Consulta Pública

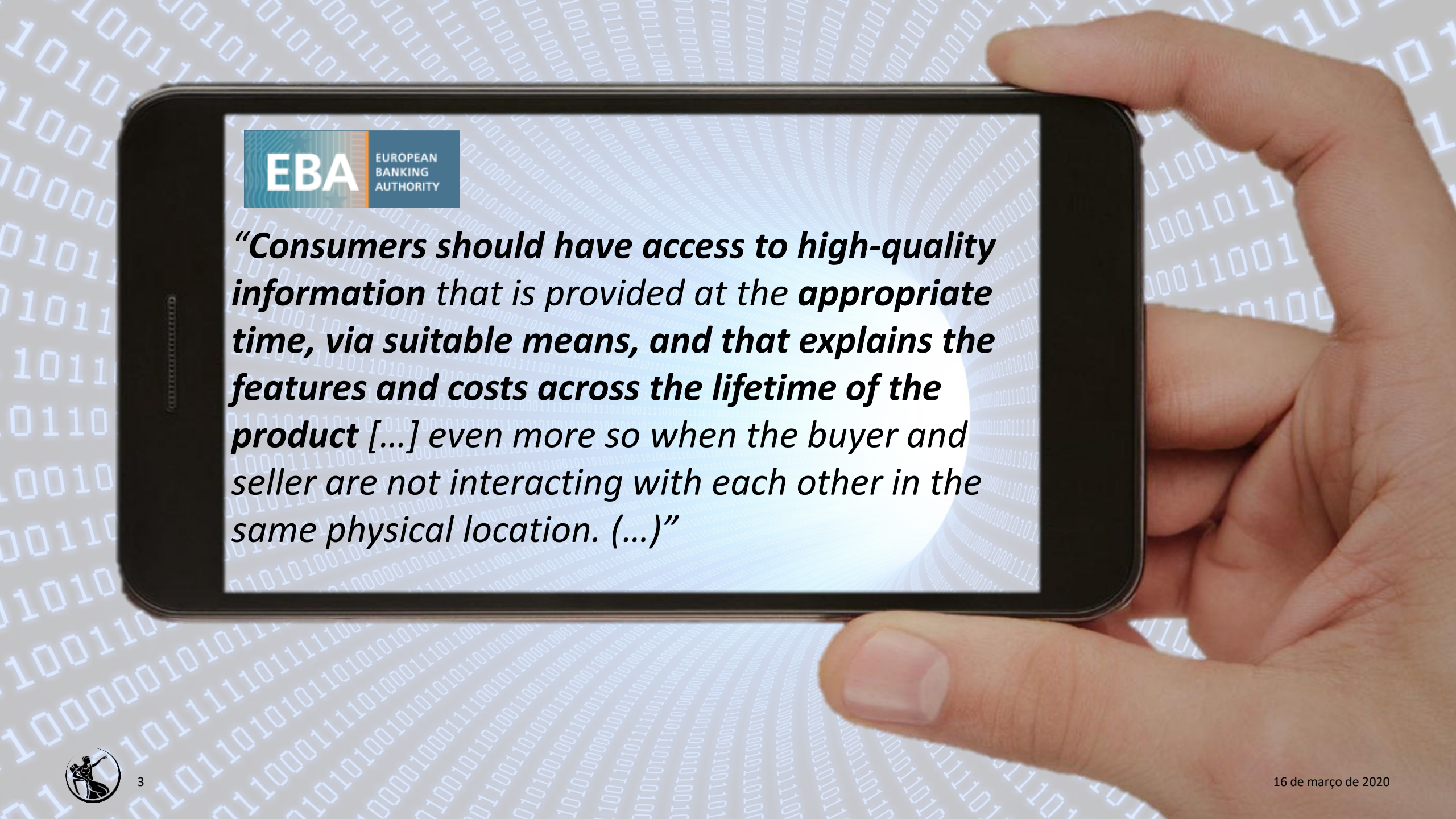
Recomendações a serem observadas na comercialização de produtos bancários através de canais digitais

Departamento de Supervisão Comportamental do
Banco de Portugal

16 de março de 2020

BANCO DE PORTUGAL
EUROSISTEMA

Hoje, o cliente navega num
AMBIENTE DIGITAL


EBA
EUROPEAN
BANKING
AUTHORITY
"Consumers should have access to high-quality information that is provided at the appropriate time, via suitable means, and that explains the features and costs across the lifetime of the product […] even more so when the buyer and seller are not interacting with each other in the same physical location. (…)"

"(…)
When concluding a distance marketing contract, ***all the contractual terms and conditions and the prior information are required to be communicated to consumers****, on a durable medium, and be* ***accessible to them in good time before they are legally bound by any distance contract or offer****."*
EBA Opinion on disclosure to consumers of banking services through digital means under DMFSD – 23 October 2019

DRAFT OPINION ON DISCLOSURE TO CONSUMERS THROUGH DIGITAL MEANS

EBA-Op-2019-12

23 October 2019

Opinion of the European Banking Authority on disclosure to consumers of banking services through digital means under Directive 2002/65/EC

Introduction and legal basis

1. In order for consumers to make informed decisions about their financial products and services, they should have access to high-quality information that is provided at the appropriate time, via suitable means, and that explains the features and costs across the lifetime of the product. This applies to the marketing of financial products and services that are marketed and/or sold at a physical meeting between the buyer and seller but even more so when the buyer and seller are not interacting with each other in the same physical location ('distance marketing').

