

כ"ד שבט, תש"פ

19 פברואר, 2020

חוזר ח- 06 - XXXX

לכבוד

התאגידים הבנקאיים וחברות כרטיסי אשראי

הנדון: ניהול אשראי צרכני

(ניהול בנקאי תקין הוראה מספר XXXX)

מבוא

1. בעשור האחרון התרחב משמעותית האשראי למשקי הבית, בין היתר על רקע הגידול בצריכה הפרטית, והגידול בזמינות האשראי הצרכני לרבות מצד מקורות חוץ בנקאיים. הגידול באשראי חל לצד עליה בתוצר כך שמינוף משקי הבית עלה רק במעט, ונותר נמוך בהשוואה בינלאומית. בצד התועלת ללקוח הנובעת מהתגברות התחרות בין הגופים נותני האשראי, קיים סיכון לנטל חוב מופרז שיוטל על משקי בית, במיוחד בעשירוני ההכנסה הנמוכים¹, עד כדי פגיעה ברווחתם במקרים קיצוניים.
2. הפיקוח על הבנקים מייחס חשיבות רבה לפעילות נאותה, הוגנת ושקופה של בנקים וסולקים מול משקי הבית. התנהלות כאמור, מעוגנת בין היתר בחובות האמון והזהירות החלות על תאגידים בנקאיים ובהוראות הדין.
3. הסיכון ההתנהגותי (conduct risk), הנובע מהתנהגות שאינה נאותה כלפי לקוחות (אף אם אינה מהווה הפרה של הוראות הדין), נמצא בלב השיח הרגולטורי בעולם ובישראל, ומעבר לפגיעה בלקוחות התאגידים הפיננסיים, הוא גם עלול לגרום להתממשות סיכונים משפטיים ורגולטוריים, לנזקי מוניטין ולהפסדים משמעותיים לבנק וגוף חוץ בנקאי מלווה. לכן, התנהגות הולמת של תאגיד בנקאי כלפי לקוחותיו הינה נדבך חשוב גם בהגנה על יציבותו.
4. לאור האמור, ובהמשך לצעדים רבים נוספים שעשה הפיקוח על הבנקים בשנים האחרונות בנושא הוגנות בשיווק אשראי צרכני, הוחלט לרכז בהוראה זו את הציפיות המינימליות של הפיקוח על הבנקים מהמערכת הבנקאית בפעילותה מול הלקוחות הצרכניים, בין היתר בנושאים הבאים: קיומם של תרבות ארגונית נאותה, מדיניות ותהליכים להבטחת: תהליכי שיווק אשראי נאותים והוגנים, ובפרט תהליכים לשיווק יזום של אשראי; קיומם של תהליכי אישור אשראי הכוללים, בין היתר, את החובה להעמיד אשראי בהתאם ליכולתו הפיננסית של הלווה לפרוע את ההלוואה (וזאת לצד האחריות שיש ללווה עצמו בניהול פיננסי אחראי).

¹ בהקשר זה ראה סקר הלמ"ס "משקי הבית בישראל - ארוך טווח".

5. הוראה זו באה כהשלמה להוראות ולהנחיות שנקבעו על ידי הפיקוח על הבנקים בשנים האחרונות והעוסקות בהיבטים שונים של פעילות התאגידים הבנקאיים מול הלקוחות הצרכניים, ובכללן הוראה מספר 450 "הליכי גביית חובות", הנחיות ל"שיווק יזום של הלוואות קמעונאיות", קדימות במענה טלפוני לאוכלוסייה המבוגרת, הנחה מובנית בערוצים הישירים וצעדים נוספים שונים בתחום העמלות.
6. ההוראה נכתבה בשיתוף עם רשות שוק ההון, אשר מנחה את הגופים הפיננסיים החוץ בנקאיים, מתוך מטרה ליצור עקרונות וסטנדרטים עקביים אל מול כל נותני האשראי.
7. לאחר התייעצות עם הוועדה המייעצת בעניינים הנוגעים לעסקי בנקאות, ובאישור הנגיד, קבעתי את הוראת ניהול בנקאי תקין הבאה כמפורט להלן.

עיקרי ההוראה

תחולה (סעיף 5-6)

8. ההוראה חלה על תאגידים בנקאיים וחברות בת וכן סולקים, המעמידים אשראי צרכני.

הגדרות (סעיף 7)

9. אשראי צרכני מוגדר כאשראי לאנשים פרטיים כהגדרתם במגזרי הפעילות הפיקוחיים בהוראות הדיווח לציבור, למעט הלוואות בביטחון נכס למגורים, ובלבד שסכום האשראי אינו עולה על הסכום המירבי כאמור בסעיף 15(ב)(1) בחוק אשראי הוגן, והסכום המצרפי של האשראי בתאגיד הבנקאי מוגבל ב-5 מיליוני ש"ח.

