

Codul de conduită aplicabil furnizorilor de servicii financiare nebancare

AUTORITATEA DE SUPRAVEGHERE FINANCIARĂ

CUPRINS

Fundamentare	3
Domeniul de aplicare	5
Cadrul legislativ	6
Principii de conduită	9
Principii ale modului în care se realizează informarea consumatorului	12
Cerințe generale la încheierea contractului	14
Limitări ale drepturilor	17
Principii specifice aplicabile entităților în funcție de piața financiară unde desfășoară activitate	19
Principii specifice aplicabile entităților reglementate din piața asigurărilor	19
Principii specifice aplicabile entităților reglementate din piața de capital	27
Principii specifice aplicabile entităților reglementate din sistemul de pensii private	35
Contractul la distanță	37
Comerțul electronic	41
Căi de soluționare a litigiilor	43

Fundamentare

Misiunea Autorității de Supraveghere Financiară (ASF) are ca repere esențiale protejarea drepturilor consumatorilor produselor financiare specifice piețelor nebankare, dezvoltarea acestor piețe, asigurarea transparenței și a stabilității lor sistemice. ASF monitorizează constant și atent entitățile care își desfășoară activitatea în piața financiară nebankară la nivel de practici, comportamente, produse, clauze contractuale, precum și în ceea ce privește aspecte legate de transparență sau activități neautorizate, în contextul asigurării unei protecții adecvate a consumatorilor. Asigurarea unei piețe stabile și a dezvoltării acesteia se bazează pe gradul de încredere manifestat de consumatori, la rândul său acesta fiind definit de nivelul de asimetrie de informații și comportamentul entităților, hazardul moral, nevoile reale și posibilitățile financiare, nivelul de educație financiară atât al consumatorilor cât și al vânzătorilor de produse și servicii financiare etc.

Astfel, în relația cu consumatorii entitățile trebuie să promoveze produse și servicii în condiții de transparență și corectitudine, astfel încât aceștia să poată înțelege caracteristicile produselor și să poată asimila corect condițiile contractuale, recunoscând atât drepturile cât și obligațiile ce le revin. Consumatorii trebuie să primească toate informațiile necesare pentru o utilizare corespunzătoare, potrivit destinației inițiale a produselor sau serviciilor financiare.

Prezentul Cod și propune să aducă îmbunătățirea transparenței în ceea ce privește drepturile consumatorilor în cadrul contractelor financiare încheiate cu profesioniștii, asigurarea unui nivel mai înalt de protecție a consumatorilor și o bună funcționare a pieței.

ASF, în baza atribuțiilor ce îi revin, recunoaște importanța oferirii unei modalități clare și transparente a obligațiilor furnizorului de servicii, printr-o exprimare concisă a termenilor utilizați, o adresabilitate ușoară și nu în ultimul rând o corectitudine în furnizarea serviciului. Alegerea consumatorului, având în vedere multitudinea ofertării, trebuie să fie realizată în cunoștință de cauză și să aibă la bază principiul transparenței și al corectitudinii.

La realizarea acestui Cod s-au avut în vedere prevederi conținute de Directiva 2011/83/UE privind drepturile consumatorilor, considerând dreptul consumatorilor de a fi informați

încă din stadiul pre-contractual, respectiv de necesitatea inițierii de către operatorii economici a unor demersuri în vederea protecției consumatorilor.

Legislația aplicabilă protecției consumatorilor din România instituie obligația operatorilor economici de a pune pe piață numai produse sau servicii sigure, care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, de a se comporta în mod corect în relațiile cu consumatorii și de a nu folosi practici incorecte. Orice vânzare forțată este interzisă prin lege. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia.

În contextul prezentului Cod, sunt prevăzute prevederile legale care stipulează drepturile consumatorilor, respectiv:

- a) dreptul de a fi informat – obligația legiuitorului și a autorității de a asigura cadrul legal necesar transparenței decizionale, de a facilita consumatorului accesul la informații de interes pentru adoptarea unei decizii raționale etc.; consumatorii trebuie să fie informați complet, corect și precis, asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și să fie educați în calitatea lor de consumatori.
- b) dreptul de a-și cunoaște drepturile și obligațiile – obligația autorității de a asigura o informare dedicată consumatorilor și de a desfășura campanii de informare clare și formulate într-un limbaj adecvat acestora (simplu și concis), în medii accesibile ușor, respectiv campanii de educare a consumatorilor.
- c) dreptul de a negocia și a plăti un preț corect și de a putea compara prețurile între ele – să nu fie permise situații de monopol sau cazuri de abuz, fraudă, lipsă de transparență, practici incorecte sau neautorizate, publicitate înșelătoare ș.a., să fie cunoscute costurile implicate și acestea să poată fi comparate.
- d) dreptul de a primi asistență – obligația autorității de a asigura asistență consumatorilor printr-un sistem accesibil acestora și lipsit de costuri.
- e) dreptul de a avea acces la peționare și la un sistem de soluționare a disputelor – obligația autorității de a interveni și de a restabili situații de legalitate sau normalitate.

Activitatea tuturor entităților reglementate trebuie să aibă în vedere în primul rând protecția consumatorului. Drept urmare, activitatea trebuie să fie conformă cu litera și spiritul acestui Cod.

Domeniul de aplicare

Prezentul Cod se aplică piețelor financiare nebancale ce sunt supuse reglementării și supravegherii ASF, respectiv oricărui contract încheiat între un comerciant profesionist și un consumator de instrumente, produse sau servicii financiare comercializate pe aceste piețe.

În cazul în care vreo dispoziție a prezentului Cod intră în contradicție cu o dispoziție a unui act din legislația națională ce transpune un act al Uniunii Europene care reglementează sectoarele specifice, dispozițiile acestuia din urmă prevalează și se aplică piețelor specifice în cauză.

ASF este autoritatea competentă ce asigură cadrul adecvat necesar supravegherii funcționării eficiente a piețelor financiare asupra:

- a. intermediarilor de operațiuni cu instrumente financiare, societăților de servicii de investiții financiare, organismelor de plasament colectiv, societăților de administrare a investițiilor, consultanților de investiții financiare, piețelor de instrumente financiare, operatorilor de piață și de sistem, depozitarilor centrali, caselor de compensare-decontare, contrapărților centrale, operațiunilor de piață, emitenților de valori mobiliare, Fondului de compensare a investițiilor;
- b. societăților comerciale de asigurare, de asigurare-reasigurare și de reasigurare, a societăților mutuale, denumite în continuare asigurători, respectiv reasigurători, precum și a intermediarilor în asigurări, asigurătorilor și reasuratorilor care își desfășoară activitatea în sau din România, intermediarilor în asigurări și reasigurări, precum și a altor activități;

- c. sistemului de pensii private privind fondurile de pensii administrate privat;
- d. tuturor entităților, instituțiilor, operatorilor de piață și emitenților de valori mobiliare, precum și operațiunilor și instrumentelor financiare reglementate de legislația secundară.

Acest Cod nu se aplică activităților de reasigurare sau investitorilor profesionali.

Cadrul legislativ

Elaborarea Codului s-a efectuat în conformitate cu competențele deținute de către ASF ce este organizată și funcționează în baza prevederilor OUG nr. 93/2012 privind înființarea, organizarea și funcționarea Autorității de Supraveghere Financiară, cu modificările și completările ulterioare și în temeiul următoarelor acte legislative în baza cărora ASF își exercită atribuțiile de autorizare, reglementare, supraveghere și control:

- a) Legea nr. 297/2004 privind piața de capital, cu modificările și completările ulterioare;
- b) OUG nr. 32/2012 privind organismele de plasament colectiv în valori mobiliare și societățile de administrare a investițiilor precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 297/2004 privind piața de capital, cu modificările și completările ulterioare;
- c) Regulamentul ASF nr. 9/2014 privind autorizarea și funcționarea societăților de administrare a investițiilor, a organismelor de plasament colectiv în valori mobiliare și a depozitarilor organismelor de plasament colectiv în valori mobiliare, cu modificările și completările ulterioare;
- d) Regulamentul ASF nr. 32/2006 privind serviciile de investiții financiare, cu modificările și completările ulterioare;
- e) OG nr. 9/2004 privind unele contracte de garanție financiară, cu modificările și completările ulterioare;

- f) OUG nr. 99/2006 privind instituțiile de credit și adecvarea capitalului, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 227/2007, cu modificările și completările ulterioare;
- g) Regulamentul ASF nr. 9/2015 privind procedura de soluționare de către entitățile reglementate și supravegheate de Autoritatea de Supraveghere Financiară în baza Legii nr. 297/2004 privind piața de capital și a Legii nr. 74/2015 privind administratorii de fonduri de investiții alternative a petițiilor referitoare la activitatea acestora pe piața de capital, cu modificările și completările ulterioare;
- h) Legea nr. 32/2000 privind activitatea și supravegherea intermediarilor în asigurări și reasigurări, cu modificările și completările ulterioare;
- i) Legea nr. 260/2008 privind asigurarea obligatorie a locuitorilor împotriva cutremurelor, alunecărilor de teren și inundațiilor, republicată;
- j) Legea nr. 213/2015 privind Fondul de garantare a asiguraților, cu modificările și completările ulterioare;
- k) Directiva 2016/97/UE privind distribuția de asigurări, cu modificările și completările ulterioare;
- l) Legea nr. 85/2014 privind procedurile de prevenire a insolvenței și de insolvență, cu modificările și completările ulterioare;
- m) Legea nr. 503/2004 privind redresarea financiară, falimentul, dizolvarea lichidarea voluntară în activitatea de asigurări, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- n) Norma ASF nr. 24/2014 privind procedura de soluționare a petițiilor referitoare la activitatea asiguraților și brokerilor de asigurare;
- o) Legea nr. 411/2004 privind fondurile de pensii administrate privat, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- p) Norma ASF nr. 7/2007 privind prospectul schemei de pensii private, cu modificările și completările ulterioare;