2. Because of their intangible nature, financial services are particularly suited to distance marketing, which is why in the EU, a Directive established in 2002 a legal framework governing the distance marketing of financial services: the EU Directive on Distance Marketing of Consumer Financial Services (2002/65/EC, DMFSD). According to the Directive, when concluding a distance marketing contract, all the contractual terms and conditions and the prior information are required to be communicated to consumers, on a durable medium, and be accessible to them in good time before they are legally bound by any distance contract or offer.

3. In fulfilment of the EBA's objective of contributing to the enhancement of consumer protection and to monitor financial innovations, and by way of executing the EBA's Roadmap on Fintech of March 2018,[1] the EBA has assessed the extent to which the disclosure requirements in EU law are suitable to achieve a maximum level of consumer protection and facilitate the operation of the single market in the EU in an era that has seen such services being increasingly

[1] See https://eba.europa.eu/-/eba-publishes-its-roadmap-on-fintech

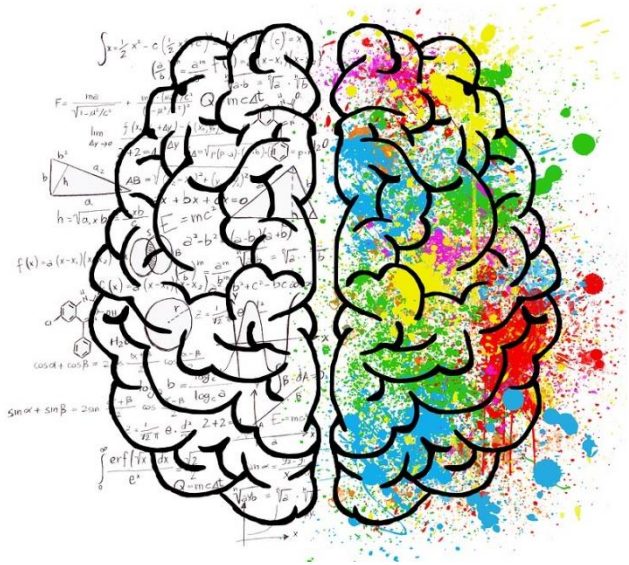
1

A **Autoridade Bancária Europeia (EBA)** transmitiu um conjunto de recomendações sobre a transparência da informação nos canais digitais à(s):

- **Comissão Europeia** para serem tidas em conta na revisão da Diretiva relativa à comercialização à distância de serviços financeiros

- **Autoridades nacionais** para as adotarem entretanto nos requisitos de prestação de informação

A **EBA** teve também em consideração o ***Behavioural study on the digitalisation of the marketing and distance selling of retail financial services***, publicado, em abril, pela Comissão Europeia



*"In order to improve the **effectiveness of disclosure** […] providers should be required to use **behavioural insights** to create effective product and service information, and should include **communications to consumers** as an integral part of the product or service design process."*

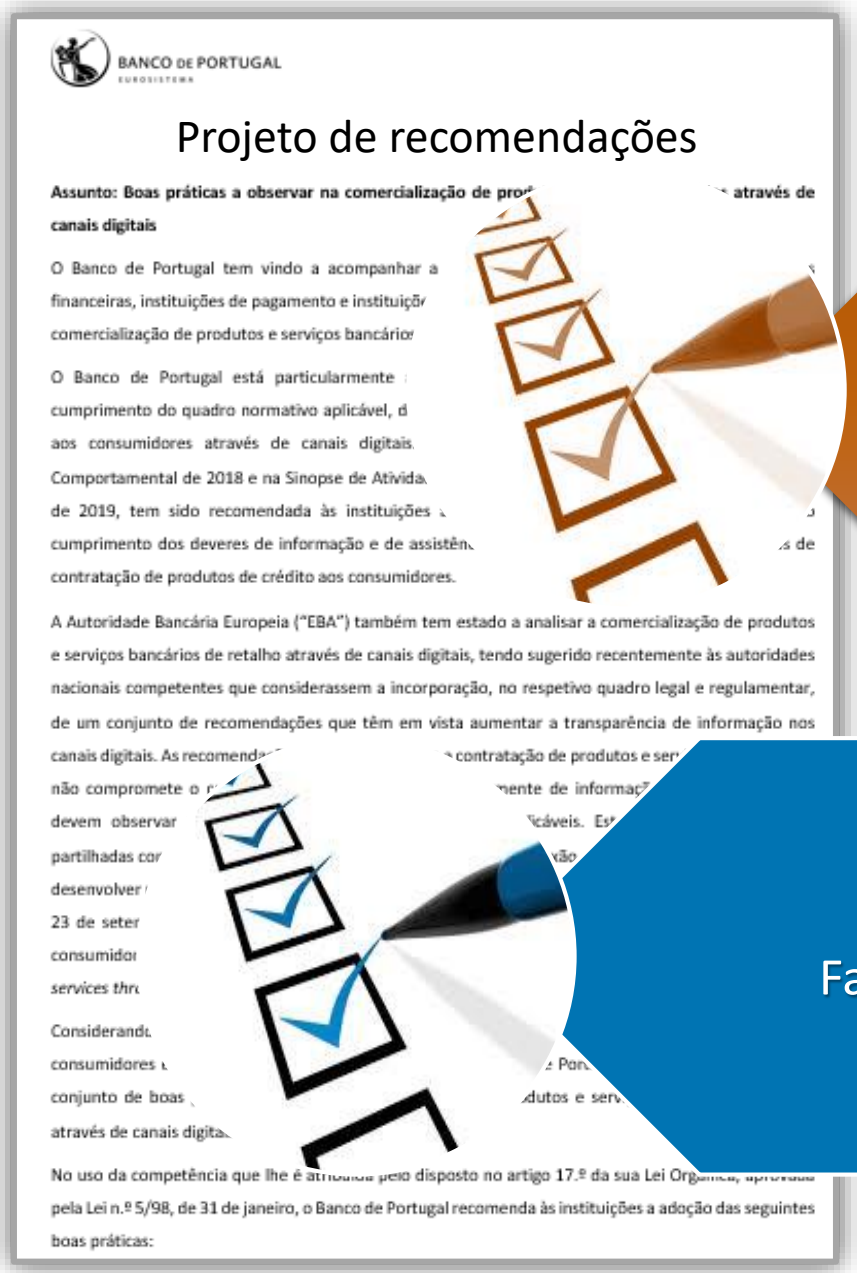
EBA Opinion on disclosure to consumers of banking services through digital means under DMFSD – 23 October 2019