דברי הסבר

ההוראה חלה על אשראי בעל מאפיינים צרכניים בלבד, ואשר סכומו המירבי אינו עולה על 1,197,707.36 ₪ הנקוב בחוק אשראי הוגן.

10. שיווק אשראי יזום מוגדר כפנייה אישית של הבנק ללקוח לשם הצעת אשראי, לרבות אגב פנייה בעניין אחר או פנייה בנקודות מכירה. עם זאת, עדכון הלקוח על האפשרות לקבלת אשראי באתר אינטרנט או באפליקציה או בציט לא יחשב אשראי יזום.

דברי הסבר

פרסום ו/או פניה ללקוח על אפשרות לקבלת אשראי, בלא שמתנהלת בינו לבין הבנק שיחה אישית, לא יחשב אשראי יזום.

תפקידי דירקטוריון והנהלה (סעיפים 8-13)

11. דירקטוריון התאגיד הבנקאי יתווה את אסטרטגיית האשראי הצרכני ויפקח אחר יישומה, בדגש על סיכון ההתנהגותי ועל שיווק אשראי באופן אחראי והוגן. ההנהלה הבכירה תעגן את האסטרטגיה במסמך מדיניות האשראי ובנהלים מתאימים.

דברי הסבר

ניהול האשראי הצרכני יתבצע Top down. אחריות הדירקטוריון להתוות אסטרטגיה לניהול אשראי צרכני בדגש על היבטים צרכניים, וההנהלה תפקח אחר יישום האסטרטגיה וציות למדיניות האשראי.

מדיניות אשראי צרכני (סעיפים 14-16)

12. סעיפים אלו מפרטים את הנושאים שעל הנהלת הבנק לכלול במסמך מדיניות האשראי הצרכני. בין היתר:

12.1. התאגיד הבנקאי רשאי להפעיל שיקול דעת בהתייחס להיקף המידע הנדרש בתהליכי החיתום, הלוקח בחשבון את היקף האשראי, איכות הלווה והניסיון המצטבר עמו (סעיף 15).

דברי הסבר

על מנת למנוע פגיעה בלקוחות בשל סרבול וייקור תהליך הבחינה, התאגיד הבנקאי רשאי במקרים מסוימים להעמיד אשראי גם ללא חישוב כלל המדדים שנקבעו, ובלבד שסכום האשראי אינו עולה על סף שייקבע. למשל, כאשר הלווה בדירוג גבוה והיסטוריית האשראי בתאגיד הבנקאי נותנת מענה מספק.

12.2. דרישה לקביעת קריטריונים מחייבים להעמדת אשראי צרכני, הכוללים, בין היתר, את הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה, דירוג הלווה וניסיון מצטבר עמו (סעיף 16.4).

דברי הסבר

הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה, דירוגו וניסיון מצטבר עמו (ככל שקיים) נקבעו כקריטריונים מחייבים להערכת יכולתו לפרוע את האשראי.

12.3. דרישה לאיסוף מידע פיננסי על הלווה, ממקורות פנימיים וחיצוניים, למשל מאגר נתוני אשראי, בהתאם לסכום ההלוואה, דירוג הלווה ומידת ההיכרות עמו (סעיף 16.5).

דברי הסבר

על מנת למנוע את סרבול וייקור תהליך הבחינה, היקף המידע הנדרש יותאם לגובה האשראי ולמידת ההיכרות של הבנק עם הלווה. למשל, כאשר הלווה בדירוג גבוה והיסטוריית האשראי בתאגיד הבנקאי נותנת מענה מספק, רשאי התאגיד הבנקאי להעמיד אשראי גם ללא קבלת מידע ממאגר נתוני אשראי, ובלבד שסכום האשראי לא יעלה על הסף שייקבע.

12.4. דרישה לקביעת מדדים כמותיים ודרישות מינימום להערכת יכולת פירעון הלווה, כגון: הכנסה חודשית פנויה מינימלית; יחס מקסימלי בין ההחזר החודשי להכנסה הפנויה; יחס מקסימלי בין סך החוב להכנסה השנתית (סעיף 16.6).

דברי הסבר

בחינת יכולתו של הלווה לעמוד בהחזרי ההלוואה הינה נדבך מרכזי בתהליך העמדת אשראי צרכני אשר נועד למנוע נטל חוב מופרז על הלווה. על התאגיד הבנקאי לבחון את יכולת הפירעון של הלווה, תוך הגדרת מבחנים ומדדים כמותיים, כגון המדדים שפורטו בסעיף, בהתבסס על מידע ממקורות שונים. בשלב זה לא נקבעו פרמטרים מחייבים להערכת יכולת פירעון הלווה והאחריות לקביעתם מוטלת על התאגיד הבנקאי. הפיקוח

על הבנקים מצפה מהתאגיד הבנקאי לקבוע את המדדים והספים הכמותיים באופן שמרני וזהיר.

