτικές, ακριβείς, αξιόπιστες, συγκρίσιμες, εύκολα προσβάσιμες και έγκαιρες γραπτές και προφορικές πληροφορίες σχετικά με τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρονται, ιδίως για τα βασικά χαρακτηριστικά των προϊόντων και (κατά περίπτωση) τις πιθανές εναλλακτικές υπηρεσίες ή προϊόντα που παρέχουν, συμπεριλαμβανομένων των απλούστερων εξ αυτών. Κατ' αρχήν, οι πληροφορίες πρέπει να περιλαμβάνουν τιμές, κόστη, ποινές, χρεώσεις παράδοσης, κινδύνους και τρόπους καταγγελίας.

⁷ Γενικά, ως προϊόντα «ψευδοοικολογικής ταυτότητας» νοούνται χρηματοοικονομικά προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο ως πιο φιλικά προς το περιβάλλον από ότι πράγματι είναι.