Banco de Portugal adota as recomendações da EBA sobre a **prestação de informação na comercialização de produtos e serviços através de canais digitais**, colocando em consulta pública um projeto de **carta circular**, que visa:

Promover a transparência nos canais digitais

Garantir o *level playing field* entre as instituições supervisionadas

Incrementar uma fiscalização mais ágil e tempestiva


BANCO DE PORTUGAL
EUROSISTEMA

Projeto de recomendações

Assunto: Boas práticas a observar na comercialização de prod através de canais digitais

O Banco de Portugal tem vindo a acompanhar a financeiras, instituições de pagamento e instituiçõ comercialização de produtos e serviços bancário

O Banco de Portugal está particularmente cumprimento do quadro normativo aplicável, d aos consumidores através de canais digitais. Comportamental de 2018 e na Sinopse de Ativida de 2019, tem sido recomendada às instituições cumprimento dos deveres de informação e de assistên contratação de produtos de crédito aos consumidores.

A Autoridade Bancária Europeia ("EBA") também tem estado a analisar a comercialização de produtos e serviços bancários de retalho através de canais digitais, tendo sugerido recentemente às autoridades nacionais competentes que considerassem a incorporação, no respetivo quadro legal e regulamentar, de um conjunto de recomendações que têm em vista aumentar a transparência de informação nos canais digitais. As recomenda contratação de produtos e ser não compromete o r mente de informaç devem observar cáveis. Es partilhadas cor ção desenvolver 23 de seter consumido *services thr*

Considerand consumidores e Por conjunto de boas dutos e serv através de canais digita

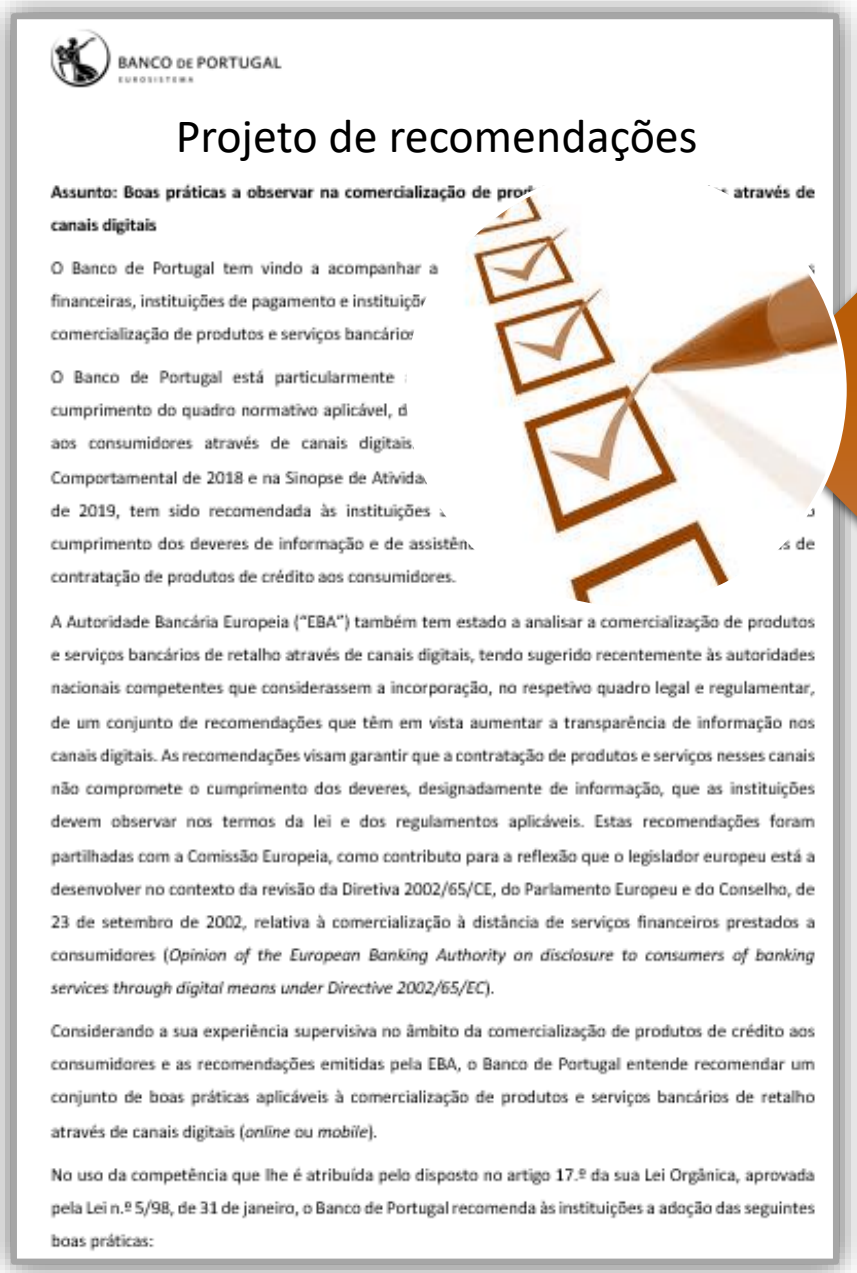
No uso da competência que lhe é atribuída pelo disposto no artigo 17.º da sua Lei Orgânica, aprovada pela Lei n.º 5/98, de 31 de janeiro, o Banco de Portugal recomenda às instituições a adoção das seguintes boas práticas:

