

תל אביב, כ' בשבט, תשפ"א

02 בפברואר, 2021

חוזר ח-06-2652

לכבוד

התאגידים הבנקאיים וחברות כרטיסי אשראי

הנדון: ניהול אשראי צרכני

(ניהול בנקאי תקין הוראה מספר 311A)

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 תאגידים בנקאיים וסולקים מול הלקוחות (להלן, לשם הנוחות – "תאגידים בנקאיים"). התנהלות כאמור, מעוגנת בין היתר בחובות האמון והזהירות החלות עליהם בהוראות 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 לתאגיד הבנקאי. 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 דרישות 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 בתחום האשראי ללקוחות הצרכניים, ובכללן הוראה מספר 449 "פישוט הסכמים ללקוח", הוראה מספר 450 "הליכי גביית חובות", הנחיות ל"שיווק יזום של הלוואות קמעונאיות".
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 הגופים הרלוונטיים המפוקחים על ידי הפיקוח על הבנקים ומעמידים אשראי צרכני.

הגדרות (סעיף 7)

9. אשראי צרכני מוגדר כאשראי ליחידים למעט אשראי לעוסקים שמטרתו עסקית, למעט הלוואות בבטיחות 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 מיליון ש"ח. ההגדרה אינה כוללת אשראי שניתן אגב הליכי גבייה וארגון מחדש של חובות בעייתיים.

דברי הסבר

ההוראה חלה על אשראי בעל מאפיינים צרכניים בלבד הניתן ללקוחות פרטיים, ואשראי פרטי לעוסקים, ואשר סכומו המרבי אינו עולה על הנקוב בחוק אשראי הוגן, נכון להיום כ-1,197,707.36 ₪. מובהר כי במקרים בהם קיים ספק בדבר מטרת ההלוואה בחשבון של עוסק, תחשב ההלוואה כהלוואה שלא לשימוש אישי, ביתי או משפחתי. ההחרגה של אשראי שניתן אגב הליכי גבייה וארגון מחדש של חובות בעייתיים נועדה לאפשר לתאגיד הבנקאי את הגמישות המתחייבת לשם מתן טיפול מיטבי ללקוחות אלו. בהקשר זה חלה הוראה 450 "הליכי גביית חובות".

10. שיווק אשראי יזום מוגדר כפנייה אישית של התאגיד הבנקאי ללקוח לשם הצעת אשראי, בין של התאגיד הבנקאי עצמו או באמצעות נותן שירות כהגדרתו בהוראה 359A, לרבות אגב פנייה בעניין אחר או פנייה בנקודות מכירה או השכרה. עם זאת, עדכון כללי של הלקוח על האפשרות לקבלת אשראי באתר אינטרנט או באפליקציה או בצ'ט לא יחשב אשראי יזום.

דברי הסבר

פרסום או פניה ללקוח, לרבות לקוח פוטנציאלי, על אפשרות לקבלת אשראי, בלא שמתנהלת בינו לבין הבנק שיחה אישית, לא יחשב אשראי יזום. שיחה אישית יכול שתתנהל במגוון אמצעי תקשורת, כדוגמת שיחה טלפונית, צ'ט אינטרנטי, יישומים להעברת מסרים וכיוצ"ב.

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, או ללא אימות או תיקוף מלא של המידע, 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 ממאגר נתוני אשראי לפי חוק 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 ואמצעי בקרה על עובדים העוסקים בשיווק אשראי יזום יבטיחו את ההתנהלות ההוגנת כלפי לקוחות ולא יעודדו שיווק אגרסיבי של אשראי (סעיף 16.8).

דברי הסבר

מנגנוני תגמול לעובדים המבוססים על יעדי ביצוע אישיים כגון היקף העמדת אשראי או יעדים ברמת היחידה המבוססים על היקף העמדת אשראי כפרמטר יחיד, עלולים להוביל לשיווק אשראי באופן שאינו עומד בסטנדרטים ראויים של הוגנות כלפי הלקוח. על התאגיד הבנקאי לגבש נהלי שיווק ומכירה שיבטיחו התנהלות הוגנת וראויה כלפי הלקוח ולנקוט בפעולות ניטור ובקרה אשר יאכפו את ביצועם על ידי העובדים.