12.5 דרישה להגדרה ברורה של אוכלוסיית היעד לשיווק יזום ומאפיינים ברורים לקבוצות לקוחות שלא יהוו יעד לשיווק יזום (סעיף 16.7).

דברי הסבר

פנייה ללקוח בהצעת אשראי הינה פרקטיקה מקובלת בעסקי האשראי הבנקאי. עם זאת, בשל הסיכון המובנה בפעילות זו, נדרש התאגיד הבנקאי להגדיר בבירור את קבוצת הלקוחות שתהווה יעד לשיווק, וכן להגדיר קריטריונים לקבוצת הלקוחות אליהם לא יפנה התאגיד הבנקאי בשיווק יזום. קריטריונים אלו יכללו, למשל, את רמת סיכון האשראי של הלקוח או גילו. מובהר כי אין כוונת האמור להדיר לקוחות אלו מקבלת אשראי בתאגיד הבנקאי, והם רשאים לפנות לבנק ביוזמתם בבקשה לקבלת אשראי.

12.6 מנגנוני קביעת יעדים, הערכה ותגמול לעובדים העוסקים בשיווק אשראי יזום יבטיחו את ההתנהלות ההוגנת כלפי לקוחות ולא יעודדו שיווק אגרסיבי של אשראי (סעיף 16.8).

דברי הסבר

מנגנונים המבוססים על יעדים אישיים כגון היקף העמדת אשראי, או יעדים ברמת היחידה המבוססים על היקף העמדת אשראי כפרמטר יחיד, עלולים להוביל לשיווק אשראי שאינו עומד בסטנדרטים ראויים של הוגנות כלפי הלקוח.

שיווק אשראי (סעיפים 17-22)

13. על התאגיד הבנקאי לאמץ פרקטיקות נאותות לשיווק אשראי ולהימנע משיווק אגרסיבי ומדחיקת הלקוח לקבל החלטה בדבר נטילת אשראי. בכלל זה:

13.1 שיחות השיווק יתנהלו על פי תסריטי שיחה שהוכנו מראש תוך מתן גילוי נאות, שלם וענייני. בין היתר, נדרש התאגיד הבנקאי לגלות ללקוח, בראשית השיחה, את מטרת השיחה, זהות הגורם המשווק ופרטים מהותיים נוספים, וכן גילוי נאות נוסף כנדרש בהתאם להתקדמות השיחה (סעיף 18).

דברי הסבר

בעת מתן הצעת אשראי ללקוח, על התאגיד הבנקאי לספק את כל המידע הנדרש ללקוח לשם קבלת החלטה מושכלת. בכלל זה, נדרש התאגיד הבנקאי לגלות ללקוח, כבר בראשית השיחה, את מטרת השיחה (שיווק מוצר אשראי), את זהותו של הגורם המשווק ואת מחירו של המוצר. בהתאם להתקדמות השיחה נדרש התאגיד הבנקאי לתת גילוי לפרטים מהותיים נוספים אודות המוצר, תנאיו וזכויות הלקוח.

13.2 בשיווק אשראי יזום על התאגיד הבנקאי להימנע משיווק אשראי לאוכלוסיות מוחלשות, משיווק אגרסיבי של אשראי ומהפעלת לחץ על הלקוח לקבל החלטה להתקשר בעסקת אשראי, להימנע למשך שלושה חודשים מפניה חוזרת ללקוח אשר השיב בשלילה להצעה דומה ולאפשר ללקוח להסיר את שמו מרשימת שיווק. כמו כן, נדרש התאגיד הבנקאי לאפשר ללקוח לפרוע את האשראי בתוך שלושה ימי עסקים ללא עמלות (סעיף 21).

דברי הסבר

פרקטיקות פסולות לשיווק אשראי מהוות סיכון התנהגותי משמעותי לתאגיד הבנקאי. על התאגיד הבנקאי להימנע משיווק יזום של אשראי ללקוחות אשר יש חשש כי האשראי יסכן את רווחתם, כדוגמת אוכלוסיות מוחלשות. על התאגיד הבנקאי להימנע משידול לנטילת אשראי, מהפעלת לחץ, ומהטרדת לקוח בעת שיווק אשראי. בנוסף, נקבע כי לקוח יוכל לבטל את עסקת האשראי בתוך שלושה ימי עסקים.