- q) Legea nr. 204/2006 privind pensiile facultative, cu modificările și completările ulterioare;
- r) Norma ASF nr. 16/2010 privind prospectul schemei de pensii facultative, cu modificările și completările ulterioare;
- s) Legea nr. 187/2011 privind înființarea, organizarea și funcționarea Fondului de garantare a drepturilor din sistemul de pensii private;

Prevederile acestor legi se coroborează cu:

- a) Legea nr. 296/2004 privind Codul consumului, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- b) OG nr. 21/1992 privind protecția consumatorilor, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- c) Legea nr. 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între profesioniști și consumatori, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- d) Legea nr. 158/2008 privind publicitatea înșelătoare și publicitatea comparativă, republicată;
- e) Legea nr. 363/2007 privind combaterea practicilor incorecte ale comercianților în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările și completările ulterioare;
- f) OG nr. 85/2004 privind protecția consumatorilor la încheierea și executarea contractelor la distanță privind serviciile financiare, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- g) Legea societăților nr. 31/1990, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- h) OUG nr. 34/2014 privind drepturile consumatorilor în cadrul contractelor încheiate cu profesioniștii, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative, cadru legislativ în vigoare însă fără aplicabilitate asupra serviciilor financiare, normă inspirațională pentru asigurarea unui cadru de reglementare care să nu intre

în conflict legal cu prevederile altor norme, cu modificările și completările ulterioare.

Dispozițiile prezentului Cod sunt recomandate a fi aplicate întocmai de entitățile autorizate, reglementate și/sau supravegheate de către ASF. În cazul în care nu aplică prevederile Codului, entitățile vor transmite ASF un punct de vedere fundamentat (principiul *comply or explain*) pentru a explica decizia luată și pentru a descrie care sunt măsurile echivalente adoptate în vederea asigurării protecției consumatorilor.

Principii de conduită

Respectarea acestor principii este aplicabilă tuturor furnizorilor de servicii financiare nebankare a căror activitate se desfășoară pe teritoriul României și care este autorizată, reglementată și/sau supravegheată de către ASF.

În acest context, entitățile reglementate trebuie să respecte următoarele **principii de conduită** în relația cu consumatorii:

1. Actul prestat să fie onest, corect și profesional în interesul clienților și astfel încât să nu se aducă atingere drepturilor și intereselor legitime ale acestora.
2. Este interzisă orice faptă de abuz pe piață.
3. Să nu folosească clauze contractuale potențial abuzive, permițând consumatorului refuzul pentru a încheia un astfel de contract.
4. O clauză contractuală care nu a fost negociată direct cu consumatorul va fi considerată abuzivă dacă, prin ea însăși sau împreună cu alte prevederi din contract, creează, în detrimentul consumatorului și contrar cerințelor bunei-credințe, un dezechilibru semnificativ între drepturile și obligațiile părților. O clauză contractuală va fi considerată ca nefiind negociată direct cu consumatorul, dacă aceasta a fost stabilită fără a da posibilitatea consumatorului să influențeze natura

ei, cum ar fi contractele preformulate sau condițiile generale de vânzare practicate de comercianți pe piața produsului sau serviciului respectiv.

5. Să nu înceteze vânzarea/prestarea unui produs/serviciu de cumpărarea/prestarea altui produs/serviciu.
6. Să nu inducă consumatorul în mod deliberat în eroare prin imprudență, neglijență cu privire la avantajele reale sau dezavantaje oricărui produs sau serviciu.
7. Să nu exercite o presiune excesivă sau o influență nefundată asupra unui consumator.
8. Să nu aducă atingere, prin procedurile sau practicile de lucru (atât cele reglementate în contracte, cât și cele legate strict de modalitatea de lucru a prepușilor angajați în relația cu consumatorii), îndeplinirii unor obiective comerciale legitime.
9. Să dovedească în acțiunea sa competență, grijă și diligență în interesul clienților săi printr-o informare completă, concretă și inteligibilă a consumatorului astfel încât decizia pe care o adoptă să corespundă cât mai bine intereselor lor economice, în deplină siguranță și securitate.
10. Să permită accesul la gama de produse/servicii financiare nebancale.
11. Să informeze corect consumatorul încă din faza pre-contractuală asupra tuturor condițiilor stipulate în contract și să redacteze clar și precis clauzele contractuale.
12. Să prezinte în mod complex toate informațiile, materialele relevante, inclusiv toate taxele, comisioanele aplicabile într-un mod clar transparent astfel încât consumatorul să conștientizeze informația transmisă și să nu forțeze vânzarea către acesta.
13. În comunicarea cu consumatorul, entitatea reglementată nu trebuie să excludă, să restrângă sau să restricționeze:
 - a) orice răspundere juridică sau obligație de diligență dobândite de un consumator în conformitate cu legislația în vigoare sau în temeiul prezentului Cod;

- b) orice responsabilitate datorată unui consumator pentru eşecul de a exercita gradul de calificare, îngrijire și diligență, care ar putea fi de așteptat, în mod rezonabil în furnizarea unui serviciu financiar nebanca și
- c) orice altă sarcină de a acționa cu pricepere, grijă și diligență, care se datorează unui consumator în legătură cu furnizarea către acel consumator de servicii financiare nebanca.
- 14.** Să formeze un preț corect la care va vinde produsul sau serviciul și să respecte vânzarea la prețul afișat și comunicat consumatorului la momentul ofertării inițiale. Excepție fac situațiile în care consumatorul anunță schimbarea datelor aferente cererii de ofertă.
- 15.** Să se asigure că orice activitate externalizată pe teritoriul României se supune de drept prevederilor legale aplicabile și cerințelor prezentului Cod.
- 16.** Să utilizeze eficient resursele, politicile și procedurile, sistemele de control, inclusiv controale de conformitate, precum și formarea personalului care sunt necesare pentru respectarea prezentului Cod.
- 17.** Să evite producerea conflictului de interese.
- 18.** Să corecteze erorile și să soluționeze reclamațiile/sesizările într-un mod rapid, eficient și echitabil. Entitatea reglementată trebuie să aibă proceduri extrajudiciare adecvate, eficace, imparțiale și independente de reclamație/despăgubire.
- 19.** Să solicite informații relevante clienților pentru a putea oferi produsul sau serviciul conform profilului de risc.
- 20.** Să prelucrez corect informațiile furnizate de către consumator cu respectarea cerințelor privind protecția datelor cu caracter personal conform legislației în vigoare.
- 21.** Entitățile reglementate au obligația de a pune pe piață numai produse sau servicii care corespund caracteristicilor prescrise sau declarate, de a se comporta în mod corect în relațiile cu consumatorii și de a nu folosi practici incorecte.

22. Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs/serviciu, de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs/serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea sau de cumpărarea unui produs/serviciu.
23. Publicitatea trebuie să fie decentă, corectă și să fie elaborată în spiritul responsabilității sociale. Se interzice publicitatea care este înșelătoare, este subliminală, exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor.
24. Entitățile reglementate care își fac publicitate trebuie să fie în măsură să probeze exactitatea afirmațiilor, indicațiilor sau prezentărilor din anunțul publicitar și sunt obligate, la solicitarea ASF, să furnizeze documentele care să probeze exactitatea acestora.

Principii ale modului în care se realizează informarea consumatorului

1. Entitatea trebuie să se asigure că toate informațiile care le furnizează unui consumator sunt clare, precise, lizibile, actualizate și scrise în limba română, iar furnizarea informațiilor s-a efectuat pe un suport durabil.
2. Entitatea trebuie să furnizeze informația către un consumator în timp util având în vedere urgența situației și timpul necesar pentru ca orice consumator să înțeleagă și să reacționeze la informațiile furnizate. Informațiile, caracteristicile produsului, condițiile legate de un produs sunt furnizate înainte de încheierea contractului.
3. Metoda de prezentare a informațiilor nu trebuie să fie una mascată sau să includă omisiuni. Astfel, informațiile cheie sunt aduse în atenția consumatorului și nu se realizează o diminuare a importanței lor.
4. Dacă comunicarea către consumator se realizează prin mijloace electronice se va asigura securitatea informațiilor primite sau transmise în atenția sa.

5. Indiferent de canalul de distribuție ales, entitatea trebuie să ofere consumatorilor același nivel de protecție. Această protecție trebuie să fie proporțională cu orice activitate suplimentară aplicată de către entitatea reglementată.
6. Entitatea trebuie să colecteze și să prelucreze suficiente informații din partea consumatorului astfel încât nivelul de informare să fie adecvat naturii și complexității produsului/serviciului solicitat de consumator. Elementele de identificare pot fi: nevoile, obiectivele, vârsta, sănătatea, cunoșterea și experiența în produsele financiare, statutul ocupațional, veniturile, datoriile și angajamentele financiare, atitudinea față de risc etc.
7. Refuzul consumatorului în furnizarea informațiilor solicitate nu poate atrage răspunderea entității pentru neofertarea unui produs/serviciu.
8. În cazul în care entitatea, în baza informațiilor colectate, poate recomanda consumatorului o selecție, aceasta va fi cea mai apropiată de nevoile consumatorului.
9. Ofertarea nu se poate face în mod excesiv, în detrimentul interesului consumatorului.
10. Înainte de furnizarea produsului/serviciului, entitatea trebuie să redacteze o declarație de adecvare, o declarație scrisă ce stabilește motivele pentru care produsul recomandat este considerat a fi cel mai potrivit pentru acest consumator. Declarația va lua în calcul nevoile și obiectivele, circumstanțele personale, situația financiară, profilul de risc și atitudinea la risc, limitările existente. Entitatea trebuie să semneze declarația și să remită consumatorului o copie a acesteia întrucât, acest document, în temeiul căruia s-a făcut ofertarea/recomandarea, are la bază tocmai adecvarea la nevoile consumatorului. Excepție fac cazurile în care prestarea serviciului trebuie realizată concomitent cu declarația de adecvare (ex. cazul asigurărilor), aceasta poate fi înmănată după furnizarea produsului/serviciului. Declarația de adecvare nu este luată în calcul dacă consumatorul specifică produsul dorit și nu dorește consilierea din partea entității în alegerea produsului/serviciului.

