



Ionian University

Department of Foreign Languages, Translation and
Interpreting

A functionalist approach to the paradox of the simplistic and
faithful translation of B2C webpages for banking products of
the four systemic banks of Greece

Author:	Eirini Tsofliki (Ξ 96059)
Supervisor:	Asst. Prof. Ioannis Karras
Supervisor:	Prof. Panayotis Kelandrias

Corfu, February 2021
Dissertation submitted for the purposes of the Bachelor of Arts in Translation

Abstract

This paper looks into why the English translation of the webpages of the main B2C banking products as presented by the four systemic banks of Greece in their respective websites is rather simplistic compared to their corporate webpages. A hypothesis is formed that the translation is kept simple and close to the original because it is addressed to non-native English speakers in Greece. In an attempt to explain this paradox and to test this hypothesis, the paper draws upon the “skopos” translation theory, the audience design theory and associated concepts, also proceeding to brief comparisons with B2C product webpages of other sectors.

Table of Contents

Abstract	3
1. Introduction	5
2. The material (source text – target text)	7
3. The functional approach and the skopos theory	10
4. Evaluation of the translation	13
5. Intercultural aspects of the translation	15
6. Translator’s brief	16
7. Other considerations – web content translation/ localization	17
8. Other considerations - Use of the English language as lingua franca	18
9. Limitations	20
10. Conclusions	21
References	22
Appendix	29

1. Introduction

With regards to the processes of connectivity, translation in its many forms and types has always been inherently linked with globalization. For the editors of the most recent Routledge Handbook of Translation Studies focusing on Translation and Globalization (Kapsaskis & Bielsa, 2021), the present phase of globalization, known as “the uncertainty phase” or the “great unsettling”, sees translation increase its significance. This is also under the light of last year’s health pandemic which further intensified the shift from the more traditional forms of movement of people and objects to the “abstracted or disembodied connectivity”. This disembodied connectivity, the editors continue, is but a “disembodied interchange of words, images, electronic texts, or encoded capital and cryptocurrencies” made possible by a shared language that ensures intercultural communication and interaction. In the current era of globalization, companies are required to operate in a “global-local market” (Kapsaskis & Bielsa, 2021) and translation is central in providing a global reality that we can relate to.

In our everyday life, this translates into the availability of information in our native language or in a language that we can understand. This is more evident across the web, with businesses offering their webpages in at least two languages, or adapting them to local requirements in a process called localization (Charalambidou, 2013). Looking into these translation offerings - whether an artisanal product or part of a large-scale translation project - under the light of translation theories is a very interesting exercise.

In the dissertation at hand, we start with an observation that piques a translator’s curiosity; the case of the simplistic translations for the retail webpages of the Greek Banks. If this was limited to one Bank, the incident would be classed as a coincidence or a translator’s mishap. But, this being the case for first three of the four systemic Banks (the National Bank of Greece, Alpha Bank, Piraeus Bank & Eurobank) - mainly as regards their product offerings to individual customers - a question as to why automatically comes to a translator’s mind. This observation

gets more interesting when one looks into their corporate webpages where the English translation is of the expected standard and fluency. Extending the research into other Business-to-Consumer (B2C) sectors, a brief comparison reveals additional points of interest, from a translator's point of view, making this translation quite the paradox.

Can this be explained by the "skopos" translation theory? (see Section 3 below) Is the end customer/ receiver in need of such a simplistic translation? This paper addresses these questions by looking into Nord's translation theory, the audience design theory, and associated concepts. It examines whether this translation brief, as it was assumed to have been given, justifies the end product.

The examination of this paradox touches upon several other translation research topics including the matters of localization, translation criticism, intercultural/ cross-cultural communication, and the role of the English language as the lingua franca of choice. There are also certain limitations affecting the research – practical and theoretical - and certain assumptions that are made beforehand. These are also presented in the paper.

More specifically, the dissertation starts in Section 2 with a presentation of the source and target text, illustrating with examples the observation made as regards the simplistic and close to the original translation for the B2C webpages of the National Bank of Greece, Alpha Bank and Piraeus Bank. A hypothesis is formed that the webpages are addressed to (probably non-native) English speaking customers within the Greek territory and the intention is stated that the said translations shall be viewed under the functionalist approach and the Skopos theory with the aim of providing the theoretical background supporting it.