13.3. נקבעו כללים מחייבים לשיווק אשראי בנקודות מכירה שלא אגב רכישת מוצר: תהליך השיווק יבוצע במתחם ייעודי, המסומן באופן ברור, העמדת האשראי בפועל תותנה בקבלת הסכמה נוספת שלא באותו מעמד, ועל התאגיד הבנקאי לבצע פיקוח ובקרה על אשראי כאמור (סעיף 22).

דברי הסבר

מתחם ייעודי, מזוהה ומוגדר, שאינו בקופות של נקודות המכירה, ואשר בתחומו בלבד יתבצע שיווק האשראי, יסייע ללקוח למקד את תשומת ליבו בהצעת האשראי ובתנאיה, ויבדיל בין התאגיד הבנקאי משווק האשראי לבין עובדי נקודת המכירה. הדרישה להסכמה נוספת של הלקוח בטרם העמדת האשראי בפועל, המתקבלת במועד מאוחר יותר ממועד השיווק בנקודת המכירה, נועדה לאפשר ללקוח הפעלת שיקול דעת נוסף במנותק מהמשווק ומנקודת המכירה.

תהליכים לאישור אשראי (סעיפים 23-33)

14. תהליכי החיתום יכללו מודל אוטומטי לדירוג סיכון הלווה, נהלים ומערכות תפעוליות הולמות לתמיכה בניתוח המידע וקבלת החלטות אשראי זהירות (סעיפים 23-25).

דברי הסבר

מאפייני האשראי הצרכני - מספר רב של לקוחות, מוצרים וערוצי הפצה - מחייבים קיומם של נהלים, מערכות תפעוליות ומודלים אוטומטיים מובנים ואובייקטיביים להערכת סיכון הלקוח. על המערכות התפעוליות לכלול את כל המידע הנדרש ולאפשר רמות עדכניות ותיעוד הולמות.

15. תאגיד בנקאי נדרש להעריך את יכולת הפירעון של הלווה ונטל החוב הכולל המושת עליו. הבחינה תתבסס על היכרותו עם הלווה, על מידע מוצהר ועל מידע מתוקף. התאגיד הבנקאי נדרש לקבוע את רמת העדכניות הנדרשת של המידע ואת השיטות והצעדים הנדרשים לתיקוף המידע (סעיפים 26-31).

דברי הסבר

בחינת יכולתו של הלווה לעמוד בתנאי ההחזר של ההלוואה היא אבן יסוד בתהליך החיתום. העמדת אשראי בהיקף העולה על יכולת הלווה עלולה להוביל לנטילת אשראי עודף וכתוצאה מכך להחלשת לקוחות. התאגיד הבנקאי נדרש לנקוט במגוון פעולות על מנת לברר את יכולת הפירעון של הלווה, ולהתאים את היקף האשראי לרמת איכות המידע ועדכניותו.

16. ביטחונות וערבויות אינם תחליף לבחינת הלווה אלא בנוסף לה וכפופה לכללים כגון מתודולוגיות להערכת שווי ומרווחי ביטחון, תנאים משפטיים ותהליכים להבטחת מימוש במידת הצורך (סעיף 32).

זברי הסבר

על תהליך החיתום להסתמך על יכולת הפירעון של הלווה, ואין להחליף את הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה בשעבוד ביטחונות. הדרישות מהתאגיד הבנקאי בנוגע להסתמכות על ביטחונות הן בנוסף לדרישת בסיס זו.

ביטול

17. מכתב המפקחת "שיווק יזום של הלוואות קמעונאיות" מיום 17 בנובמבר 2015 (בל-15-512) בטל.

תחילה

18. תחילתה של הוראה זו מיום 30 בספטמבר 2020.

עדכון לקובץ

19. מצ"ב דפי עדכון לקובץ ניהול בנקאי תקין. להלן הוראות העדכון:

| <u>להכניס עמוד</u> | <u>להוציא עמוד</u> |
|---------------------------|---------------------------|
| | |