Cerințe generale la încheierea contractului

La data solicitării venite din partea consumatorului cu privire la încheierea unui contract, entitatea reglementată are obligația de a identifica nevoile reale ale consumatorului în vederea recunoașterii acestuia, a vulnerabilității sale, astfel încât entitatea reglementată să vină în sprijinul consumatorului printr-o ofertare corectă a produsului de care acesta are nevoie.

În cazul grupului de consumatori, clar identificabil, practica comercială trebuie evaluată din perspectiva membrului mediu al grupului.

La încheierea unei relații comerciale printr-un contract, se vor respecta următoarele principii:

1. Entitatea reglementată trebuie să se asigure că denumirea unui produs sau serviciu nu induce în eroare în ceea ce privește beneficiile pe care produsul sau serviciul le poate oferi consumatorului.
2. O entitate reglementată care este îndrituită în primirea directă a unei plăți de la sau în numele unui consumator pentru un produs sau serviciu financiar trebuie să furnizeze respectivului consumator un document ce trebuie să includă următoarele informații:
 - a) numele și adresa entității reglementate;
 - b) numele consumatorului care a furnizat plata, sau în numele cui este asigurată aceasta;
 - c) valoarea plății primite și data la care a fost primită;
 - d) scopul plății.
3. În cazul în care o entitate reglementată are o relație de reprezentare cu o persoană ce acționează în numele unui consumator, în baza unei procuri, entitatea reglementată trebuie:
 - a) să obțină o copie certificată a împuternicirii avocațiale (unde este cazul);

- b) să se asigure că împuternicirea permite persoanei să acționeze în numele consumatorului;
 - c) să funcționeze în limitele stabilite prin puterea de avocat.
4. Contractele încheiate de entitatea reglementată trebuie să conțină clauze clare, fără echivoc, pentru înțelegerea cărora nu sunt necesare cunoștințe de specialitate.
 5. Anexele și clauzele speciale sau suplimentare fac parte integrantă din contracte și nu pot exista contradicții în aceste acte față de contract.
 6. Toate costurile ce sunt sau pot fi generate în timpul desfășurării contractului și care se constituie ca obligație a consumatorului vor fi comunicate acestuia înainte de semnarea contractului, în valoare clară. În cazul în care această exprimare nu este posibilă, costurile vor fi exprimate astfel încât consumatorul să cunoască și să poată calcula cuantumul lor.
 7. Elementele de identificare și caracterizare din contract trebuie să fie scrise cu același font, înscrise la vedere, în mod vizibil, lizibil și ușor de înțeles (font de minim 10), pe hârtie sau alt suport durabil, culoarea de fond a hârtiei pe care este redactat contractul trebuie să fie în contrast cu cea a fontului utilizat. Orice avertizare făcută de entitate trebuie să se realizeze printr-o poziționare corectă, la vedere păstrându-se dimensiunea fontului din contract.
 8. Orice modificare pe care entitatea reglementată intenționează să o facă, inclusiv cea privind modificarea gamei de servicii sau a prestatorilor acestor servicii, se va realiza printr-o notificare prealabilă a consumatorului, notificare remisă acestuia cu cel puțin 30 zile înainte de data de la care se dorește a realiza această modificare.
 9. În termenul de 30 zile, consumatorul are dreptul de a se opune modificărilor unilaterale dorite de entitatea reglementată, și trebuie prevăzută în contractele cadru.
 10. Entitatea reglementată trebuie să folosească în contracte termeni care să prevadă:
 - a) denumirea juridică, denumirea comercială, adresa datele de contact ale entității;
 - b) confirmarea faptului că entitatea este autorizată, licențiată sau înregistrată și numele autorității competente care a autorizat-o sau a înregistrat-o;

- c) o descriere a activităților prestate;
 - d) în cazul în care entitatea reglementată acționează ca un intermediar, o descriere a serviciilor oferite pentru fiecare tip de produs;
 - e) o prezentare a taxelor impuse în mod direct de entitatea reglementată;
 - f) precizarea modului în care se va utiliza datele personale ale unui consumator;
 - g) un rezumat al politicii entității reglementate în ceea ce privește conflictele de interes;
 - g) o schiță a acțiunii și căile de atac pe care entitatea reglementată poate să le ia în cazul neplății de către consumator;
 - i) un rezumat al procedurilor privind plângerile/reclamțiile operate de entitate;
 - j) denumirea entității, natura și nivelul de protecție disponibile din sistem pentru cazul în care entitatea reglementată este un membru al unei scheme de compensații;
 - k) data intrării în vigoare a contractului;
 - l) o declarație că este supusă Codului consumatorului de servicii financiare nebancaire.
- 11.** Entitatea reglementată trebuie să se asigure că documentele care conferă dreptul de proprietate sunt furnizate consumatorului în timp util sau ~~suplimentar~~ pentru păstrarea în siguranță, în baza unui acord, pe suport de hârtie sau pe alt suport durabil în conformitate cu ~~condițiile~~ condițiile de autorizare a entității reglementate. Documentele care conțin date cu caracter personal nu pot avea caracter public, cu excepția cazurilor prevăzute expres de lege.
- 12.** În cazul în care o entitate reglementată intenționează să-și înceteze activitatea, să fuzioneze cu o altă entitate, să realizeze un transfer de ~~funcții~~ funcții, obligațiuni, să ceseze portofoliul sau să fuzioneze cu o altă entitate are obligativitatea de a anunța consumatorii, prin notificare, cu privire la acest eveniment, respectiv cu privire la modalitatea în care se va desfășura activitatea sa pe viitor și să permită în mod nemijlocit consumatorului transferul acestuia la o altă entitate pe care o solicită și pe care o consideră conformă cu nevoile sale.

13. Entitatea reglementată are obligația de a informa consumatorul cu privire la riscurile la care acesta este supus.
14. Entitatea reglementată nu poate invoca secretul comercial sau profesional, cu excepția cazurilor prevăzute de lege.
15. În cazul în care consumatorul dorește sau solicită prestarea unor servicii ce exced contractului inițial, părțile sunt obligate să încheie ori un act modificator, ori un nou contract și să respecte condițiile contractuale astfel stipulate.
16. În cazul entităților reglementate, ce încheie contracte la distanță, acestea au obligativitatea de a informa consumatorul cu privire la existența sau inexistența dreptului de denunțare unilaterală, durata minimă pentru care se încheie acest contract, dreptul părților de a rezilia contractul, orice clauză contractuală ce prevede instanța competentă în soluționarea eventualelor litigii între părți.
17. O entitate reglementată trebuie să includă în contract frazele, sintagmele ce presupun atenționarea, avertizarea consumatorului într-un mod cât mai clar și mai vizibil.
18. Cerințele în materie de informare prevăzute în prezentul Cod completează cerințele de informare cuprinse în alte norme legale incidente.
19. Toate entitățile reglementate vor informa consumatorii cu privire la existența sau inexistența unui fond de garantare sau de compensare căruia consumatorul i se poate adresa în cazul unei situații de insolvență sau faliment.
20. În cazul în care consumatorul este nemulțumit de serviciile financiare nebankare angajate contractual și/sau prestate de entitățile reglementate, acesta se poate adresa prin reclamații/sesizări în mod gratuit entității, ASF și/sau SAL-Fin în vederea rezolvării disputei. Entitatea reglementată va comunica aceste informații consumatorului încă din etapa pre-contractuală.

Limitări ale drepturilor

1. Este interzisă (fiind și neloială în politica concurențială) condiționarea vânzării către consumator a unui produs de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu.
2. Este interzis refuzul vânzării unui produs sau prestării unui serviciu către un consumator dacă solicitarea acestuia îndeplinește toate cerințele prevăzute în actele premergătoare încheierii contractului (cerere, anexe etc.).
3. Entitatea reglementată nu poate impune clauze abuzive ce pot conduce la folosirea unor practici comerciale incorecte în vânzare, astfel încât opțiunea consumatorului să fie influențată.
4. Prezumția ca într-un contract să fie inserate clauze abuzive, este dată mai ales de existența unor impresii înșelătoare/dubii ale consumatorului, acestea putând fi generate și de omisiuni sau cereri de documente irelevante (sub impresia seriozității).
5. Entitatea reglementată trebuie să excludă posibilitatea de a exista dubii asupra interpretării unor clauze contractuale, în caz contrar acestea vor fi interpretate în favoarea consumatorului.
6. Entitatea reglementată, prin acțiunea sa, inclusiv prin omiterea unei informații esențiale necesare consumatorului mediu, nu trebuie să determine sau să fie susceptibilă de a determina consumatorul mediu în luarea unei decizii de tranzacționare pe care altfel nu ar fi luat-o.
7. Entitatea reglementată nu poate solicita consumatorului documente ce nu pot fi considerate în mod rezonabil relevante pentru a stabili dacă prețen a este validă, sau lipsa sistematică a răspunsului la corespondență pertinentă, cu scopul de a -l determina pe acesta să renunțe la drepturile sale contractuale.
8. Este interzisă orice publicitate care este înșelătoare, subliminală, prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morală publică, include discriminări, aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor,

prejudiciază securitatea persoanelor sau favorizează comercializarea unor servicii financiare nebancale distribuite contrar prevederilor legale.

9. Nicio clauză contractuală și nicio înțelegere între părți nu poate anula sau restrânge dreptul consumatorului de a denunța sau rezilia contractul, aceasta este nulă de drept. Drepturile părților referitoare la o justă despăgubire nu vor fi afectate în cazul denunțării unilaterale.