Section 3 outlines briefly the skopos theory and the functionalist approach according to Nord, discussing particular points of interest as to the popularity of the theory and its choice for application in this case. Section 4 provides an evaluation of the translation under examination under Nord's typology and the skopos theory and determines the text function, and the translation strategy

applied. In doing so, it identifies several important points of interest that must be considered before reaching a conclusion.

Section 5 examines the intercultural aspects of the target text and its significance for the translation type and strategy applied whilst Section 6 complements this matter by discussing the translator's brief in more detail.

Section 7 and 8 address the question whether this is actually a matter of localization or a case study of using English as a lingua franca, respectively. In its last two Sections, the dissertation makes note of the limitations and reaches its conclusions.

2. The material (source text – target text)

Sometimes, even if we have all the information we need in our language, we are intrigued to see available translations in other languages and, in the case of budding translators, critically analyze or just explore any translations available. Sometimes, we come across an observation and try our hand in applying the theory to explain it. The internet provides a wealth of texts to compare in bilingual articles, books, or websites.

As stated in the Introduction, this dissertation starts with an observation made with regard to the translation of the webpages for B2C products by Alpha Bank and the fact that they not read as fluently as the corporate webpages. As this was also observed in the other two systemic Banks of Greece (National Bank of Greece & Piraeus), it was deemed a similarity that merited a closer look. Eurobank, the fourth systemic Bank of Greece does not have its B2C product webpages translated in English, offering a translation of its corporate webpages only. As regards foreign banks operating in Greece, HSBC is the only UK Bank with a branch in Greece that has an online presence; its website is bilingual without any indication as to which is the source or the target text.

Snapshots of the webpages are provided in the Appendix. Visually, the corresponding Greek and English webpages are identical; they have the same layout, colors and visuals. They have the same structure, keeping the third person in the target text if this is used in the source text, and in most instances, following the same syntax. For example:

- “συναλλαγές που συμβάλλουν στο «χτίσιμο» του αφορολόγητου/ transactions that support the “building” of your threshold (National Bank of Greece, Internet banking);
- “Υπενθυμίζεται, σε κάθε περίπτωση, η απαιτούμενη προσοχή σας στην ασφαλή φύλαξη της κάρτας σας/ In any case, your much needed attention to the safe storage of your card is reminded.” (National Bank of Greece, Press release on the Contactless transactions”);
- “Ο αποταμιευτικός λογαριασμός που σας επιβραβεύει με έξυπνο τρόπο για την αύξηση των χρημάτων σας,” which is translated as “the Saving Account that rewards the increase of your money.”
- “Ασφάλεια και έλεγχος στις αγορές σας στο Internet και στα καταστήματα με το σήμα Mastercard” is literally “Security and control whenever you make purchases on the Internet and at any merchant with the Mastercard trademark”. (Alpha Bank, Online products);
- “Συλλογή Bonus πόντων και από τις καταθέσεις μου/ Bonus Points Collection from my deposits as well”. (Alpha Bank, Retail); and
- “Μέσω της υπηρεσίας winbank web banking έχεις πλέον τη δυνατότητα να αποκτήσεις τα δύο ασφαλιστικά προγράμματα Secure Wallet* ή και My Home Content, της ERGO Ασφαλιστικής εύκολα, γρήγορα και απλά, χωρίς να απαιτείται η επίσκεψή σου σε κατάστημα της Τράπεζας.” and the English translation “Through winbank web banking you now have the ability to get both Secure Wallet* or My Home Content, by ERGO Insurance Company,

easily, quickly and simply, without requiring to visit a Piraeus Bank branch".
(Piraeus Bank, Online insurance).

and in general, the B2C webpages for these Banks.

Going over to their corporate pages, however, the texts read as expected, fluently and as if written in English. Their Corporate Social Responsibility Reports (CSR), financial statements, information for investors are written differently than the webpages for their B2C products which keep closer to the Greek source text.