בכבוד רב,

ד"ר חדוה בר

המפקחת על הבנקים

ניהול אשראי צרכני

כללי

1. זמינות גבוהה של אשראי צרכני היא רכיב חיוני לצמיחה כלכלית ולהשגת רמת חיים נאותה. עם זאת, התרחבות האשראי והצריכה הפרטית של משקי הבית והגברת התחרות בתחום עלולים גם להוביל לרמת חוב גבוהה מדי שאינה הולמת את יכולתם הפיננסית של חלק מהלקוחות ואף עלולים לפגוע ברווחתם במצבים קיצוניים. לאור האמור, התאגיד הבנקאי נדרש להקפיד על העמדת אשראי למשקי הבית באופן אחראי, נאות והוגן.
2. מדיניות ותהליכים נאותים להעמדת אשראי צרכני למשקי בית באופן אחראי חשובים הן למניעת מינוף יתר של משקי הבית מסוימים, בפרט משקי בית מוחלשים, העלול אף לפגוע במשק במקרי קיצון, הן להבטחת אמון הציבור במערכת הפיננסית והן לשמירה על מוניטין התאגיד הבנקאי והמלווים בכלל.
3. התנהגות כלפי לקוח שאינה עולה בקנה אחד עם תפיסה זו, מהווה סיכון התנהגותי לתאגיד הבנקאי (Conduct Risk).
4. התנהלות נאותה כלפי לקוח במתן שירותי אשראי מעוגנת בין היתר בחובות האמון והזהירות החלות על תאגידי בנקאיים כלפי לקוחותיהם, בחוק הבנקאות (שירות ללקוח), התשמ"א-1981 (להלן – חוק הבנקאות (שירות ללקוח)), בכללי הבנקאות (שירות ללקוח) (גילוי נאות ומסירת מסמכים), התשנ"ב - 1992 (להלן - כללי גילוי נאות ומסירת מסמכים) ובחוק אשראי הוגן, תשנ"ג-1993.
5. על התאגיד הבנקאי לוודא קיומה של תרבות ארגונית נאותה המבטיחה מחויבות, מדיניות ותהליכים כדי להבטיח את האמור.
6. לצד חובת הגילוי והשקיפות ללקוח אודות תנאי האשראי המוצע ויתרת חשבוניתו, על התאגיד הבנקאי לוודא התאמה בין מאפייני האשראי המוצע ללקוח לבין מטרת האשראי ויכולתו הפיננסית לעמוד בהתחייבויותיו.
7. הוראה זו מפרטת דרישות סף מהתאגידי הבנקאיים, בדגש על היבטים צרכניים, המשלימה להוראות הדין ולהוראות ניהול בנקאי תקין המסדירות היבטים שונים של ניהול אשראי וניהול אשראי צרכני.

תחולה

5. הוראה זו תחול על התאגידי הבאים המעמידים אשראי צרכני כהגדרתם בחוק הבנקאות (רישוי), התשמ"א 1981 (להלן: "החוק" ו-"תאגיד בנקאי", בהתאמה):

(1) תאגיד בנקאי כהגדרתו בסעיף 1 לחוק;

(2) תאגיד כאמור בסעיפים 11 (א) (א3) ו-(ב3) לחוק;

(3) תאגיד כאמור בסעיף 11 (ב) לחוק;

(4) סולק כהגדרתו בסעיף 36ט לחוק.

6. המפקח רשאי לקבוע הוראות מסוימות שונות מאלו המפורטות להלן שיחולו על תאגיד בנקאי מסוים או לפטור במקרים חריגים תאגיד בנקאי מסוים מהוראה מסוימת, כאשר קיימים טעמים מיוחדים שבהם ראה לנכון לעשות כן ומנימוקים שיירשמו.

הגדרות

7. אשראי צרכני : אשראי המקיים כל אלה :

1. האשראי ניתן לאנשים פרטיים כהגדרתם במגזרי הפעילות הפיקוחיים בהוראות הדיווח לציבור.
2. האשראי אינו הלוואה לדיוור כהגדרתה בסעיף 3 להוראת ניהול בנקאי תקין מספר 451, בנושא "נהלים למתן הלוואות לדיוור";
3. סכום האשראי אינו עולה על הסכום המרבי כאמור בסעיף 15(ב)(1) בחוק אשראי הוגן, תשנ"ג-1993, וסכום האשראי המצרפי של הלווה בתאגיד הבנקאי אינו עולה על 5 מיליוני ש"ח.

שיווק אשראי פנייה אישית ללקוח שלא לפי בקשתו הספציפית לצורך הצעת אשראי, לרבות אגב פנייה בעניין אחר ו/ או פנייה בנקודות המכירה. לעניין זה, לא יחשב שיווק אשראי יזום : פניה המיועדת לכלל הלקוחות ; עדכון הלקוח על אפשרותו לקבל אשראי באמצעות חשבוננו באתר האינטרנט של התאגיד הבנקאי, או באפליקציה של התאגיד הבנקאי ו/או בפירוט דפי החשבון או פניה בצי"ט.