Principii specifice aplicabile entităților în funcție de piața financiară unde desfășoară activitate

Principii specifice aplicabile entităților reglementate din piața asigurărilor

Contractul de asigurare este cel care reprezintă în fapt produsul de asigurare, serviciul oferit de asigurător, fiind element component al pieței asigurărilor. Chiar dacă un contract de asigurare facultativă este oțelegere între părți, această înțelegere e trebuie să se realizeze pe o piață ordonată și transparentă, într-o manieră corectă pentru ambele părți implicate, în caz contrar fiind afectate drepturile părților și stabilitatea financiară. Rezultatul activității asigurătorilor este deopotrivă subiect al supravegherii ASF, ca parte a pieței asigurărilor.

Entităților pieței asigurărilor (societăți de asigurare, intermediari – brokeri, agenți) le revine deopotrivă obligația de a informa consumatorii și de a veni în sprijinul acestora, pentru a permite producerea corectă a cererii și ofertei.

Principii:

1. Încheierea contractului de asigurare este prezumată de emiterea de către asigurator a poliței de asigurare sau a certificatului de asigurare.
2. Asigurătorul are obligația ca la încheierea unui contract, să remită asiguratului următoarele informații în scris sau pe orice alt suport durabil în limba română sau în orice altă limbă cu care părțile au fost de acord.

Informații despre asigurător:

- a) denumirea asiguratorului și forma juridică;
- b) numărul de ordine din Registrul asiguraților/asiguratorilor și intermediarilor în asigurări și/sau în reasigurări;
- c) adresa sediului social/adresa sucursalei/adresa agenției și numărul de telefon.

Informații despre contractul de asigurare:

- a) definirea fiecărui eveniment asigurat, a indemnizației de asigurare în cazul producerii evenimentului asigurat, a fiecărui beneficiu și a cluzelor opționale/suplimentare;
- b) excluderile din asigurare;
- c) momentul începerii și cel al încetării contractului de asigurare;
- d) modalitățile de executare, suspendare sau încetare a contractului de asigurare;
- e) modalitatea prin care se plătesc primele, durata și termenele de plată a primelor de asigurare;
- f) modalitatea și termenele de plată a indemnizațiilor de asigurare, a sumelor de răscumpărare și a sumelor asigurate;
- g) informații despre primele aferente fiecărui beneficiu, atât cele principale, cât și cele suplimentare, după caz;
- h) informații despre perioada de grație;
- i) modalitățile de calcul și de distribuție a bonusurilor și a sumelor reprezentând participarea la profit, dacă este cazul;
- j) indicarea valorii de răscumpărare totale, a sumelor asigurate reduse, precum și a nivelului până la care acestea sunt garantate pentru fiecare an de asigurare din cadrul perioadei de asigurare acoperite prin contractul de asigurare;
- k) informații despre situațiile în care valoarea de răscumpărare a poliței este 0;

- l) informații despre natura activelor, definirea unităților de care sunt legate beneficiile pentru asigurările de viață și anuități legate de fonduri de investiții;
- m) o simulare a evoluției valorii contului contractantului, precum și a valorii de răscumpărare totale la sfârșitul fiecărui an de asigurare din cadrul perioadei acoperite prin contractul de asigurare pentru asigurările de viață și anuități care sunt legate de fonduri de investiții; această simulare se va face menținându-se constantă valoarea unității pe toată durata derulării contractului de asigurare;
- n) procedurile de soluționare a eventualelor litigii rezultate din executarea contractului de asigurare, respectiv informații despre modalitățile de rezolvare pe cale amiabilă a reclamațiilor formulate de asigurați sau de beneficiarii cuprinși în contractele de asigurare, după caz, acestea neconstituind o restrângere a dreptului clientului de a recurge la procedurile judiciare legale;
- o) informații generale privind deducerile prevăzute de legislația fiscală care se aplică contractelor de asigurare;
- p) informații privind orice drepturi pe care părțile le pot avea în vederea rezilierii contractului înainte de termen sau unilateral, inclusiv penalități impuse de contract în astfel de cazuri;
- q) legea aplicabilă contractului de asigurare;
- r) existența Fondului de garantare.

Comunicarea către consumator a celor stipulate mai sus se poate face ori prin oferta comercială a entității reglementate, ori prin contractul cadru, ori printr-o anexă la acesta, cu condiția ca oricare dintre aceste modalități de comunicare să îmbrace forma unui înscris explicit de luare la cunoștință, înscris semnat sau asumat de consumator în mod expres în acest sens.

3. La încheierea unui contract de asigurare de viață, asiguratorii au obligația să realizeze analiza nevoilor financiare ale clientului astfel putându-se determina cât mai corect profilul de risc al acestuia și, în baza acestor elemente, ulterior, să se facă recomandarea unui tip de contract de asigurare, respectiv a unui fond de investiții potrivit profilului de risc rezultat (cazul poliței unit-linked).
4. O poliță de asigurare trebuie să indice următoarele elemente:

- a) numele sau denumirea, domiciliul ori sediul părților contractante, numele beneficiarului asigurării dacă acesta nu este parte la contract.
 - b) obiectul asigurării; bunuri, persoane și răspundere civilă;
 - c) momentul începerii și cel al încetării răspunderii asiguratorului;
 - d) primele de asigurare;
 - e) sumele asigurate;
 - f) riscurile asigurate;
 - g) alte elemente care stabilesc drepturile și obligațiile părților.
5. Intermediarul sau asiguratorul vor răspunde consumatorului (asigurat sau polițar asigurat), corect și complet, la întrebările adresate de acesta, astfel încât consumatorul să fie informat și să înțeleagă și cunoască produsul de asigurare respectiv.
6. La vânzarea unui produs de asigurare societățile de asigurare și intermediarii în asigurări vor explica consumatorului clauzele cuprinse în contractul de asigurare, în special cu privire la obiectul asigurării (inclusiv excluderi), la procedura aferentă unei daune, la drepturile și obligațiile părților. Este dreptul consumatorilor de a fi informați încă din perioada pre-contractuală cu privire la clauzele unui contract. La solicitarea consumatorilor, societățile de asigurare trebuie să pună la dispoziția solicitantului un exemplar al contractului de asigurare, permițându-i acestuia un timp suficient pentru a analiza și a înțelege conținutul contractului.
7. În cazul poliței de tip unit-linked consumatorului i se va înmânași prospectul fondului de investiții în care vor fi investite primele de asigurare după ce în prealabil acestuia i-a fost prezentată evoluția detaliată a contractului (proiecția). Intermediarul sau asiguratorul nu va face promisiuni referitoare la evoluția ulterioară a investițiilor, precizând că proiecția este doar o posibilă evoluție, aceasta fiind influențată de mai mulți factori de risc ce pot apărea în timp. Intermediarul sau asiguratorul vor explica consumatorului noțiunile (definiții, mecanisme ș.a.) cuprinse în prospectul fondului și vor răspunde acestuia corect și complet la toate întrebările adresate.
8. Entitățile care activează în domeniul asigurărilor și care comercializează produse de asigurare de viață cu componentă investițională au obligația instituirii de politici proprii privind conflictele de interese și stimulente, conform prevederilor art. 27-29 din

Directiva UE/2016/97 privind distribuția de asigurări . Principiile care stau la baza politicilor proprii privind conflictele de interese vor cuprinde, fără a se limita la:

- măsuri pentru definirea și par de urmat pentru identificarea, prevenirea, managementul și dezvăluirea/prezentarea conflictelor de interese;
- stabilirea criteriilor pentru determinarea tipurilor de conflicte de interese care ar putea fi în detrimentul clienților sau potențialilor clienți;
- păstrarea unor registre/evidențe cu situațiile de conflicte de interese apărute.

Politicile scrise ale entităților ar trebui să cuprindă:

- prevederi clare care să stipuleze că niciun stimulent nu poate aduce atingere obligației intermediarului de asigurări sau asigurătorului de a acționa onest, corect și profesionist în interesul suprem al consumatorilor săi;
- măsurile întreprinse pentru reglarea stimulentei, care includ metodologii de clasificare a stimulentei;
- exemple de stimulente care sunt considerate a avea un impact negativ, în detrimentul clienților; astfel de stimulente sunt interzise.

9. Înainte de încheierea contractului, asigurătorul sau intermediarul, după caz, vor prezenta consumatorului toate costurile implicate de contractul de asigurare sau care ar putea fi suportate de consumator. Fiecare contract de asigurare să prevadă costurile suportate de asigurat în valoare specificată, fie explicit în cadrul contractului, fie ca anexă, constituindu-se o listă a costurilor ce derivă sau pot deriva din respectivul contract. Conform legislației în vigoare, consumatorul are dreptul de a fi informat încă din faza pre-contractuală cu privire la toate costurile care ar putea să îi revină conform relației contractuale. Dacă există costuri ce pot fi exprimate în sumă fixă și costuri pentru care valoarea poate varia, se va menționa asiguratului care este referința la care se raportează.

10. Valoarea franșizei trebuie precizată în contractul de asigurare sau pe polița de asigurare.

11. La încheierea unui contract de asigurare societățile de asigurare vor stabili împreună cu asiguratul care este modalitatea preferată de acesta din urmă pentru a-i fi comunicate

eventuale modificări ale condițiilor ce derivă din contractul de asigurare, așa cum poate fi, de exemplu, lista unităților service partenerie sau lista medicilor agreați de asigurător. Este important pentru consumator ca informațiile care se modifică și care au efecte asupra derulării contractului să îi fie furnizate prin intermediul unui mediu solid de stocare. De exemplu, dacă aceste modificări sunt comunicate doar prin intermediul paginii de internet a societății de asigurare iar asiguratul nu este familiarizat și nu utilizează acest canal, atunci el nu va avea cunoștința de aceste modificări și nu îi pot fi opozabile.