A brief comparison with other major international companies that have their registered seat in Greece and have an international clientele also reinforces the paradox of the "too close to home" translation. It suffices to look to the International Athens Airport or resorts such as the Sani Resort in Halkidiki to realize that these webpages keep in the target text all the information of the source text with a high caliber English version and translations into many languages.

It is clear that the English B2C webpages of the three Banks above (the National Bank of Greece, Alpha Bank & Piraeus Bank) have a purpose and serve a function. Given that customers must meet certain requirements to be eligible for these banking products and that these Banks have their registered seat in Greece - thus requiring their customers to reside in Greece - it is assumed that their English webpages are probably addressed to non-native English speaking customers within the Greek territory. They have been written to inform customers as clearly as possible of the products on offer and translated to provide the same information to non-Greek speaking customers.

In trying to explain this similarity between the B2C banking products for the three Greek Banks, we will examine whether the skopos theory and Nord's typology (see Section 3) can provide a common thread and explain the approach to the translation. We will also look whether there are any other considerations to be taken into account in determining why Alpha Bank, the National Bank of Greece

and Pireaus Bank do not follow the example of HSBC or, even the fluency of their corporate webpages.

3. The functional approach and the skopos theory

If we were to apply the Skopos theory in the translation under examination, to begin with, we would be looking for the purpose of the source and target text and the translation brief. This is because the Skopos theory which was introduced in the 1970's by Vermeer shifted the focus from the linguistic aspect of translation to a more general approach, moving translation from a strictly linguistic framework to a functionally and socio-culturally oriented one (Trisnawati, 2014). Coupled with Reiss' text types and language function (1971), the skopos theory signaled the shift to functionalism, and centered on the "purpose" of the text. Keeping in mind that in Greek skopos literally means purpose, it is easily understood that the Skopos theory views translation as a purposeful, goal-orientated activity. Within this framework, according to the Skopos theory, the translator must be given clear instruction as to what is expected of the translation and its function. This is defined by Vermeer (2000) as the translation brief.

In her article *Loyalty and Fidelity in Specialized Translation*, Nord (2006) herself discusses the skopos theory based on a functional approach of translation. She explains that "the basic principle of Skopos theory is that the (intended) communicative purpose of the target text determines the choice of method and strategy in the translation process" and that in turn "the target-text purpose is defined by the translation commission, or rather: the translation brief."

Indeed, translation scholars have long supported that the text function determines the translation some relying on the source text and some on the target text. For example, Chesterman (1989) bases translator's mode of operation on the target text whilst Reiss (1981) relies on the source text for direction. In general, Oyali (2015) notes, functionalist approaches believe that the target text (intended)

function directs the method of translation, as supported by numerous scholars including of course Vermeer (1978, 1989 & 1996), Reiss and Vermeer (1984 & 1991), Nord (1997 & 2005), as well as Holz-Manttari (1984 & 1993), Honig (1997) and more.

The popularity of the approach is attributed by Parianou (2007) to “the well-balanced combination between theoretical and practical competence needed; the turn from word/sentence to cultural and textual factors; the translation brief, the translational action and the [management of] translation problems (pragmatic, cultural, language pair, text-specific factors)”. Following this trend in the translation studies, we will review the translation under the skopos theory and the way this has affected the end product. We will also briefly delve into Nord’s typology as the main representative of the functionalist approach and also check with the audience design theory.

Interest in the functionalist approach, i.e. that the target text (intended) function directs the method of translation, remains high; amongst many students, researchers and scholars, Agnell Cruz-Garcia and reviewed the functionalist approach as recently as 2016 and 2018 for their Masters and PhD theses respectively, reaffirming Nord’s description that it refers to a professional activity, by a translator, who produces a target text as directed by its specific function (skopos) in order to satisfy the need of communication between the entity assigning the translation and the receptor of the message. Quoting Schrijver (2014), Cruz-Garcia notes that “... the functionalist definition of a translation allows for a broad spectrum of possible translations, in which the Source Text -Target Text relationship can vary from strict to nearly absent dependent on the function of the translation in the target culture. At the extreme end of this spectrum, the translator engages in text production that is minimally bound to the ST.” Agnell (2018) further clarifies that for functionalists, and more specifically for Nord, translations that are either as close to the original or as further away from it are both valid, depending on what the translation brief, i.e., the assigner dictates.