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. כמו כן, על התאגיד הבנקאי להימנע למשך שלושה חודשים מפניה חוזרת ללקוח אשר השיב בשלילה להצעה דומה, ולאפשר ללקוח להסיר את שמו מרשימת שיווק. על אף האמור, פנייה ללקוח בתוך תקופת שלושת החודשים מותרת כאשר היא נעשית בנקודת מכירה או השכרה, או אם נועדה להסדרת חריגה או חריגה צפויה ממסגרת האשראי. בנוסף, נדרש התאגיד הבנקאי לאפשר ללקוח לבטל את העסקה ולפרוע את האשראי בתוך שלושה ימי עסקים ללא עמלות, למעט הוצאות הקבועות בתקנה 3(1) ותקנות הסדרת הלוואות חוץ בנקאיות (החרגת סוגי עסקאות אשראי מתחולת החוק והחרגת הוצאות מגדר "תוספת"), התשע"ט – 2019. על התאגיד הבנקאי ליידע את הלקוח על זכותו זו במועד ההתקשרות (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 ללא עמלות, למעט הוצאות מסוימות שנגרמו לתאגיד הבנקאי בשל אשראי זה. מובהר כי במקרים בהם מועד הפניה ומועד ההתקשרות אינם זהים, על התאגיד הבנקאי לעדכן את הלקוח על זכותו זו בשני המועדים.

13.3. נקבעו כללים מחייבים לאופן שיווק אשראי בנקודות מכירה או השכרה ושלא אגב רכישת מוצר: תהליך השיווק יבוצע במתחם ייעודי (שאינו בקופות), על ידי עובד או נציג התאגיד הבנקאי בלבד. עובד קופה של נקודת המכירה או ההשכרה רשאי ליידע את הלקוחות אודות האפשרות לקבל אשראי במתחם הייעודי. המתחם יסומן 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 או ההשכרה, יסייע ללקוח למקד את תשומת ליבו בהצעת האשראי ובתנאיה, ולהבחין בין התאגיד הבנקאי משווק האשראי לבין עובדי נקודת המכירה/ההשכרה. על אף הדרישה כי תהליך שיווק האשראי יבוצע במלואו במתחם הייעודי על ידי עובד או נציג של התאגיד הבנקאי, רשאי עובד הקופה בנקודת המכירה או ההשכרה להפנות את תשומת לב הלקוחות למתחם

הייעודי. הדרישה להסכמה נוספת של הלקוח בטרם העמדת האשראי בפועל, המתקבלת במועד מאוחר יותר ממועד השיווק בנקודת המכירה, נועדה לאפשר ללקוח הזדמנות להפעלת שיקול דעת נוסף לפני נטילת האשראי בפועל, במנותק מהמשווק ומנקודת המכירה. דרישה זו אינה חלה על שיווק כרטיסי אשראי עליו חלים הדינים הנוגעים למאפייני מוצר זה לרבות חוק שירותי תשלום, התשע"ט-2019.

תהליכים לאישור אשראי (סעיפים 23-31)

14. תהליכי החיתום יכללו מודל 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, על מידע מתוקף ועל מידע מאומת. התאגיד הבנקאי נדרש לקבוע את רמת העדכניות הנדרשת של המידע ואת השיטות והצעדים הנדרשים לתיקוף ולאימות המידע (סעיפים 25-30).

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 31).

דברי 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. הוראה זו מעגנת מסרים וציפיות פיקוחיות בתחום זה שנמסרו למערכת הבנקאית מעת לעת, ובכלל זה מכתב המפקחת "שיווק יזום של הלוואות קמעונאיות" מיום 17 בנובמבר 2015 (בל--512). (15).

תחילה

18. תחילתה של ההוראה 9 חודשים מיום פרסום חוזר זה באתר האינטרנט; ואולם, תחילתם של הסעיפים הנוגעים לשיווק אשראי צרכני (סעיפים 17-22 להוראה) 3 חודשים מיום הפרסום.

עדכון הקובץ

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

<u>להכניס עמוד</u>	<u>להוציא עמוד</u>
(01/21) [1] 311A-1-6	—

בכבוד רב,

יאיר אבידן
המפקח 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 בית 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.
התנהגות כלפי לקוח שאינה עולה בקנה אחד עם תפיסה זו מהווה סיכון התנהגותי לתאגיד הבנקאי (Conduct Risk).
3. 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 (להלן – "חוק אשראי הוגן").
על התאגיד הבנקאי לוודא קיומה של תרבות ארגונית נאותה המבטיחה מחויבות, מדיניות ותהליכים כדי להבטיח את האמור.
4. לצד חובת הגילוי והשקיפות ללקוח אודות תנאי האשראי המוצע ויתרת חשבונותיו, על התאגיד הבנקאי לוודא התאמה בין מאפייני האשראי המוצע ללקוח לבין מטרת האשראי ויכולתו הפיננסית לעמוד בהתחייבויותיו.
הוראה זו מפרטת דרישות סף מהתאגידי הבנקאיים, בדגש על היבטים צרכניים, המשלימה להוראות הדין, לרבות להוראות 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: "תאגיד בנקאי", בהתאמה):
 - (1) תאגיד בנקאי כהגדרתו בסעיף 1 לחוק;
 - (2) תאגיד כאמור בסעיפים 11 (א) (א3) ו-1 (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 ליחידים, למעט הלוואה שניתנה לעוסק שלא לשימוש אישי, ביתי או משפחתי ;
2. האשראי אינו הלוואה לדיור כהגדרתה בסעיף 3 להוראת ניהול בנקאי תקין מספר 451, בנושא "נהלים למתן הלוואות לדיור";
3. סכום האשראי אינו עולה על הסכום המרבי כאמור בסעיף 15(ב)(1) בחוק אשראי הוגן, וסכום האשראי המצרפי של הלווה בתאגיד הבנקאי אינו עולה על 5 מיליוני ש"ח ;
4. האשראי לא ניתן אגב הליכי גבייה וארגון מחדש של חובות בעייתיים.