12. În timpul derulării contractului de asigurare, emitentul este obligat să aducă spre înștiințare consumatorului informații privind:
 - orice modificare a denumirii, formei juridice, a adresei;
 - orice modificare a condițiilor contractuale sau a legii aplicabile;
 - situația bonusurilor și a sumelor ce reprezintă participarea la profit (la fiecare aniversare a contractului).
13. Asigurătorii vor adopta toate măsurile necesare respectării cu celeritate a obligațiilor ce le revin în baza contractului de asigurare. În cazul în care se produce riscul asigurat, asigurătorul are obligația să plătească indemnizația în condițiile prevăzute în contract. Asigurătorul nu va face abuz de termenul maxim de timp în care are obligații către asigurat.
14. Asigurătorul nu poate cesiona contractul de asigurare fără acordul scris al asiguratului, excepție făcând cazurile cesiunilor de portofoliu.
15. Notificarea privind denunțarea unilaterală a contractului de asigurări își produce efectele doar cu respectarea unui preaviz de cel puțin 20 de zile calculate de la data la care aceasta este primită de cealaltă parte. Asigurătorul sau intermediarul, după caz, va comunica asiguratului modalitatea în care acesta din urmă poate denunța unilateral contractul de asigurare.
16. Asigurătorul sau intermediarul, după caz, va informa asiguratul cu privire la efectele existenței mai multor asigurări valabile cu același obiect al asigurării (despăgubirea se suportă în părți egale de către toți asigurătorii). Această informare trebuie făcută în așa

fel încât consumatorul să primească, să înțeleagă și să accepte această prevedere contractuală.

17. Intermediarii în asigurări și/sau în reasigurări au obligația să pună la dispoziția clienților, în scris, înainte de încheierea, modificarea ori reînnoirea contractului de asigurare sau de reasigurare, cel puțin următoarele informații referitoare la: denumirea (numele) intermediarului; sediul (adresa) și registrul în care a fost înscris, precum și modalitățile prin care se poate verifica înscrierea; deținerea a minimum 10% din drepturile de vot sau din capitalul unui asigurat, respectiv reasigurat, deținerea de către o societate de asigurare sau o societate mamă a unei anumite societăți de asigurare a minimum 10% din drepturile de vot sau din capitalul intermediarului în asigurări/reasigurări; procedurile de soluționare amiabile sau pe cale judecătorească a eventualelor neînțelegeri sau litigii dintre clienți și intermediar, precum și orice alte informații în conformitate cu prevederile normelor emise.
18. Intermediarii în asigurări/reasigurări au obligația de a respecta prevederile legale ce privesc activitățile de publicitate astfel încât interesul public să fie protejat.
19. Intermediarii, în vederea protejării asiguraților/beneficiarilor asigurării, au dreptul să utilizeze datele cu caracter personal ale acestora, numai în scopul gestionării contractelor de asigurare sau reasigurare și al instrumentării dosarelor de daună, respectând astfel prevederile legale cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date.
20. Contractele de asigurare care sunt beneficiară și care precizează pentru aceștia responsabilități concrete trebuie aduse la cunoștința respectivilor beneficiari. Este recomandabil ca asiguratorii să explice asiguraților efectele posibile ale contractului de asigurare asupra beneficiarilor.
21. Dacă un asigurat a încheiat o asigurare printr-un agent de asigurare, asiguratorul în numele căruia acționează agentul este răspunzător față de asigurat pentru toate actele sau omisiunile agentului de asigurare.
22. Brokerilor de asigurare le este interzis să facă reclamă ori publicitate remunerată pentru produsele, activitatea sau acțiunile de orice fel ale asiguratorilor.

23. Brokerii de asigurare au obligația de a acorda asistență asiguratului existent în propriul portofoliu, cu privire la derularea contractului de asigurare și respectarea condițiilor de asigurare pe toată perioada de valabilitate a acestuia.
24. Atunci când este cazul, asiguratului nu i se va îngrădi dreptul de a opta pentru efectuarea reparației prejudiciului/bunului afectat în caz de daună totală, precum și acordarea de despăgubiri până la nivelul sumei asigurate în cazul în care se optează pentru reparație.
25. În cadrul contractelor de asigurare ca în condiții referitoare la unități partenere/nepartenere (service-uri, unități medicale ș.a.) în care asiguratul poate să-și remedieze daunele/pagubele/avariile ș.a., prevederile contractuale vor fi clare în ceea ce privește modalitatea de stabilire și acordare a despăgubirii convenite asiguratului. Condițiile de asigurare trebuie să asigure o informare corectă a asiguraților prin prezentarea de o manieră cât mai clară a avantajelor/dezavantajelor utilizării unor unități agreate, respectiv a condițiilor de stabilire a despăgubirilor în aceste situații.
26. În cazul asigurărilor de vehicule, se definesc explicit tipurile de piese ce pot face obiectul despăgubirii acordate de asigurător, precizându-se în condițiile de asigurare care este originea acestor piese, cu respectarea prevederilor legale aplicabile. La încheierea poliței, asigurătorul va oferi posibilitatea asiguratului ca în cazul producerii unei daune să poată opta pentru folosirea unui anumit tip de piese (ex: OS, OEM, OE) în procesul de reparație, opțiune care se impune a fi corelată cu prima de asigurare aferentă poliței. Nu se vor folosi piese de tip AM. În cazul daunelor totale, pentru stabilirea cuantumului pagubei asigurătorii vor lua în calcul tipul de piese pentru care a optat asiguratul la intrarea în asigurare.
27. În cazul distribuției unor produse de investiții bazate pe asigurări intermediarul/societate de asigurare se asigură că ia toate măsurile în timp util pentru a evita ca interesele consumatorilor să fie afectate de conflicte de interese printr-o comunicare clară a naturii/surselor conflictelor de interese, înainte de încheierea contractului de asigurare.

28. Informarea consumatorului este realizată pe un suport durabil, suficient detaliată pentru ca decizia consumatorului să fie luată în cunoștință de cauză (evaluare periodică a adecvării produsului de investiții, orientări adecvate și avertizări privind riscurile inerente produselor de investiții) și cuprinde toate costurile și cheltuielile conexe.
29. Ofertarea unui produs de investiții către consumator trebuie să țină cont de faptul că acesta trebuie să corespundă toleranței sale la risc și capacității sale de a suporta pierderi.
30. Contractul de asigurare va stipula o prevedere referitoare la perioada în care asigurătorul poate desfășura investigații cu privire la cauzele și împrejurările producerii evenimentului. În cazul în care se efectuează investigații suplimentare, concluziile acestora trebuie să se regăsească într-un document care să includă: poze, schițe, descrierea locului evenimentului, adeverințe medicale etc.
31. Nu pot fi impuse asiguratului prin contractul de asigurare costuri directe legate de activitatea de reasigurare, care cade exclusiv în atribuțiile asigurătorului.
32. Nu pot fi impuse asiguratului prin contractul de asigurare costuri fixe directe de reziliere, dacă rezilierea este prevăzută ca o clauză contractuală.
33. Toate contractele și mediile de informare și comunicare ale asigurătorilor și intermediarilor vor face precizări cu privire la mecanismul afierșirii lor și adresarea lor către societate și către ASF, cu privire la rolul și modul de contactare al SAL-Fin, respectiv cu privire la existența unui fond de garanțare, rolul și modalitatea de contact a acestuia. Aceste precizări vor fi redată vizibil în cadrul contractelor, vor fi afișate la loc vizibil și clar în cazul sediilor, filialelor, sucursalelor, punctelor de lucru sau de distribuție și vor fi afișate astfel încât să fie ușor accesibile pentru vizualizare în cazul mijloacelor electronice de vânzare/distribuție.

Principii specifice aplicabile entităților reglementate din piața de capital

Prestarea de servicii și vânzarea de instrumente și produse pe piața de capital trebuie să aibă în vedere atât nevoile consumatorilor, cât și profilul acestora de risc, profil care este definit inclusiv de nivelul de cunoștințe specifice individuale.

Principii:

1. Prestarea de servicii și activități de investiții, în contul investitorilor, se va face pe baza unui contract, redactat în cel puțin două exemplare, dintre care unul este remis clientului.
2. Înaintea semnării contractului și a cererii de deschidere de cont, intermediarul va înmâna clientului sau potențialului client un document de prezentare scris într-o formă ușor de înțeles, astfel încât acesta să fie în măsură să înțeleagă riscurile serviciilor de investiții și a serviciilor conexe, precum și a specificităților instrumentului financiar care este oferit și, în consecință, să ia decizii investiționale în cunoștință de cauză.
3. Documentul de prezentare, ce poate fi un formular standard, va cuprinde informații adecvate cu privire cel puțin la următoarele:
 - a) datele de identificare ale intermediarului, datele de contact necesare comunicării efective cu clienții;
 - b) limba de corespondență în care clientul poate comunica cu entitatea sau în care poate primi documente ori alte informații;
 - c) modalitățile în care se va realiza comunicarea dintre clienți și entitate cât și modalitățile în care se va realiza trimiterea/primirea ordinelor;
 - d) declarație cu privire la autorizarea societății, denumirea și adresa de contact a autorității competente care a emis autorizația;
 - e) declarație în cazul în care societatea acționează prin intermediul unui agent delegat cu specificarea statului membru în care respectivul agent delegat este înregistrat;
 - f) natura, frecvența și perioada de raportare cu privire la serviciile financiare nebankare efectuate de către entitate clienților săi;