Oyali (2015) notes that what sets Nord apart from the other functionalists is that she requires a close examination of the source text before proceeding to the translation and that the source text helps the translator decide on the strategy that “will best produce a target text that meets the requirements of the brief” (Nord 1997).

In an effort to reign over the translator’s independence, Nord (2006) introduced the loyalty principle to complement the functionality principle and in turn, the skopos theory. Loyalty binds the translator in considering the source text equally to the target text. This is important, as within this framework, the analysis of the source text remains an essential part of the translation process. In this regard, Nord distinguishes the function of the source text (and at the next step, the function of the target text) into referential, expressive and appellative depending on whether the text provides information, expresses a state of mind or calls for a kind of action from the receiver’s part. In addition to these three functions, there is also Jakobson’s (1960) “phatic function” which aims at establishing that contact has not only been made between the sender and the receiver of a linguistic message but that it is also maintained. There are sub-functions depending on the more specific function of the text; for example, if the referential function includes instructions for, let’s say, the operation of a machine, this would be a case of instructive sub-function. The main translation strategies for a top-down translation approach depending on the function and purpose of the text is the documentary or the instrumental approach.

Outlining the skopos theory, we must also note the importance of the intended audience. When Mason (2000) explored the notion of audience design in relation to the skopos theory, he made an interesting observation; translation is different to any other communication method as to the fact that the translator “is highly unlikely to be influenced by a category of receiver which is unexpected”. In other words, where speakers may adjust their style to accommodate for a wider than expected audience (auditors and eavesdroppers), the translator will focus on the

intended target audience as identified by the assignee of the translation or the translation brief. On the wider context, Mason points out that audience design works to regulate the interpersonal dimension of meaning whilst, the socio-textual practices regulate the intertextual dimension.

Rounding up the theory, one must not forget that ultimately, these webpages are part of the banking sector and thus, in the broader sense, their translation can be considered a specialized/financial translation. Discussing the translation of economics and the economics of translation, Sosoni and Biel (2017) refer to Nord's typology and include in the financial translation – apart from obvious genres such as financial statements etc. – creative 'genres such as CEO's speeches and marketing advertisement and corporate webpages in business discourse. These, they explain, are not the standard genres of business discourse but "hybrid, multimodal and multifunctional genres, the communicative purpose of which is not only informative but also operative with the persuasive content – for example, to promote a positive image of the company, to affect consumers' behavior and to drive sales."

4. Evaluation of the translation

In keeping with Newmark's (1998) advice, we must refrain from criticizing and try to understand the translator's purpose. The translator(s) in this case remains unknown; not invisible as per Venutti's (1995) proclamation - because they have produced a text that is flawless - but simply unnamed in the corporate environment. Nevertheless, we can be certain of the assignee (the management of each of the four systemic banks), and we can hypothesize over the translation brief. Even before attempting an analysis of the translation though, we can comment on the smoothness, naturalness, easy flow, and readability of the Target Text (Newmark, 1988), or rather the fact that the translation does not read as fluent or natural as expected. Reading as an original is also what Munday (2001) expects from a translation.

For the purposes of this dissertation, however, we are not taking a linguistic approach to the translation, looking for equivalence or offering an opinion as to the translation procedures (Nida, 1964) or methods applied (Vinay & Darbelnet, 1973; Newmark 1988). We are not interested in the micro-level analysis of the translation or the translation problems as distinguished from translation difficulties according to Parianou and Kelandrias (1999) but rather in the type of the text and the macro-level strategy applied according to Nord's typology.

In practice, according to the Skopos theory, the translator must fully understand beforehand what needs to be achieved with the target text and abide by the brief. In this case, the purpose of the target text is the same as the purpose of the source text, to inform customers of the characteristics of these banking products with the aim of helping them choose the best product for them, without the texts being purely/ overly advertising or marketing. In Greek or in English, customers should receive clear, accurate information. The function of the target text must be viewed, as Nord (2006) suggests in her article *Translating for Communicative Purposes across Culture Boundaries*, from the receiver's perspective. As regards the assigner of the translation and the brief, it is however most certain that the Bank wishes that their non-Greek speaking visitors to their websites to take the information presented into consideration and to subscribe to their products.