תפקידי הדירקטוריון וההנהלה

8. דירקטוריון התאגיד הבנקאי יתווה את אסטרטגיית ניהול ושיווק האשראי הצרכני, בדגש על הסיכון ההתנהגותי ועל שיווק אשראי באופן אחראי והוגן. על האסטרטגיה לחול על כל מוצרי האשראי הצרכני ולהתייחס לעקרונות יסוד לפעילות מתן אשראי צרכני, בהתבסס על מאפיינים שונים ובכללם שוקי יעד, אוכלוסיית מיקוד, סוגי מוצרים.
9. הדירקטוריון יפקח אחר יישומה של האסטרטגיה שהתווה, יוודא הקצאת משאבים הולמים ויקבע דיווחים נדרשים בקשר לניהול פעילות האשראי הצרכני ובכלל זה אירועים חריגים ובעלי השפעה מהותית.
10. דירקטוריון התאגיד הבנקאי ידון אחת לשנה, לכל הפחות, באסטרטגיה שהתווה, יאשר ויסקור את מדיניות התאגיד הבנקאי שגיבשה ההנהלה הבכירה.
11. ההנהלה הבכירה תעגן במסמך מדיניות ובנהלים את אסטרטגיית ניהול האשראי הצרכני שהתווה הדירקטוריון, תוך הגדרה ברורה של סמכות ואחריות ובהתאם להיקף תיק האשראי הצרכני ולסיכון הגלום בו.
12. ההנהלה תוודא יישום מדיניות האשראי הצרכני ותנהל בקרה ומעקב אחר ציות התאגיד הבנקאי ועובדיו, לרבות התייחסות להיקף תלונות בפעילות ניהול אשראי צרכני ;
13. ההנהלה תפקח על ניהול האשראי הצרכני ותנהל מעקב, בין השאר, על אשראי שניתן תוך חריגה מהמדיניות, על היקף האשראי שהועמד כתוצאה משיווק יזום או באמצעות מתווכים ;

מדיניות אשראי צרכני

14. מדיניות אשראי צרכני והנהלים יכסו את כל ההיבטים של האשראי הצרכני ברמת הלווה.
15. בקביעת המדיניות רשאי התאגיד הבנקאי להפעיל שיקול דעת בהתייחס להיקף המידע הנדרש בהליכי חיתום וחיידוש אשראי, הלוקח בחשבון את היקף האשראי, איכות הלווה וניסיון מצטבר בפעילות עם הלווה. שיקול הדעת ייעשה על בסיס שמרני, יתועד במדיניות וייקבעו ספי אשראי מקסימאלי ליישומו.
16. מסמך מדיניות האשראי הצרכני יכלול, בין השאר, את הנושאים הבאים :
- 16.1 פירוט סוגי ההלוואות הצרכניות שיעמיד התאגיד הבנקאי, לרבות תהליכי הסקירה ותהליכי אישור מוצר אשראי חדש כאמור בהוראת ניהול בנקאי תקין מספר 310 ;
- 16.2 קווים מנחים למתן אשראי צרכני ולתמחור הוגן של אשראי צרכני, בין היתר, בעקביות עם רמת הסיכון של הלווה ומאפייניו ;
- 16.3 תנאים מחייבים ברמת המוצר בהתאם לגובה האשראי הצרכני שמוצע. במסגרת זו, יקבעו תנאים מחייבים להלוואות עם מאפיינים ייחודיים כגון: הלוואות גרייס (גרייס חלקי/מלא, משך תקופת הגרייס, מקור החזר לאחר סיום הגרייס וכו') ואשראי מתגלגל (מנגנון החיוב ועדכון סכום החיוב).
- 16.4 קריטריונים מחייבים להעמדת אשראי צרכני ללקוח שיכללו, לכל הפחות, הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה, דירוג הלווה וניסיון מצטבר בהתנהלות הלווה בתאגיד הבנקאי.
- 16.5 מידע פיננסי נדרש על הלווה, ממקורות מידע פנימיים וחיצוניים, למשל, מידע מהמאגר בהתאם לחוק נתוני אשראי ומידע נוסף שיידרש הלווה להציג, בהתאם לסוג וגובה ההלוואה, דירוג הלווה ומידת ההיכרות המוקדמת עמו.
- 16.6 מדדים כמותיים ודרישות מינימום להערכת יכולת הפירעון של הלווה, כגון :
- 16.6.1 הכנסה חודשית פנויה מינימלית ;
- 16.6.2 יחס מקסימלי בין סך ההחזר החודשי (לרבות החזרים בגין הלוואות לדירור) להכנסה הפנויה ;
- 16.6.3 יחס מקסימלי בין סך החוב הצרכני להכנסה השנתית ברוטו ;
- 16.7 קווים מנחים לפרסום ושיווק אשראי, לרבות שיווק אשראי יזום, אשר יבטיחו פעילות שיווק אשראי הולמת. לרבות :
- 16.7.1 מאפיינים של אוכלוסיות היעד לשיווק צרכני בהתאם לסוג האשראי, אופי ותדירות השיווק ;
- 16.7.2 מאפיינים לאוכלוסיות שככלל לא יהוו יעד לשיווק יזום כגון אוכלוסיות מוחלשות ;
- 16.8 מנגנוני קביעת יעדים, הערכה ותגמול לעובדים, לרבות עובדי מיקור חוץ, העוסקים בשיווק אשראי יבטיחו את ההתנהלות ההוגנת כלפי הלקוחות ולא יעודדו שיווק אגרסיבי של אשראי צרכני.