RECOMENDAÇÕES GERAIS

Estilo e acessibilidade da informação

RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS

Fase pré-contratual, Fase da celebração do contrato, Fase da vigência do contrato



BANCO DE PORTUGAL
EUROSISTEMA

Projeto de recomendações

Assunto: Boas práticas a observar na comercialização de pro através de canais digitais

O Banco de Portugal tem vindo a acompanhar a financeiras, instituições de pagamento e instituiçõ comercialização de produtos e serviços bancário

O Banco de Portugal está particularmente cumprimento do quadro normativo aplicável, d aos consumidores através de canais digitais. Comportamental de 2018 e na Sinopse de Ativida de 2019, tem sido recomendada às instituições cumprimento dos deveres de informação e de assistên de contratação de produtos de crédito aos consumidores.

A Autoridade Bancária Europeia ("EBA") também tem estado a analisar a comercialização de produtos e serviços bancários de retalho através de canais digitais, tendo sugerido recentemente às autoridades nacionais competentes que considerassem a incorporação, no respetivo quadro legal e regulamentar, de um conjunto de recomendações que têm em vista aumentar a transparência de informação nos canais digitais. As recomendações visam garantir que a contratação de produtos e serviços nesses canais não compromete o cumprimento dos deveres, designadamente de informação, que as instituições devem observar nos termos da lei e dos regulamentos aplicáveis. Estas recomendações foram partilhadas com a Comissão Europeia, como contributo para a reflexão que o legislador europeu está a desenvolver no contexto da revisão da Diretiva 2002/65/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de setembro de 2002, relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores (*Opinion of the European Banking Authority on disclosure to consumers of banking services through digital means under Directive 2002/65/EC*).

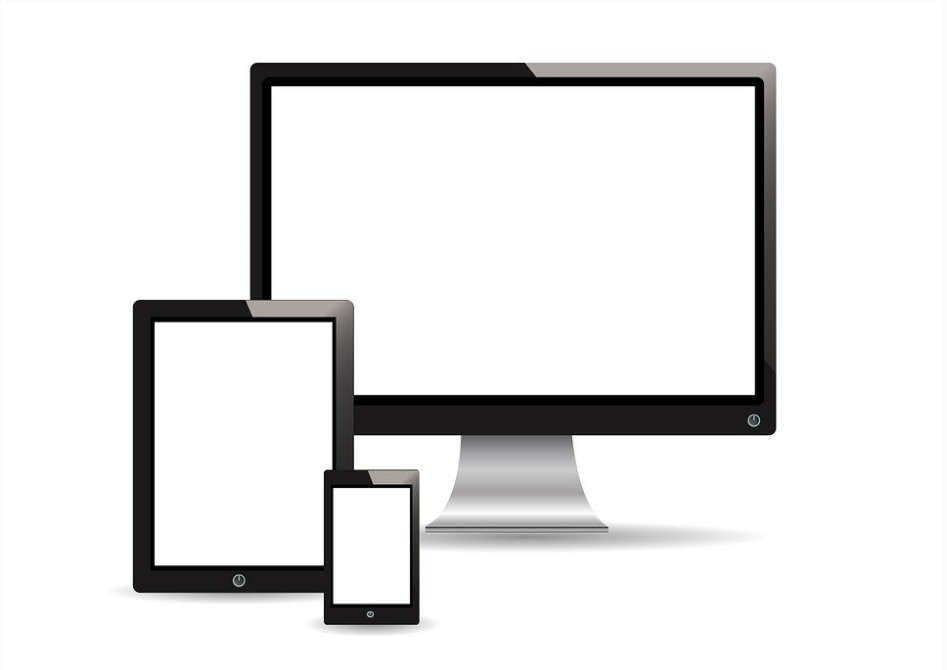
Considerando a sua experiência supervisiva no âmbito da comercialização de produtos de crédito aos consumidores e as recomendações emitidas pela EBA, o Banco de Portugal entende recomendar um conjunto de boas práticas aplicáveis à comercialização de produtos e serviços bancários de retalho através de canais digitais (*online* ou *mobile*).