Therefore, working backwards, with a top-down approach, we note that the function of the source text is referential, of a descriptive sub-function. Of course, being aimed at consumers, the source text is also partly of an appellative function (persuasive sub-function), but in this instance, this is secondary to the main referential function.

Looking at the produced target text, we see that a documentary type of translation has been applied; we find elements of a literal translation as, in many instances, the source-text form is reproduced at word level. Overall, it is undoubtedly a faithful translation, where some effort has been made for

adaptation to the structure of the target language, and whilst structures that convey no meaning are avoided, the text does not read fluently in English. The simplicity and the avoidance of more specialized banking register is for the benefit of non-native English speakers.

5. Intercultural aspects of the translation

Ideally, we would expect to see an instrumental translation that relays the information of the source text in a target-culture text. The inter-cultural aspect of the translation is of great importance to functionalists and in effect, the whole skopos theory has been devised to guide translators into producing texts that achieve their purpose in a different culture. The functionalist approach views translation as a “communicative action carried out by an expert in intercultural communication (the translator), playing the role of a text producer and aiming at some communicative purpose” (Nord, 2006). A source text is produced in specific culture conditions and must be transferred to different culture conditions whilst conveying the same information and meaning. Should we consider the appellative function of the target text, according to Toresi’s (2010) opinion for the translation of promotional and advertising texts, this translation is “consumer orientated” and as such should be adjusted to the target culture.

Looking at the translation of the banking products, we fail to recognize in the target text any culture specific linguistic devices that would indicate that the text is the product of an intercultural translation. Indeed, the translation keeps as close to the original as possible, also reproducing the images and non-linguistic elements of the source text. The inter-textual elements are transferred as in the original and no attempt is made to change the models, icons or colors. The translator remains in this case as the mere copier of the text (Katan 2004, as cited in Rike, 2013) and does not seem to play an important role in the communication process, shying away from becoming the mediator that the most recent translation scholars imagine.

It is argued however, that even if no express cultural adaptations are made, “[t]he receivers of a text will always superimpose their own cultural layer on their interpretation” (Zethsen, 2007). And, in this case, the purpose of the target text as regards the provision of accurate information to non-native English speakers, with the observed neutrality and lack of cultural affiliation is deemed to have been achieved. Which brings us back to the translator’s brief.

6. Translator’s brief

We assumed from the target text that a documentary translation has been chosen for this source text; it rests on the one element we have not yet examined to provide a link between the source and the target text that would explain the use of the documentary instead of the instrumental translation and justify the end product.

The translator’s brief, as presented by the functionalists (Nord, 1997) is critical to the translation process. It should provide instructions as to the intended text function, the recipient, the time/ place of reception, the medium and the motive. Especially for B2C texts that provide information and serve a promotional function at the same time, Toresi (2010) emphasizes the need for the brief to also provide the “information-to-persuasion ratio” that the translator should aim for. This is very important as in effect it presupposes the translation type and affects the end result. Given that the translator is bound to adhere to the brief, an instruction to produce a stricter, information-focused to target text rather than a more promotional one, could explain the choice of the documentary translation.

Coupled with the audience design discussed in the previous paragraphs, i.e. the assumption that this translation is intended to inform non-native speakers of the English language that reside in Greece, it seems that the translator’s brief in this case is to keep the translation as simple as possible and as close to the source

text as possible to facilitate non-native speakers of English in obtaining information about the main banking products.

Before we reach a conclusion however, we must examine two other considerations, as outlined below.

7. Other considerations – web content translation/ localization

Taking a step away from translation theory, one could argue that as it is a series of webpages, this translation is actually a matter of localization or web content translation more than anything else, and should be analyzed under this light. Some scholars, such as Rike (2013) might even discuss this translation for its transcreation value, encompassing the functionalist's approach but extending much further than that.