- g) scurtă descriere privind măsurile luate pentru protejarea activelor clienților, inclusiv detalii sumare referitoare la orice sistem de compensare a investitorilor sau garantare a fondurilor depuse;
 - h) scurtă descriere a politicii privind conflictele de interese și alte detalii suplimentare sunt puse clientului la dispoziție, la cerere, pe suport durabil sau prin intermediul unei pagini de internet, conform prevederilor în vigoare;
 - j) serviciile de investiții și conexe autorizate;
 - k) instrumentele financiare și strategiile de investiții ce pot fi oferite de intermediar;
 - l) informații cu privire la caracteristicile principale ale fiecărui instrument financiar și avertismente cu privire la riscurile asociate investițiilor în respectivele instrumente financiare sau cu privire la anumite strategii de investiții;
 - m) locurile unde sunt executate tranzacțiile;
 - n) comisioanele, tarifele, taxele și impozitele asociate;
 - o) informații cu privire la existența compartimentului de control intern, a reprezentantului acestuia și a posibilității transmiterii eventualelor reclamații;
 - p) elementele minime necesare derulării tranzacțiilor cu instrumente financiare (inclusiv constituirea marjelor, fondurilor de garantare etc.).
4. Înainte de încheierea unui contract de prestări de servicii financiare, entitatea reglementată are obligația întocmirii profilului de risc individual al investitorului (consumator de servicii financiare). Acest profil se realizează în baza chestionarului de adecvare, chestionar care, ulterior completării sale, trebuie asumat de persoana respectivă.
5. La întocmirea chestionarului respectiv este recomandat entităților reglementate să aibă în vedere adresarea unor întrebări din care să reiasă în mod concret apetitul sau aversiunea față de risc a persoanei. Întrebările cu caracter general sau statistic care vizează starea civilă, starea financiară sau studiile nu sunt suficiente pentru realizarea unui profil de risc corect și complet.
6. Entitatea poate presta servicii de investiții financiare în numele și pe contul clienților numai în baza unui contract în formă scrisă, pe suport de hârtie sau pe alt suport

durabil, care va conține drepturile și obligațiile intermediarului și ale clientului, respectiv:

- a) serviciile de investiții financiare ce vor fi prestate și tipul instrumentelor financiare ce vor fi tranzacționate;
- b) durata contractului, condiții de modificare, modul de reînnoire și/sau reziliere;
- c) drepturile și obligațiile părților;
- d) o clauză contractuală cu privire la modalitatea de returnare de către intermediar a fondurilor bănești deținute în numele clientului, în cazul în care clientul nu poate fi contactat/notificat la adresa indicată prin contractul de intermediere/actele adiționale ale contractului de intermediere într-un termen prestabilit de către părți, cu posibilitatea, inclusiv, a încetării relațiilor contractuale;
- e) consimțământul expres al clientului pentru înregistrarea și stocarea de către intermediar a instrucțiunilor/confirmărilor acestuia transmise telefonic, după caz. În cazul în care clientul nu este de acord cu înregistrarea și stocarea, ordinele nu vor fi preluate telefonic;
- f) declarația clientului prin care menționează că înțelege termenii și își asumă riscul ce decurge din tranzacțiile cu instrumente financiare;
- g) declarația clientului, prin care menționează că înțelege obligația de a-și actualiza datele de identificare și de contact ori de câte ori este cazul și că își asumă efectele neîndeplinirii acestei obligații;
- h) alte clauze privind prestarea serviciilor de investiții financiare convenite de părți;
- i) în cazul în care instrucțiunile/confirmările clientului sunt transmise prin e-mail, consimțământul expres al acestuia privind transmiterea instrucțiunilor/confirmărilor prin e-mail și specificațiile semnăturii electronice;
- j) în cazul în care clientul mandatează intermediarul să solicite și să obțină extrasele de cont de la depozitarul central aferente tranzacțiilor executate, consimțământul expres al acestuia privind mandatul acordat intermediarului de a solicita și de a obține extrasele de cont aferente tranzacțiilor executate;
- k) regimul dobânzii aferente sumelor depuse de clienți în conturile curente;
- l) cursul de schimb valutar și condițiile în care clientul poate refuza acest curs;

- m) posibilitatea clientului de a revoca unilateral mandatul dat unui intermediar în baza unui contract de administrare a portofoliului sau de a-și retrage, parțial sau integral, în orice moment, fondurile libere de sarcini, fără ca acest fapt să inducă plata unor despăgubiri. Clientul are obligația de a acoperi eventualele pierderi rezultate din tranzacțiile efectuate în contul său;
- n) semnătura clientului, a persoanei autorizate din partea intermediarului și ștampila societății.
7. Intermediarul este obligat în activitatea sa să respecte o serie de principii ce iau în considerare calitatea persoanei ce prestează serviciul:
- a) să acționeze onest, imparțial și cu diligență profesională în scopul protejării intereselor investitorilor și a integrității pieței;
 - b) să angajeze toate resursele, să elaboreze și să utilizeze eficient procedurile interne necesare prestării serviciilor și activităților de investiții;
 - c) să solicite de la investitori informații referitoare la situația lor financiară, experiența investițională și obiectivele cu privire la serviciile solicitate;
 - d) să transmită investitorilor toate informațiile relevante privind tranzacțiile în care contrapartea este intermediarul;
 - e) să încerce să evite conflictele de interese, iar în cazul în care acestea nu pot fi evitate, să asigure investitorilor un tratament imparțial;
 - f) să desfășoare activitatea în conformitate cu reglementările ASF aplicabile administrării activității, în scopul protejării intereselor investitorilor și a integrității pieței;
 - g) să fie evaluată natura profesională a investitorului, pornind de la persoana care a dat ordinul, indiferent dacă acest ordin a fost plasat direct de investitor sau indirect printr-un alt intermediar.
8. Orice consumator, în calitatea sa de investitor, poate primi din partea consultanților de investiții, persoane fizice sau juridice înscrise în Registrul ASF, consultanță de investiții respectiv acea recomandare personală dată unui client, în legătură cu una sau mai multe tranzacții cu instrumente financiare, cu luarea în considerare a tuturor prevederilor legale incidente pe piața de capital. Această prestare de servicii exclude

preluarea sau executarea ordinelor investitorilor pentru achiziționarea sau înstrăinarea de instrumente financiare, administrarea portofoliilor investitorilor, precum și decontarea tranzacțiilor, inclusiv deținerea de disponibilități bănești sau instrumente financiare în contul investitorilor.

9. La realizarea consultațiilor de investiții entitățile reglementate nu vor garanta obținerea de profituri și vor explica consumatorilor, într-o manieră clară și fără echivoc, riscurile posibile. De asemenea, performanțele trecute nu vor fi prezentate ca o garanție a rezultatelor viitoare.
10. Publicitatea privitoare la o anumită investiție sau la o strategie investițională nu va conține promisiuni cu privire la rezultate specifice, garanții, pretenții exagerate sau cereri nefondate, proiecții sau prognoze de rezultate pentru care nu există o bază reală. În plus, toate proiecțiile și/sau prognozele trebuie să fie în mod clar identificate ca atare. Trebuie să facă referire la riscurile inerente tranzacțiilor cu instrumente financiare, incluzând, fără a se limita, fluctuația prețurilor pieței, incertitudinea dividendelor, a randamentelor și/sau a profiturilor, fluctuația cursului de schimb.
11. Atunci când este primită o solicitare de la un consumator referitoare la informații despre instrumentele, produsele și serviciile oferite, entitatea trebuie să răspundă indiferent dacă consumatorul este sau nu client, sau dacă are sau nu are calitatea de a deveni client. Răspunsul va fi clar, corect, într-un limbaj accesibil consumatorilor. Recomandăm entităților să răspundă tuturor persoanelor ce adresează întrebări concrete referitoare la instrumente, servicii, mecanisme aferente pieței de capital, contribuind astfel la creșterea transparenței și a nivelului de educație financiară.
12. SAI trebuie să asigure un tratament echitabil tuturor deținătorilor de titluri de participare ale OPCVM-urilor administrate.
13. Prospectul unui fond de investiții trebuie să includă o descriere clară și ușor de înțeles a profilului de risc al fondului, indiferent de instrumentele în care acesta investește, pentru ca investitorii să poată aprecia în deplină cunoștință de cauză investiția propusă și, în special, riscurile pe care aceasta le implică. Prospectul este editat pe

suport hârtie, fiecare pagină neavând un format mai mic de A5, cu caractere de minimum 10. Prospectul unui fond trebuie să fie pus la dispoziția oricărui solicitant.

14. Prospectul de emisiune de unități de fond previne investitorii potențiali, printr-o formulă standard, tipărită pe coperta prospectului, asupra faptului că:
 - a) investițiile în fonduri deschise de investiții nu sunt depozite bancare, iar băncile, în calitate lor de acționar al unei SAI, nu oferă nicio garanție investitorului cu privire la recuperarea sumelor investite;
 - b) aprobarea inițierii și derulării ofertei publice continue de titluri de participare de către ASF nu implică în niciun fel aprobarea sau evaluarea de către ASF a calității plasamentului în respectivele titluri de participare, este evidențiată doar respectarea de către ofertant a prevederilor legale în vigoare;
 - c) fondurile comportă nu numai avantajele ce le sunt specifice, dar și riscul nerealizării obiectivelor, inclusiv al unor pierderi pentru investitori, veniturile atrase din investiție fiind, de regulă, proporționale cu riscul.
15. Administratorii de fonduri vor monitoriza ca pentru fiecare investitor în unități de fond să existe o declarație semnată referitoare la faptul că acesta a primit, a citit și a înțeles prevederile prospectului.
16. În mod obligatoriu, se pun la dispoziția investitorilor toate actele adiționale la prospect; acesta se rescrie anual cu includerea tuturor actelor adiționale aferente.
17. Fiecare investitor în unități de fond trebuie să primescă, pe un suport durabil, un formular de raportare privind administrarea portofoliului fondului, excepție clienții de retail ce vor primi o dată la 6 luni sau la cererea clientului (la 3 luni). SAI are obligativitatea informării investitorului asupra acestui drept.
18. SAI are obligația de a acționa cu corectitudine și cu diligență profesională în scopul protejării și promovării interesului investitorilor OPCVM-urilor pe care le administrează și a integrității pieței, să folosească eficient resursele, să evite conflictele de interese.