שיווק אשראי פנייה אישית ללקוח, לרבות באמצעות נותן שירות כהגדרתו בהוראה A359, שלא לפי בקשתו הספציפית לצורך הצעת אשראי צרכני, לרבות אגב פנייה בעניין אחר או פנייה בנקודות מכירה או השכרה. לעניין זה, לא יחשב שיווק אשראי יזום : פניה כללית המיועדת לכלל הלקוחות או לפלח לקוחות מסוים, עדכון הלקוח על אפשרותו לקבל אשראי באמצעות האזור האישי שלו באתר האינטרנט של התאגיד הבנקאי, באפליקציה של התאגיד הבנקאי, בפירוט דפי החשבון או פניה בציט.

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, יודא 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 ומאפייני תלונות של לקוחות בקשר עם פעילות 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 אשראי שניתן באמצעות נותן שירות כהגדרתו בהוראה A359.

מדיניות אשראי צרכני

14. המדיניות והנהלים יכסו את כל ההיבטים של האשראי הצרכני ברמת הלווה.

15. בקביעת המדיניות רשאי התאגיד הבנקאי להתייחס להיקף המידע הנדרש, לרמת התיקוף ולאופן אימות המידע בהליכי חיתום וחידוש אשראי, הלוקח בחשבון את היקף האשראי, איכות הלווה וניסיון מצטבר בפעילות עם הלווה. האמור ייקבע 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 בהן נדחה פירעון הקרן או הריבית למועד מאוחר יותר (דחיה חלקית / מלאה, משך תקופת הדחיה, מקור החזר לאחר סיום תקופת הדחיה) ואשראי מתגלגל (מנגנון החיוב ועדכון סכום החיוב).

16.4. קריטריונים להעמדת אשראי צרכני ללקוח שיכללו, לכל הפחות, הערכת האיתנות הפיננסית של הלווה, דירוג הלווה וניסיון מצטבר בהתנהלות הלווה בתאגיד הבנקאי.

16.5. התייחסות לשימוש במאגרי מידע, ממקורות מידע פנימיים וחיצוניים, למשל, מידע ממאגר נתוני אשראי בהתאם לחוק נתוני אשראי, התשע"ו - 2016 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 : יחס מקסימאלי בין סך החזר החודשי (לרבות החזרים בגין הלוואות לדיר) להכנסה הפנויה והכנסה חודשית פנויה מינימלית.

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 אשראי צרכני בהתאם לסוג האשראי, אופי ותדירות השיווק ;

16.7.2. מאפיינים לאוכלוסיות שככלל לא יהוו יעד לשיווק אשראי יזום, כגון אוכלוסיות מוחלשות;

16.8. מנגנוני קביעת יעדים, הערכה, תגמול, ואמצעי בקרה על העובדים העוסקים בשיווק אשראי, לרבות עובדי מיקור חוץ, אשר 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, וכן 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, פשוט, סביר וגלוי להסרת לקוח מרשימת שיווק על פי בקשתו, ויביא זאת לידיעת הלקוח, בין היתר, כנדרש בחוק הגנת הפרטיות, התשמ"ה-1981 ובחוק התקשורת (בזק ושידורים), התשמ"ב-1982.

21. בשיווק אשראי יזום, על התאגיד הבנקאי:

21.1. ככלל, להימנע משיווק אשראי יזום לאוכלוסיות מוחלשות ולצעירים עד גיל 21;

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 ההתקשרות בעסקה, ללא עמלות, וליידע את הלקוח על כך במועד ההתקשרות על אף האמור, רשאי התאגיד הבנקאי לגבות מהלקוח את ההוצאות הקבועות בתקנה 3(1) לתקנות הסדרת הלוואות חוץ בנקאיות (החרגת סוגי עסקאות אשראי מתחולת החוק והחרגת הוצאות מגדר "תוספת"), התשע"ט 2019;

21.4. להימנע מפנייה יזומה ללקוח אשר השיב בשלילה להצעת אשראי דומה בעבר, למשך שלושה חודשים לפחות. האמור ברישא לא יחול על שיווק בנקודת מכירה או השכרה ופנייה יזומה לצורך הסדרת חריגה או חריגה צפויה ממסגרת אשראי.