However, apart from the fact that the texts are online, thus conforming - as per Sandrini's (2006) definition of website translation - to the main requirement, i.e. that of being created on the basis of an existing webpage, there are no other features that would support their characterization as transcreation or localization. This is mainly because the English version reproduces exactly the format of the Greek webpage, thus, excluding any semiotic resources from being considered in the creation of the target webpage. No adaptations are made, which means that in most probability, no cultural connotations are examined. As transcreation is seen as the process by which texts are recreated across all levels to make them more appealing to a different culture, it is safe to say that this is not the case at hand.

As regards localization, this is defined as adapting a product to a particular locale (Esselink in Nauert, 2007) and requires first and foremost, a highly cultural-specific content, with complex cross-references and functional relationship (De Bortoli & Minazzi in Nauert, 2007). Without going into more detail into the localization-translation debate, a comparison of the source and target texts suffices to conclude that this is not a product of localization. Even though these are large

corporations, the English webpages are addressed to residents in Greece. Their products are not available to residents outside Greece and thus, the English translation is not intended for a website to be created anew by the bank in another country, or for English speaking customers at their place of residence but rather at non-native English speakers in Greece.

The distinction is clearly understood by looking into websites clearly localized for the Greek market; as stated earlier in the paper, HSBC is the only foreign bank with fully operational branches in Greece and online presence, with a website that has been localized for the Greek audience. This is more evident in the case of well-known brands such as Cola-Cola or the very active insurance companies, such as AXA and Generali.

8. Other considerations - Use of the English language as a lingua franca

The fact that the translation of these webpages is only available in English, is another point of interest. Taking into consideration that they are not products of localization or transcreation and that the type of translation applied as per Nord's typology is not ideal, the choice of English as the only available translation may take on a different meaning. Generally speaking, the bilingual website further supports the view that the translation of these B2C webpages is functional and aims at facilitating communication for foreign customers that have no knowledge of Greek in a language that they will most probably understand (*skopos*). As explained above, the simplicity and the avoidance of more specialized banking register is for the benefit of non-native English speakers.

This is in line with the view that English is the lingua franca (EFL) of business and politics. Kapsaskis and Bielsa (2021) explain that "contemporary globalization has witnessed the emergency of English as a global lingua franca and that this has not led to a diminishing significance for translation but rather placed new demands and pressures on translation and translators" and argues that "it is not English but

rather translation that is the basic medium for the creation of a transnational public sphere in a democratic sense". Discussing working in a foreign language and corporations that adopt English as their medium of communication, Radley (2016) notes that most academics agree that over the years, English overcame other major languages as the language of choice for communication between persons that do not share a common native language (Seidlhofer, 2001, 2005; Klein, 2007; Crystal, 2003; Firth, 1996). Its dominance has been further strengthened by globalization and migration (Sosoni and Biel, 2017). Using English relieves governments, agencies, corporations or other third parties of the pressure of catering to different languages. This is particularly important in a world of increased needs in communication and rising cost of reaching out to minor languages.

The four systemic banks rely on this characteristic of the English language to inform potential customers of their products without foraying into other languages. The translation ensures that speakers that do not have excellent knowledge of the language are not excluded. Bourdieu (1991) speaks of the exclusion of individuals that lack language competence. But even if the said banks had no such noble intention, the translation examined conforms to the main principle of the *lingua franca*; it provides a neutral ground for communication.

Foley and Deocampo (2016) pose an interesting dilemma: Should translators adhere to the expectations of native English readers, rather than those of readers using English as a *lingua franca*? House (2012) wrote that the use of English as a *lingua franca* and multilingualism "are not 'either-or' matters, and that the use of ELF need not damage linguistic-cultural diversity". House continues explaining that as the in their majority, non-native English speakers are per se bilingual or multilingual, the transfer from other languages and code-mixing are not uncommon in their interactions.

Taking this statement into consideration and looking again into B2C products in other sectors, we are led to believe that the documentary translation applied in this case is most probably an informed choice.

9. Limitations

Before trying to reach a conclusion, it must be noted that there have been several limitations in this study. To begin with, it must be noted that it is not a thorough examination of the banking sector in whole, just a closer look into an unexpected similarity between specific webpages of the four systemic banks of Greece. We are not familiar with the inner workings of the banks; it is not known whether they have a translation department or if they have an established procedure for assigning the translation to an agency.