No uso da competência que lhe é atribuída pelo disposto no artigo 17.º da sua Lei Orgânica, aprovada pela Lei n.º 5/98, de 31 de janeiro, o Banco de Portugal recomenda às instituições a adoção das seguintes boas práticas:

RECOMENDAÇÕES GERAIS

Estilo e acessibilidade da informação

- ✓ Avaliar se a informação prestada é adequada em termos de **conteúdo**, **forma de apresentação e destaque**, tendo em conta a plataforma de comercialização e o dispositivo utilizado para adquirir o produto bancário



- ✓ Utilizar uma **linguagem** e **forma de comunicação** que facilite a compreensão e clareza da informação

Frases curtas e diretas

Palavras-chave

Glossários

Listas de serviços incluídos

- ✓ Não utilizar **cores** ou **imagens** que dificultem a leitura e desviem a atenção do consumidor das características fundamentais do produto bancário

- ✓ Não utilizar cores ou imagens que dificultem a compreensão da informação aquando da sua impressão a preto e branco

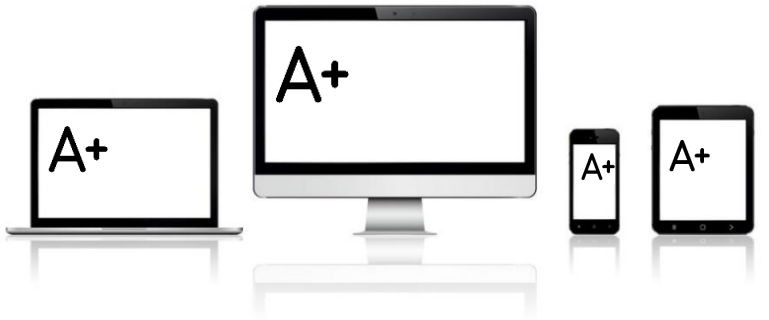
"Colour-coding the comparison table in order to make the format engaging and aid comparison improved consumers' choices further still, resulting in the highest share of consumers choosing the correct current account […]"

Comissão Europeia, *Behavioural study on the digitalisation of the marketing and distance selling of retail financial services*

- ✓ Utilizar um **tamanho de letra** que permita a adequada leitura no dispositivo utilizado

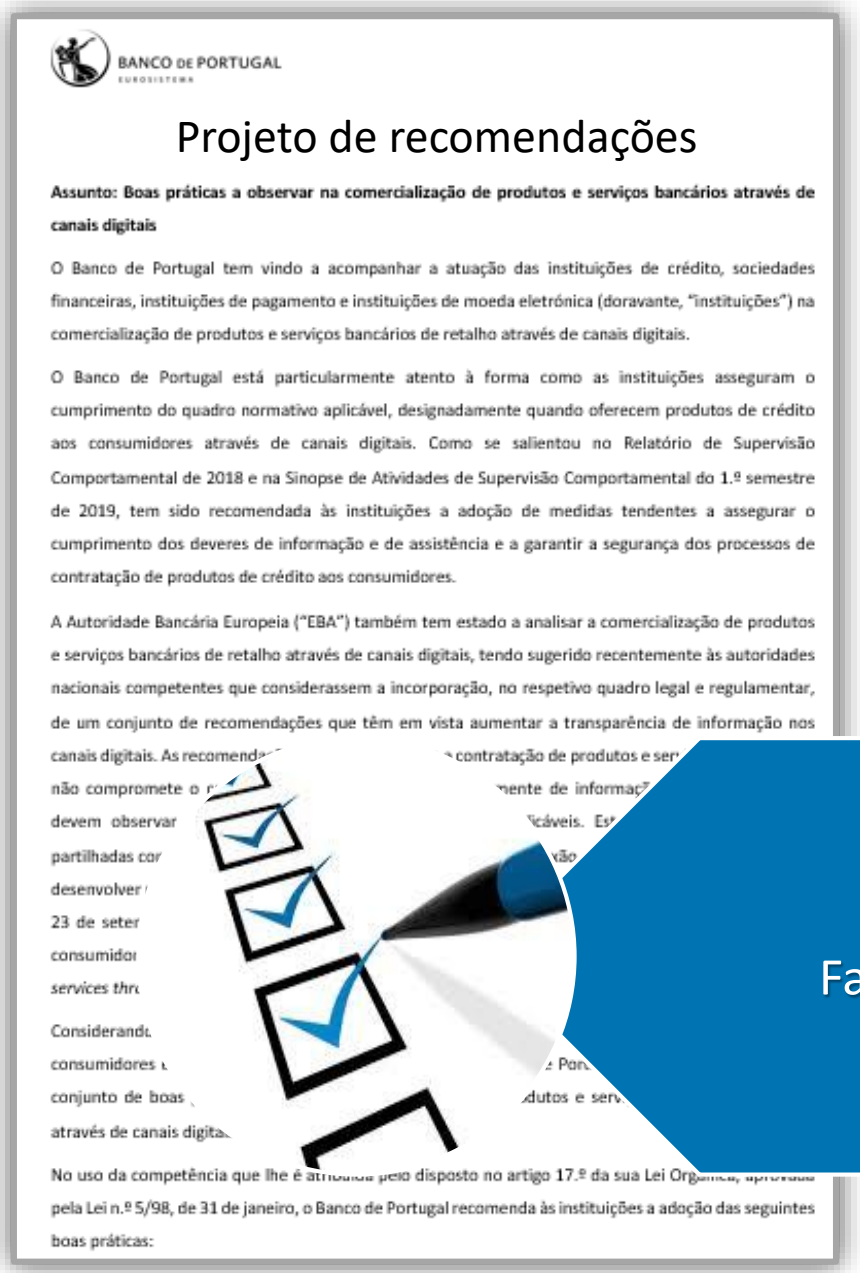
- ✓ Possibilitar a alteração do tamanho de letra definido por defeito