19. SAI are obligația de a publica zilnic valoarea activului net și valoarea unității de fond. Locul în care se realizează această publicare este adus la cunoștința investitorilor încă de la semnarea contractului.
20. Toate materialele publicitare adresate investitorilor trebuie să fie clar identificabile ca atare, corecte, clare și să nu inducă în eroare investitorii. Nu este permisă diminuarea semnificațiilor informațiilor-cheie sau a celor din prospect destinate investitorilor. Trebuie specificat undeși în ce limbă investitorii și potențialii investitori pot obține aceste informații sau cum pot avea acces la ele.
21. Informațiile-cheie destinate investitorilor constituie informații pre-contractuale. Acestea se furnizează în mod gratuit și trebuie să fie corecte, clare, să nu inducă în eroare, redactate în mod concis, într-un limbaj non-tehnic, cu un conținut conform cu componentele prospectului, să indice în mod clar de unde și cum se obțin informații suplimentare cu privire la investiția propusă, iar actualizarea lor să se facă cu toate modificările ce apar.
22. Toate entitățile reglementate au obligația să stabilească, să implementeze și să mențină proceduri efective și transparente (puse gratuit la dispoziția consumatorului) în scopul administrării prompte a reclamațiilor primite de la investitori, precum și să păstreze o înregistrare a fiecărei reclamații și a măsurilor luate pentru soluționarea acesteia. Pentru primirea și soluționarea unei reclamații nu i se vor percepe costuri investitorului, acestea având caracter gratuit. Se recomandă entităților reglementate să nu facă abuz de utilizarea intervalului maxim de timp aferent procedurii de soluționare a reclamațiilor.
23. Toate entitățile vor cuprinde în contractele de prestări servicii financiare existența unui fond de compensare a investitorilor, rolul și modalitatea de contactare a acestuia, modalitatea de transmitere a unei petții la ASF, modalitatea de accesare a procedurii de soluționare alternativă a litigiilor, respectiv rolul și modalitatea de contactare a SAL-Fin. Aceste informații vor fi prezentate/afișate la loc vizibil în toate sediile, filialele, sucursalele, punctele de lucru, respectiv vor fi afișate într-un format ușor accesibil pe pagina de internet a entităților.

24. Contractele vor conține referiri la legea care guvernează respectivul act și modalitatea de adresare judiciară (instanța competentă).

Principii specifice aplicabile entităților reglementate din sistemul de pensii private

Calitatea de participant la un fond de pensii private se dobândește prin semnarea unui act de aderare individual, din proprie inițiativă sau în urma repartizării participantului de către instituția de evidență, în cazul Pilonului II. Oricare ar fi modul în care o persoană ajunge să fie participant al unui fond de pensii private, acesta are drepturi specifice în baza legislației aferente și nevoi individuale de informare și protecție.

Principii:

1. Toți participanții și beneficiarii la un fond de pensii private au aceleași drepturi și obligații și li se aplică un tratament nediscriminatoriu.
2. Calitatea de participant nu poate fi refuzată dacă persoana este eligibilă. Participantul alege fondul de pensie privată, iar administratorul fondului de pensii nu poate refuza aderarea la fond dacă persoana îndeplinește condițiile legale.
3. Odată cu semnarea actului individual de aderare consumatorii trebuie să fie informați asupra condițiilor schemei de pensii private, asupra prospectului schemei de pensii, cu privire la drepturile și obligațiile părților implicate, la riscurile financiare, tehnice și de altă natură, precum și despre natura și distribuția acestora.
4. Semnarea actului de aderare nu poate fi delegată unui terț.
5. În cazul repartizărilor aleatorii, fiecare administrator are obligația notificării în termen de 30 zile a participanților de la data primirii raportului instituției de evidență. Administratorii vor depune toate diligentele pentru a identifica datele de contact și a contacta efectiv participanții, pentru a le comunica apartenența lor la fondul de pensii.

6. Administratorii pot realiza periodic o actualizare a bazei de date referitoare la modalitatea de contactare a participanților, astfel încât să se asigure că aceste date de contact sunt corecte și informările transmise ajung efectiv la participanți.
7. Administratorii pot informa participanții cu privire la importanța actualizării datelor lor de contact, dacă acestea se modifică, explicându-le că aceste date de contact sunt folosite pentru transmiterea raportării anuale a altor informații prevăzute de lege. Participantul detașat în altă țară are dreptul la continuarea plății contribuțiilor la fondul de pensii din România.
8. Toți participanții, efectivi sau potențiali, au dreptul la informare cu privire la activitatea fondului de pensii. Prospectul simplificat este un document care este important a fi la dispoziția continuă a participanților, iar prospectul detaliat să fie pus la dispoziție la cerere. Este recomandat ca atât agenții de marketing cât și administratorii de fonduri de pensii private să vină în întâmpinarea nevoilor și solicitărilor participanților referitoare la prospect.
9. În același context, este important ca agenții de marketing să poată explica participanților informații sau noțiuni (definiții, mecanisme etc.) care sunt menționate în prospect sau în alte documente aferente unui fond de pensii private.
10. Pentru a contracara riscul reputațional și riscul de marketing, agenții de marketing ar trebui să poată să răspundă participanților referitor la politica investițională a unui fond, respectiv la riscuri.
11. Pentru orice modificare a prospectului schemei este obligatorie informarea participanților de către administrator, în termen de 5 zile lucrătoare de la comunicarea avizului de către Autoritatea de Supraveghere Financiară. Această informare va fi realizată prin republicarea integrală a prospectului pe pagina de internet a administratorului, un canal de comunicare facil și accesibil pentru toți participanții.
12. Investirea prudentială a activelor fondului de pensie constituie o obligație a administratorului. Aceasta trebuie făcută astfel încât investirea să fie în interesul participanților și beneficiarilor, într-un mod care să asigure securitatea, calitatea,

lichiditatea și profitabilitatea, să se efectueze preponderent în instrumente tranzacționate pe o piață reglementată, să se realizeze o diversificare a activelor.

13. Administratorii vor acorda atenție fiecărei cereri de informații formulată de un participant sau un potențial participant, furnizându-i acestuia cu celeritate informațiile solicitate. Nu se va face abuz de limita maximă a termenului de timp stabilit de lege.
14. Orice persoană care se consideră vătămată ca urmare a neaplicării sau a aplicării necorespunzătoare a prevederilor legale are dreptul de a se adresa SAL-Fin (pentru soluționare a litigiilor pe cale extra-judiciară) sau instanțelor judecătorești. Administratorii și agenții de marketing trebuie să informeze participanții cu privire la astfel căi de adresare a unui litigiu.

Contractul la distanță

Prin contract la distanță se înțelege orice contract, referitor la instrumente, produse servicii financiare, încheiat între o entitate reglementată, în calitate de ofertant și un consumator, în calitate de beneficiar, în cadrul unui sistem de vânzări sau prestări de servicii la distanță, organizat de către ofertant, care, pentru derularea contractului, folosește exclusiv unul sau mai multe mijloace de comunicare la distanță, inclusiv cele de comunicare electronică, începând cu momentul încheierii contractului, până la expirarea acestuia.

Prin mijloace de comunicare la distanță se înțelege orice mijloc care, fără a necesita prezența fizică simultană a ofertantului și a beneficiarului, poate fi utilizat pentru realizarea acordului de voință între părți și a obiectului contractului.

În cazul contractului la distanță, se vor respecta prevederile legale referitoare la obligația comerciantului de a informa consumatorul, precum și de a obține consimțământul acestuia pentru a încheia un astfel de contract la distanță.

Principii:

1. La încheierea unui contract la distanță, entitățile reglementate se vor asigura că potențialul consumator are cel puțin 18 ani împliniți iar datele și informațiile furnizate de acesta sunt reale și asumate de consumator la momentul completării cererii ofertei comerciantului.
2. Entitățile reglementate au obligația de a se asigura că orice potențial consumator citește termenii și condițiile contractului înainte de a-l semna, declarând că a citit și înțelege prevederile contractului. Opțiunea electronică a acestei declarații trebuie să fie disponibilă electronic doar după parcurgerea integrală a textului sau declarația transmisă de consumator trebuie să fie la un moment ulterior primirii contractului, între cele două momente existând un interval de timp suficient pentru parcurgerea integrală a contractului.
3. Consumatorul are o perioadă de 14 zile de la încheierea contractului pentru a rezilia unilateral contractul încheiat la distanță, fără a-i fi percepute acestuia penalități sau fără a-și motiva decizia. Contractul prevede clauze care stabilesc modul în care se realizează rezilierea de către consumator. În cazul contractelor la distanță care au ca obiect operațiuni privind asigurările de viață, termenul aferent denunțării unilaterale de către consumator este de 30 de zile. Acest drept de denunțare unilaterală nu se aplică serviciilor și activităților de investiții al căror preț depinde de fluctuațiile de pe piețele financiare care pot apărea în timpul perioadei de retragere din contract și sunt independente de prestatorii de servicii și activități de investiții, așa cum sunt definite de legislația aplicabilă.
4. Înainte ca un contract la distanță sau în afara spațiilor comerciale sau orice ofertă similară să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, profesionistul trebuie să îi furnizeze consumatorului următoarele informații în mod clar și inteligibil:
 - a) principalele caracteristici ale produselor sau serviciilor, având în vedere mediul de comunicare și produsele/serviciile în cauză;
 - b) identitatea exactă a profesionistului care furnizează produsul sau serviciul financiar respectiv, forma sa de organizare, activitatea sa principală, adresa sediului social,

modalitatea de contactare a acestuia (adresa poștală, numărul de telefon, numărul de fax, adresa sa de poștă electronică); aceleași informații sunt furnizate consumatorului și în cazul unui intermediar, precizându-se în acest caz și calitatea în care acesta acționează în relația cu consumatorul; în ambele cazuri, sunt precizate și autorizațiile autorităților competente;