שיווק אשראי צרכני

17. עובד התאגיד הבנקאי או נציג מטעמו העוסקים בשיווק אשראי יהיו בעלי הכשרה נאותה למילוי תפקידם.
18. שיווק אשראי יתנהל על פי תסריטי שיחה שהוכנו מראש ונבדקו ועל ידי גורמי בקרה שאינם הגורם עסקי. שיחות כאמור, יהיו בשפה ברורה ויכללו בין היתר, את מטרת השיחה, זהות התאגיד הבנקאי המשווק ופרטים מהותיים נוספים בראשית השיחה, וכך גילוי נאות נוסף כנדרש בהתאם להתקדמות השיחה.
19. התאגיד הבנקאי יקבע את התקופה במהלכה הצעת האשראי תעמוד בתוקף ויידע את הלקוח לגבי תקופה זו.
20. תאגיד בנקאי יקיים מנגנון סדור להסרת לקוח מרשימת שיווק על פי בקשתו, ויביא זאת לידיעת הלקוח, בין היתר, כנדרש בחוק הגנת הפרטיות, התשמ"ה – 1981 וחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982.
21. בשיווק אשראי יזום, על התאגיד הבנקאי :
 - 21.1. ככלל, להימנע משיווק יזום לאוכלוסיות מוחלשות ;
 - 21.2. להימנע משיווק אגרסיבי של אשראי, ומהפעלת לחץ על הלקוח לקבל החלטה להתקשר בעסקת אשראי ;
 - 21.3. לאפשר ללקוח לבטל את עסקת האשראי במהלך שלושה ימי עסקים מיום העמדת ההלוואה, ללא עמלות ;
 - 21.4. להימנע מפנייה יזומה ללקוח אשר השיב בשלילה להצעת אשראי דומה בעבר, למשך שלושה חודשים. זאת, למעט פנייה יזומה בהקשר להליכי גבייה וארגון מחדש של חובות בעיתיים ו/או להסדרת חריגה ממסגרת אשראי.
 - 21.5. שיווק האשראי ללקוח יתועד, בין אם הסתיים בהעמדת אשראי בפועל, ובין אם לאו.
22. בעת שיווק אשראי בנקודות מכירה ושלא אגב רכישת מוצר (להלן "שיווק אשראי לכל מטרה"):
 - 22.1. שיווק אשראי לכל מטרה יבוצע במלואו במתחם ייעודי (שאינו בקופות), שיסומן בשילוט בולט וברור המציג את זהות התאגיד הבנקאי, את השירות המוצע בנקודת המכירה וכן אזהרה באשר לאי עמידה בפירעון ההלוואה כקבוע בסעיף 5 (ג) לחוק הבנקאות (שירות ללקוח).
 - 22.2. בוצעה פעולת שיווק אשראי לכל מטרה, תותנה העמדת האשראי בפועל בקבלת הסכמה מפורשת של הלקוח באמצעי הסכמה נוסף, כדוגמת אישור דיגיטלי או טלפוני ושלא באותו מעמד. במסגרת זו יציג התאגיד הבנקאי את התנאים המהותיים של האשראי וידגיש כל שינוי שחל בפרטי ההצעה במקור, ככל שהיה.
 - 22.3. התאגיד הבנקאי יקיים פיקוח ובקרה אחר אשראי שמקורו בנקודות המכירה במטרה להבטיח התנהלות נאותה כלפי הלקוחות תוך הבחנה במקור שיווק האשראי. במסגרת זאת יינתן דגש לבקרה אחר ביצוע השיווק בגבולות המתחם הייעודי.