- ✓ Não utilizar um tamanho de letra inferior para a prestação de informação sobre as características fundamentais do produto bancário



- ✓ Quando utilizam **hiperligações**, assegurar que:
  - A informação sobre o produto bancário não fica fragmentada
  - As hiperligações são facilmente identificáveis pelos clientes bancários
  - As hiperligações direcionam os clientes bancários diretamente para a página onde se encontra a informação relevante
  - As hiperligações são testadas periodicamente

- ✓ Identificar o prestador com destaque similar à **marca** utilizada para a comercialização do produto bancário



BANCO DE PORTUGAL
EUROSISTEMA

Projeto de recomendações

Assunto: Boas práticas a observar na comercialização de produtos e serviços bancários através de canais digitais

O Banco de Portugal tem vindo a acompanhar a atuação das instituições de crédito, sociedades financeiras, instituições de pagamento e instituições de moeda eletrónica (doravante, "instituições") na comercialização de produtos e serviços bancários de retalho através de canais digitais.

O Banco de Portugal está particularmente atento à forma como as instituições asseguram o cumprimento do quadro normativo aplicável, designadamente quando oferecem produtos de crédito aos consumidores através de canais digitais. Como se salientou no Relatório de Supervisão Comportamental de 2018 e na Sinopse de Atividades de Supervisão Comportamental do 1.º semestre de 2019, tem sido recomendada às instituições a adoção de medidas tendentes a assegurar o cumprimento dos deveres de informação e de assistência e a garantir a segurança dos processos de contratação de produtos de crédito aos consumidores.

A Autoridade Bancária Europeia ("EBA") também tem estado a analisar a comercialização de produtos e serviços bancários de retalho através de canais digitais, tendo sugerido recentemente às autoridades nacionais competentes que considerassem a incorporação, no respetivo quadro legal e regulamentar, de um conjunto de recomendações que têm em vista aumentar a transparência de informação nos canais digitais. As recomenda contratação de produtos e ser
não compromete o r mente de informaç
devem observar cáveis. Es
partilhadas cor ção
desenvolver
23 de seter
consumido
services thr

Considerand
consumidores e Port
conjunto de boas dutos e serv
através de canais digita

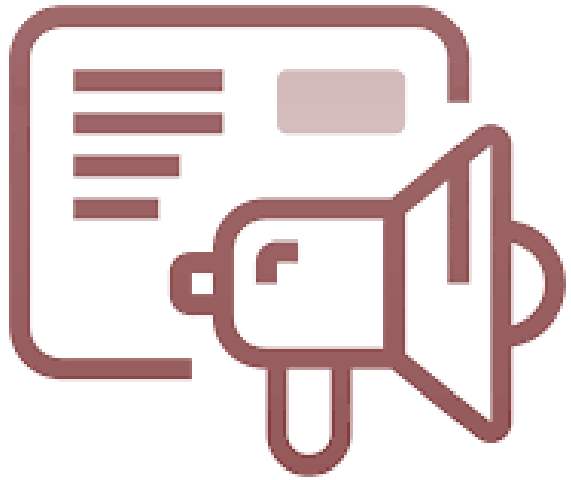
No uso da competência que lhe é atribuída pelo disposto no artigo 17.º da sua Lei Orgânica, aprovada pela Lei n.º 5/98, de 31 de janeiro, o Banco de Portugal recomenda às instituições a adoção das seguintes boas práticas:

RECOMENDAÇÕES ESPECÍFICAS

Fase pré-contratual, Fase da celebração do contrato, Fase da vigência do contrato

A. Fase pré-contratual de caráter geral

- ✓ Assegurar que os **encargos do produto bancário têm um destaque similar aos seus benefícios**, no que respeita ao tamanho de letra e cor utilizados



A. Fase pré-contratual de caráter geral

- ✓ Apresentar de **forma destacada** no ecrã ou página principal a informação sobre as características fundamentais do produto bancário, como as comissões e despesas eventualmente aplicáveis

A. Fase pré-contratual de caráter geral

✓ **Apresentar o processo de contratação**, tornando evidente para o consumidor:

- As várias fases do processo de contratação
- O eventual recurso a outros canais, dispositivos ou meios de comunicação
- Os eventuais elementos documentais necessários para a contratação do produto