21.5. שיווק האשראי ללקוח יתועד, בין אם הסתיים בהעמדת אשראי בפועל, ובין אם לאו.

22. בעת שיווק אשראי בנקודות מכירה או השכרה ושלא לטובת מימון רכישת או שכירת מוצר או שירות המשווק בנקודת המכירה או ההשכרה (להלן - "שיווק אשראי לכל מטרה"): :

22.1. שיווק אשראי לכל מטרה יבוצע במלואו במתחם ייעודי (שאינו בקופות), על ידי עובד או נציג של התאגיד הבנקאי בלבד. עם זאת, עובד קופה בנקודת המכירה או ההשכרה רשאי

ליידע את הלקוחות אודות האפשרות לקבלת אשראי במתחם הייעודי. מתחם זה יסומן בשילוט בולט וברור המציג את זהות התאגיד הבנקאי, את השירות המוצע בנקודת המכירה או ההשכרה וכן אזהרה באשר לאי עמידה בפירעון ההלוואה קבוע 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 עסקת האשראי וידגיש כל שינוי שחל בפרטי ההצעה במקור, ככל שהיה וככל שהתאגיד הבנקאי רשאי לשנותו לאחר שניתנה ההצעה המקורית. האמור בסעיף זה לא יחול על שיווק כרטיסי אשראי עליו חלים הדינים הנוגעים למאפייני מוצר זה לרבות חוק שירותי תשלום התשע"ט-2019.

22.3. התאגיד הבנקאי יקיים פיקוח ובקרה אחר אשראי שמקורו בנקודות המכירה או השכרה במטרה להבטיח התנהלות נאותה כלפי הלקוחות תוך הבחנה בגורם משווק האשראי. במסגרת זאת יינתן דגש לבקרה אחר ביצוע השיווק בגבולות המתחם הייעודי.

תהליכים לאישור אשראי

23. תאגיד בנקאי יברר את מטרת האשראי ואת צרכי הלווה ויתאים אליהם את מאפייני האשראי המוצע, בהתאם 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.

27. אישור אשראי יתבסס על מידע, כגון היכרות התאגיד הבנקאי עם הלווה ומאפייניו הרלבנטיים, מידע מאומת, מידע מתוקף, מידע שיצהיר עליו ומידע נוסף ממקורות ומאגרי מידע אחרים. התאגיד הבנקאי יגדיר בנהליו את רמת העדכניות הנדרשת של המידע ואת איכות המידע הנדרש, בין היתר בהתחשב בהיקף האשראי, דרוג הלווה והניסיון המצטבר מפעילותו בתאגיד הבנקאי. לעניין זה: הצהרת לווה בלבד, ללא תיקוף המידע, תיחשב לרמת איכות מידע נמוכה.

28. 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 ו/או למלווים אחרים.
29. על התאגיד הבנקאי להבטיח קיומן של מערכות תפעוליות הולמות התומכות בניתוח המידע וקבלת החלטות אשראי זהירות.
- 29.1. המערכות יכללו את כלל המידע הרלבנטי המשמש בסיס להחלטת האשראי, כמו גם תיעוד אימות ותיקוף של מידע.
- 29.2. המידע המוזן למערכות התפעוליות על הלווה ועל העסקה צריך להיות עדכני, מדויק ומעובד ביעילות. המידע ישמר באופן המאפשר כריית המידע לצרכי ניהול, בקרה וביקורת.
- 29.3. המערכות יבטיחו העמדת אשראי בהתאם למדרג הסמכויות השונות, ויכללו מערך לניהול הרשאות, וחסמים מיכוניים במוקדי סיכון.
30. על התאגיד הבנקאי לקיים בקרות טכנולוגיות הולמות לתמיכה במתן אשראי בערוצים המקוונים.
31. הסתמכות על ביטחונות, לרבות ערבויות ושיקים בעסקת ניכיון שיקים, כפופה לכללים הבאים :
- 31.1. ככלל, ביטחונות אינם מהווים תחליף לבחינת הלווה, נכונותו ויכולתו הפיננסית לפרוע את ההלוואה.
- 31.2. על התאגיד הבנקאי לקבוע קריטריונים לדרישת ביטחונות.
- 31.3. על התאגיד הבנקאי לקבוע מתודולוגיות ונהלים להערכת שווי של ביטחונות ומרווחי הביטחון המיוחסים להם.
- 31.4. על התאגיד הבנקאי לוודא את קיומם של התנאים המשפטיים הנדרשים להסתמכות על הביטחונות, ולקיים תהליכים שיבטיחו את מימושם במידת הצורך.
- 31.5. התאגיד הבנקאי יקפיד על תקינות ושלמות המידע על הביטחונות.

עדכונים

חוזר 06 מס'	גרסה	פרטים	תאריך
2652	1	הוראה מקורית	02/02/2021