תהליכים לאישור אשראי

23. תאגיד בנקאי יקפיד לברר את מטרת האשראי ולהתאים את מאפייני האשראי המוצע למטרה זו, למצבו הפיננסי של הלווה וליכולתו לעמוד בתשלומי החזר האשראי והכול בהתאם למדיניות העמדת האשראי שקבע.
24. ככלל, תהליך החיתום יתבסס על מודלים להערכת הסיכון של הלקוח (כדוגמת Credit Scoring, Application Scoring). על התהליך להיות מובנה, ולספק הערכה ליכולתו של הלווה לפרוע את האשראי המוצע, בין היתר בהתחשב במינוף הכולל של הלווה (בתאגיד הבנקאי או בתאגידים נותני אשראי אחרים, לרבות הלוואות שהחל בתהליך קבלתן) וברמת איכות ואמינות המידע שיש בידי הבנק אודות מצבו של הלווה.
25. נהלי החיתום יגדירו את כלל הפעולות והתהליכים הנדרשים לפני העמדת האשראי, עבור כלל מוצרי האשראי הצרכני המוצעים על ידי התאגיד הבנקאי, לרבות תהליכי חיתום בערוצים המקוונים, ויכללו הליכי בקרה אשר יבטיחו את הציות למדיניות התאגיד הבנקאי.
26. על התאגיד הבנקאי להעריך את יכולת הפירעון של הלווה בהתאם לקריטריונים ולמדדים הכמותיים שהוגדרו במסמך המדיניות.
- הערכת נטל החוב וחישוב יכולת הפירעון ייקחו בחשבון מסגרות אשראי לא מנוצלות ומסגרות בכרטיסי אשראי. התאגיד הבנקאי רשאי לשקלל מסגרות בכרטיסי אשראי בשקלול נמוך, שלא יפחת מ-50%, ובלבד שלא תנוצלנה להצעת אשראי ללקוח.
27. אישור אשראי יתבסס על מידע רחב, כגון היכרות התאגיד הבנקאי עם הלווה ומאפייני הרלבנטיים, מידע מתוקף, מידע שיצהיר עליו ומידע נוסף ממקורות ומאגרי מידע אחרים. הנהלים יגדירו את רמת העדכניות הנדרשת של המידע, ואת השיטות והצעדים שיש לנקוט על מנת לתקף מידע זה, בין היתר בהתחשב בהיקף האשראי, דרוג הלווה והניסיון המצטבר מפעילותו בתאגיד הבנקאי.
28. על התאגיד הבנקאי להתחשב ברמת איכות המידע ועדכניותו. לעניין זה: הצהרת לווה בלבד, ללא תיקוף המידע, תיחשב לרמת איכות מידע נמוכה.
29. על התאגיד הבנקאי לקחת בחשבון פרמטרים להערכת נכונותו של הלווה לעמוד בהתחייבויותיו, בין היתר על בסיס מידע התנהגותי ככל שקיים, כגון היסטוריית ההתנהלות של הלווה (מוניטין) לתאגיד הבנקאי ולמלווים אחרים, ועל מידע רך, חיובי או שלילי.
30. על התאגיד הבנקאי להבטיח קיומן של מערכות תפעוליות הולמות התומכות בניתוח המידע וקבלת החלטות אשראי זהירות.
- 30.1. המערכות יכללו את כלל המידע הרלבנטי המשמש בסיס להחלטת האשראי, כמו גם תיעוד התיקוף של מידע.
- 30.2. המידע המוזן למערכות התפעוליות על הלווה ועל העסקה צריך להיות עדכני, מדויק ומעובד ביעילות. המידע ישמר באופן המאפשר כריית המידע לצרכי ניהול, בקרה וביקורת.
- 30.3. המערכות יבטיחו העמדת אשראי בהתאם למדרג הסמכויות השונות, ויכללו מערך לניהול הרשאות, וחסמים מיכוניים במוקדי סיכון.
31. על התאגיד הבנקאי לקיים בקורות טכנולוגיות הולמות לתמיכה במתן אשראי בערוצים המקוונים.
32. הסתמכות על ביטחונות וערבויות כפופה לכללים הבאים:

- 32.1. ככלל, ביטחונות וערבויות אינם מהווים תחליף לבחינת הלווה, נכונותו ויכולתו הפיננסית לפרוע את ההלוואה.
- 32.2. על התאגיד הבנקאי לקבוע קריטריונים לדרישת ביטחונות.
- 32.3. על התאגיד הבנקאי לקבוע מתודולוגיות ונהלים להערכת שווי של ביטחונות ומרווחי הביטחון המיוחסים להם.
- 32.4. על התאגיד הבנקאי להבטיח את התנאים המשפטיים הנדרשים להסתמכות על הביטחונות, ולקיים תהליכים שיבטיחו את מימושם במידת הצורך. התאגיד הבנקאי יקפיד על תקינות ושלמות המידע על הביטחונות.
33. תאגיד בנקאי רשאי לגייס לקוחות ולאשר הלוואות באמצעות צד שלישי, ובלבד שהאמור יתבצע באחריות, בצורה המעודדת גישה הוגנת ושקופה ועקבית עם הוראה זו, ובהתאם להוראת ניהול בנקאי תקין מספר 359A בנושא "מיקור חוץ".