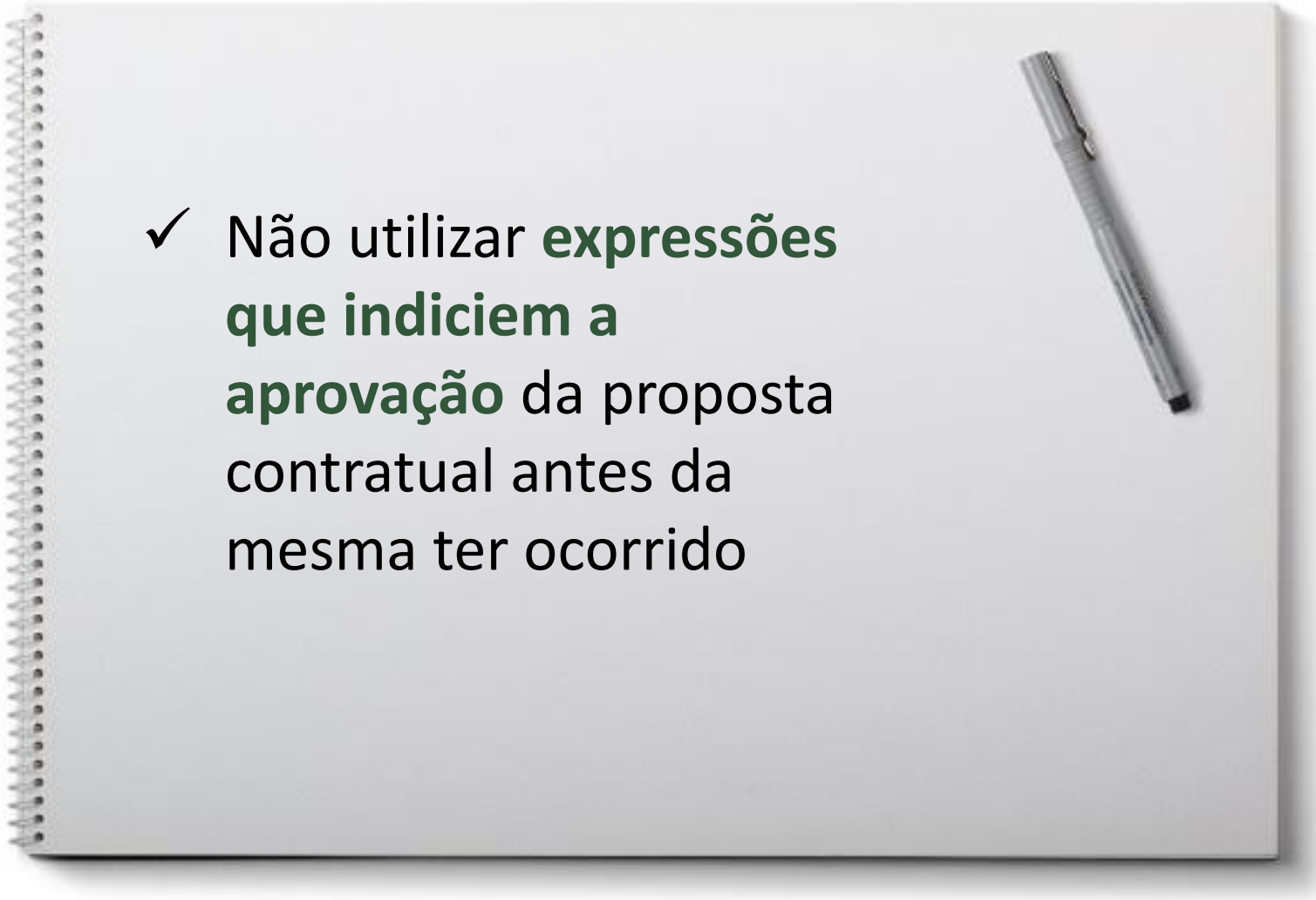
A. Fase pré-contratual de caráter geral

- ✓ Garantir que a informação de caráter geral sobre o produto bancário é facilmente acessível e pode ser descarregada (***download***)

A. Fase pré-contratual de caráter geral

- ✓ Incluir um espaço dedicado para informar o consumidor sobre os meios ao seu dispor para a apresentação de **reclamação** e para o recurso a **procedimento de resolução alternativa de litígios** (RAL)
- ✓ Identificar as entidades RAL a que a instituição aderiu e inserir hiperligação para os respetivos sítios na internet

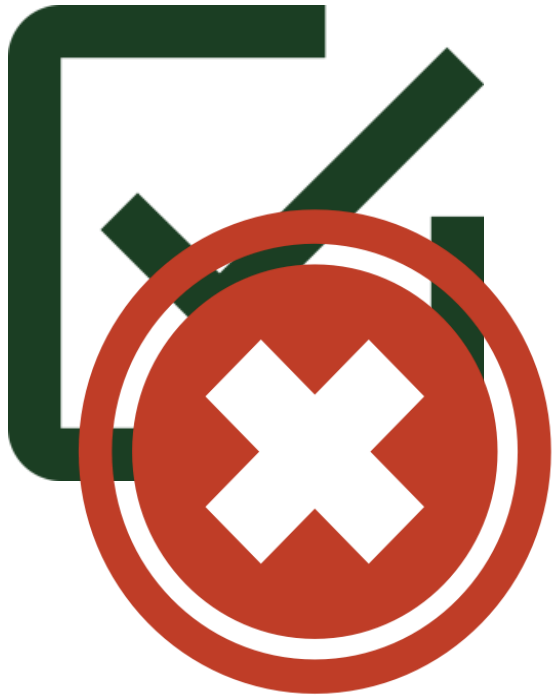
B. Fase pré-contratual personalizada



- ✓ Não utilizar **expressões que indiciem a aprovação** da proposta contratual antes da mesma ter ocorrido

B. Fase pré-contratual personalizada

- ✓ Não utilizar **opções selecionadas por defeito** (ex. nas vendas associadas facultativas - seguros)