- c) prețul total al produselor/serviciilor cu evidențierea tuturor spezelor (costurilor suplimentare), modalitatea de calcul a prețului și, după caz, toate costurile suplimentare de orice altă natură. În cazul în care acestea nu pot fi calculate dinainte în mod rezonabil, este necesară menționarea faptului că aceste costuri suplimentare ar putea fi suportate de consumator, inclusiv perioada de valabilitate a ofertei sau a prețurilor;
- d) costul de utilizare a mijloacelor de comunicare la distanță în vederea încheierii contractului;
- e) existența sau posibilitatea de existență a unor taxe/costuri suplimentare care nu sunt plătite prin intermediul comerciantului sau impuse de acesta;
- f) data până la care consumatorul are obligația achitării produselor/ serviciile solicitate; modalitatea de plată și de realizare a plății;
- g) elemente specifice anumitor instrumente financiare, produse, servicii sau activități privind existența unor riscuri specifice asociate contractului;
- h) în cazul în care există un drept preferențial de denunțare unilaterală a contractului, condițiile și termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv;
- i) existența codurilor de conduită relevante, privind combaterea practicilor incorecte ale profesioniștilor în relația cu consumatorii și armonizarea reglementărilor cu legislația europeană privind protecția consumatorilor, cu modificările ulterioare, și modalitatea în care pot fi obținute copii ale acestora, după caz;
- j) durata contractului și eventualele modalități de prelungire în mod automat, condițiile de încetare a contractului, inclusiv penalitățile aplicabile, dacă este cazul;
- k) durata de valabilitate a obligațiilor care îi revin consumatorului conform contractului;
- l) existența și condițiile aferente plăților în rate;

- m) posibilitatea și modalitatea de a recurge la un mecanism extrajudiciar de depunere și soluționare a reclamațiilor cărui i se supune profesionistul;
- n) opțiunea consumatorului de a se include sau de a nu se include datele sale cu caracter personal în baze de date ale profesionistului în vederea furnizării de servicii de informații precum și, în cazul în care acesta optează pentru includerea în bazele de date astfel definite, indicarea datelor în cauză, în conformitate cu prevederile Legii nr. 506/2004 privind prelucrarea datelor cu caracter personal și protecția vieții private în sectorul comunicațiilor electronice, cu modificările și completările ulterioare;
- o) profesioniștii nu vor putea să perceapă de la consumatori comisioane aferente utilizării unui anumit mijloc de plată care depășesc costul suportat de profesionist pentru utilizarea unor astfel de modalități de plată.

Informațiile menționate mai sus pot fi furnizate utilizând un formular tipizat de informare.

5. Informațiile menționate la pct. 6 fac parte integrantă din contractul la distanță sau din contractul în afara spațiilor comerciale și nu pot fi modificate decât în cazul în care părțile contractante decid altfel în mod explicit.
6. În cazul în care profesionistul nu îndeplinește cerințele în materie de informare cu privire la costuri suplimentare, sau la costurile aferente, consumatorul nu suportă respectivele costuri.
7. Informațiile contractuale se prezintă în limba română într-o formă accesibilă, astfel încât acestea să fie înțelese cu ușurință de consumator, fără a exclude prezentarea acestora și în alte limbi.
8. În cazul ofertelor prezentate prin intermediul telefonului, comercianții se asigură și sunt responsabili că operatorul telefonic a transmis toate informațiile conținute de contract, referitoare la identificarea corectă a comerciantului și a intermediarului vânzării (dacă este cazul), la datele de identificare a autorității ASF, la drepturile și obligațiile părților, la posibilitatea de reziliere a contractului.

9. Contractul ce se încheie ca urmare a unui acord telefonic între comerciant și consumator va fi transmis acestuia din urmă iar intrarea în vigoare efectivă a condițiilor contractuale va avea loc numai după semnarea contractului de către consumator.
10. Sarcina probei în ceea ce privește îndeplinirea cerințelor în materie de informare stabilite în prezentul Cod revine profesionistului.

Comerțul electronic

Prin comerț electronic se înțelege orice formă de comercializare a unui instrument, produs sau serviciu financiar utilizându-se un mijloc electronic (echipamente electronice și rețele de cablu, fibră optică, radio, satelit și altele asemenea, utilizate pentru prelucrarea, stocarea sau transmiterea informației), fiind inclusă în definiția comerțului electronic și orice formă de comunicare comercială.

Comunicarea comercială reprezintă orice formă de comunicare destinată să promoveze, direct sau indirect, instrumentele, produsele sau serviciile financiare, imaginea (inclusiv sigla, emblema), numele sau denumirea unei entități reglementate sau a unei persoane care este angajat sau în colaborare profesională cu aceasta.

Principii:

1. Orice mijloc electronic care comercializează un instrument, produs sau serviciu financiar aflat în supravegherea ASF va respecta prevederile referitoare la dreptul consumatorilor de a fi informați.
2. Entitățile reglementate, mijloacele electronice de comercializare a produselor și serviciilor acestora și comunicarea comercială efectuată de entități vor respecta principiile concurenței libere și loiale.
3. Comunicarea comercială efectuată prin șta electronică este permisă doar cu acordul prealabil al destinatarului, exprimat expres pentru a primi acest tip de comunicări.

4. Entitatea reglementată are obligația de a oferi consumatorului posibilitatea de a utiliza în cazul mijloacelor electronice un procedeu tehnic adecvat, și face accesibil, care să permită identificarea și corectarea erorilor survenite cu ocazia introducerii datelor, anterior transmiterii ofertei sau acceptării acesteia.
5. Entitățile reglementate răspund de informația furnizată de ele însele sau pe seama lor prin intermediul mijloacelor electronice. Este inclusă în această răspundere formularea unui preț ca răspuns la o cerere de ofertă din partea consumatorului, prețul urmând a fi respectat conform ofertei formulate de entitate.
6. Entitățile reglementate vor respecta confidențialitatea datelor cu caracter personal aferente oricărei persoane ce a apelat un mijloc electronic.
7. Entitățile reglementate au obligația de a informa de îndată ASF cu privire la orice activitate cu aparență nelegală desfășurată de destinatarii serviciilor lor sau despre informațiile cu aparență nelegală furnizate de aceștia.

Căi de soluționare a litigiilor

1. În vederea asigurării respectării prevederilor prezentului Cod de către entitățile autorizate, reglementate și/sau supravegheate, persoanele fizice sau organizațiile care, potrivit legii, au un interes legitim, inclusiv organizațiile de consumatori sau organizațiile profesionale, pot să sesizeze ASF în legătură cu încălcările prevederilor prezentului Cod astfel ca aceasta să decidă asupra reclamațiilor.
2. ASF poate solicita oricând entităților autorizate, reglementate și/sau supravegheate informații necesare în evaluarea/soluționarea plângerilor primite.
3. Entitățile reglementate și supravegheate de ASF au următoarele obligații în vederea soluționării corespunzătoare și în termen a petițiilor:
 - a) să dețină proceduri scrise de administrarea a petițiilor;
 - b) să furnizeze petentului, la cerere sau la primirea unei petiții, a informațiilor scrise cu privire la procesul intern de soluționare;
 - c) să asigure permanent accesibilitatea publicului la procedurile de soluționare și datele de contact atât la sediul propriu cât și pe website-ul lor.
 - d) să dețină și să mențină la sediul social/central un registru unic de petiții în format electronic securizat, pe an calendaristic ce va cuprinde informații privind detalii ale fiecărei plângeri, înregistrate cronologic și anume: numărul petiției, data primirii petiției, identitatea petent, cui i-a fost adresată, obiectul petiției, stadiul petiției, data și modul de soluționare, motivul nesoluționării, prejudiciul invocat de petent, observații.
 - e) să răspundă în termen de maxim 30 zile într-un limbaj simplu și ușor de înțeles.
4. Publicul trebuie să aibă mereu acces (la sediu sau pe site) la aceste proceduri, la modalitățile de rezolvare pe cale amiabilă a acestora, la informații privind adresa de e-mail și numărul de telefon.
5. Orice entitate are obligația să încerce rezolvarea pe cale amiabilă a oricăror reclamații/sesizări primite din partea consumatorilor. Investigarea, soluționarea trebuie realizată în termen de 30 zile, cu posibilitate de prelungire conform

prevederilor legale în vigoare, de la data înregistrării. Entitățile vor depune toate diligențele pentru micșorarea acestui termen, răspunzând cu celeritate și prioritate la solicitările consumatorilor. Sunt interzise orice practici care pot sau ar putea conduce la mărirea acestui interval de timp în mod artificial sau la utilizarea întregului interval de timp, dacă această utilizare nu se justifică în mod real.

6. Entitățile reglementate au obligația să informeze consumatorul, inclusiv prin publicarea pe site-ul internet, cu privire la faptul că entitatea către care se pot adresa pentru soluționarea pe cale extra-judiciară este SAL-Fin. Această informare este realizată inclusiv prin afișare la sediul tuturor entităților, sucursalelor, filialelor, punctelor de lucru sau de distribuție, la loc vizibil, a rolului și datelor de contact a SAL-Fin.
7. Orice contract va conține clauze ce prevăd instanța competentă în soluționarea eventualelor litigii între părți, respectiv legislația aferentă contractului.
8. Procedurile SAL-Fin nu aduc atingere dreptului persoanei de a se adresa instanțelor judecătorești competente, precum și informării consumatorilor cu privire la căile de atac extrajudiciare conținute în alte acte normative ce transpun acte juridice ale Uniunii Europene.