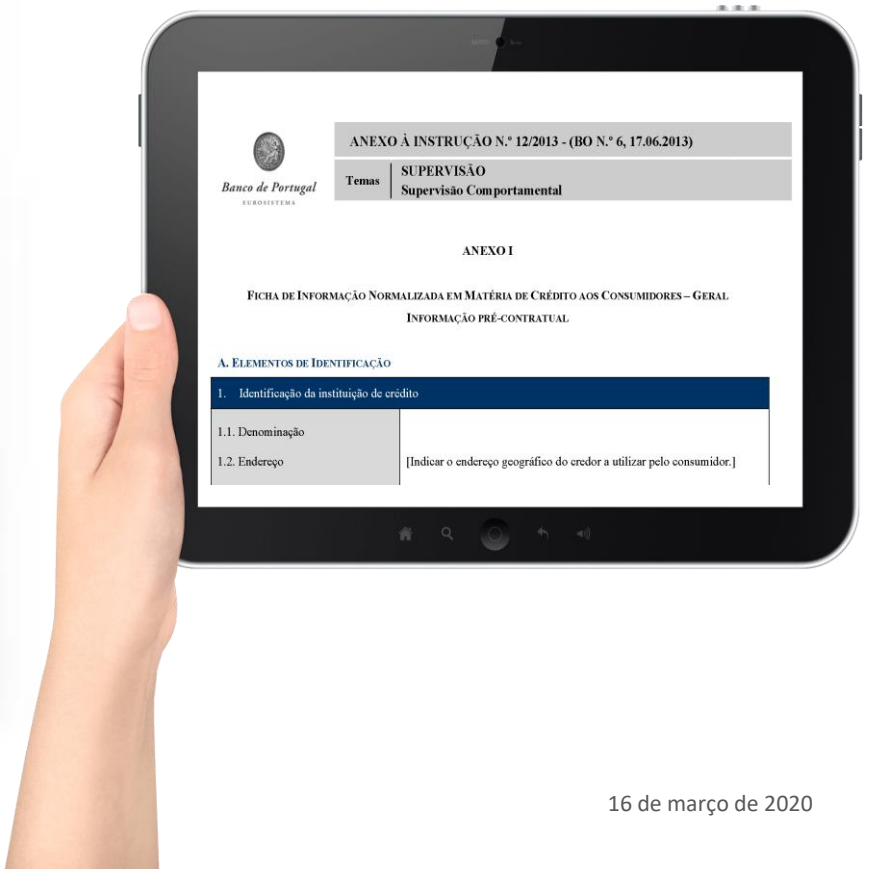


B. Fase pré-contratual personalizada

- ✓ **Separar a informação relativa a produtos acessórios** da informação relativa ao produto principal

B. Fase pré-contratual personalizada

- ✓ Assegurar a **navegação (*scroll down*) obrigatória** dos documentos de informação contratual



B. Fase pré-contratual personalizada

- ✓ Adequar os mecanismos de **assistência ao consumidor** ao dispositivo, ao produto bancário e ao processo de contratação em causa

Linha de atendimento	Perguntas frequentes	Infografias e vídeos explicativos	*Chatbot*

B. Fase pré-contratual personalizada

- ✓ Informar o consumidor da utilização de **processos de decisão exclusivamente automatizados** (nomeadamente com base em modelos de inteligência artificial) no âmbito da avaliação de risco de crédito

B. Fase pré-contratual personalizada

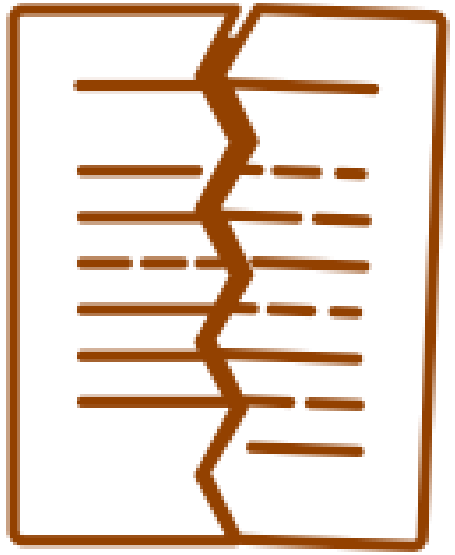
- ✓ Informar do **motivo da recusa de concessão de crédito** quando justificada na consulta à lista pública de execuções e/ou a bases de dados de responsabilidades de crédito, através do canal utilizado para a contratação do produto ou de outro meio de comunicação eletrónico

C. Fase da celebração do contrato

- ✓ Adotar **métodos robustos para confirmar a vontade de contratar** dos clientes bancários
- ✓ Informar previamente sobre os métodos disponíveis para a confirmação da vontade de contratar

D. Fase da vigência do contrato

- ✓ Permitir o exercício do **direito de livre revogação** de forma tão conveniente quanto a da celebração do contrato
- ✓ Possibilitar o exercício do direito através da plataforma de comercialização ou de gestão da relação contratual subjacente ao produto bancário



D. Fase da vigência do contrato

- ✓ Permitir o exercício do **direito de reembolso antecipado**, parcial ou total, de forma tão conveniente quanto a da celebração do contrato
- ✓ Possibilitar o exercício do direito através da plataforma de comercialização ou de gestão da relação contratual subjacente ao produto bancário

D. Fase da vigência do contrato

- ✓ Utilizar **canais de comunicação instantâneos para alertar o consumidor para a disponibilização de comunicações relevantes**, quando considerado apropriado e mediante o prévio consentimento do consumidor

Os contributos devem ser remetidos até ao próximo dia **30 de abril de 2020** para:

clientebancario@bportugal.pt

“Better information provision, at the right stage and at the right format, has very powerful effects and is essential to helping consumer make good choices.”

Comissão Europeia, *Behavioural study on the digitalisation of the marketing and distance selling of retail financial services*

Consulta Pública

Recomendações a serem observadas na comercialização de produtos bancários através de canais digitais

Departamento de Supervisão Comportamental do
Banco de Portugal

16 de março de 2020

BANCO DE PORTUGAL
EUROSISTEMA