Also, the analysis was restricted to these pages for B2C banking products and did not extend in detail into other sectors that have a non-native English-speaking audience in Greece, which for example could include motorway infrastructures, or State agencies focusing on immigration.

As noted earlier, the paper does not examine in depth the translation as regards the hidden – or not so hidden – message from a socio-linguistic point of view, or whether this simplified translation is indeed of use to non-native English speakers (or, if it actually hinders their understanding). Finally, this dissertation does not offer a different translation as its purpose was to apply the skopos theory in relation to the end-product and not to proceed to alternative translations.

10. Conclusions

The starting point was an observation that the translation of the B2C banking products for systemic banks in Greece is not as fluent as expected and that it keeps closer to the source text as one would expect. We looked to establish whether this similarity across the three banks can be explained by the functionalist theory, i.e. that the function of the target text and the intended audience can explain the end product. The hypothesis was that that this translation is addressed to non-native English-speaking customers residing in Greece.

Applying Nord's typology, it was found that this is a referential (and partly appellative) text and that a documentary translation was applied. A translator's brief that requires strict adherence to the source text can provide the link between the source and the target text. In exploring this matter, we also determined that the webpages under examination cannot be classed as a product of localization of transcreation. When examining the intercultural aspect of the translation, it was found that the adaptation to a target culture is lacking and that it could be a case where English is used to facilitate communication, serving as a *lingua franca*.

We conclude that if the brief for the translation is to produce a target text that is as simple as possible for non-native English-speaking customers, the simplicity of the translation and the closeness to the original could be explained, if not justified.

References:

Agnell, E. (2016) Terminology and function hybridity: A functionalist approach to the translation of an art history book, Thesis for Master Degree, Faculty of Arts and Humanities, Department of Languages, Linnaeus University

Baker, M. (2006). Translation and Conflict: A Narrative Account. London: Routledge.

Baker, M. (Ed.). (1997). Routledge Encyclopedia of Translation Studies (1st ed.). Routledge.

Bell, A. (1984). Language Style as Audience Design. *Language in Society*, 13(2), 145-204. Published By: Cambridge University Press

Biel, L. & Sosoni, V. (2017) The translation of economics and the economics of translation, *Perspectives*, 25:3, 351-361

Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power. Cambridge, MA: Harvard University

Chesterman, A (1997). Memes of translation. The spread of ideas in translation theory. Amsterdam: Benjamins.

Chesterman, A (2006). Interpreting the meaning of translation. In Mickael Suominen et al. (eds), *A Man of Measure. Festschrift in Honour of Fred Karlsson on his 60th Birthday*. Turku: Linguistic Association of Finland, 3-11.

Cronin, M. (2003). Translation and Globalization. London: Routledge.

Cruz-Garcia, L. (2018) Advertising across cultures, where translation is nothing... or everything. *The Journal of Specialised Translation*, Issue 30 – July 2018

Dósa, I. (2009). About Explicitation and Implication in the Translation of Accounting Texts. *International Journal of the Sociology of Language* 130, pp. 129-150.

Farahani, M. & Arbabi, M. (2019). Functionalism in Translation: A Case Study Investigation into Translation literature based on Nord's Documentary vs. Instrumental Dichotomy *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences* Volume 22 No 2 2019, 51-70, Khazar University Press 2019

Firth, A. (2009). The Lingua Franca Factor. In J. House (ed.) *Special Issue: English Lingua Franca. Intercultural Pragmatics* 6(2), pp. 147-70

Foley and Deocampo (2016) The use of English as a lingua franca in translation, *Indonesian Journal of Applied Linguistics*, Vol. 5 No. 2, January 2016, pp. 146-153

House, J. (2012). Translation, Interpreting and Intercultural Communication. In J. Jackson (ed.), *Routledge Handbook of Intercultural Communication* (pp. 495-510). London: Routledge.

House, J. (2015). *Translation Quality Assessment: Past and Present*. London: Routledge.

Kapsaskis, D., & Bielsa, E. (Eds.) (2021). *The Routledge Handbook of Translation and Globalization*. (Routledge Handbooks in Translation and Interpreting Studies). Routledge.

Larkosh, C. (2002). "Translating Woman: Victoria Ocampo and the Empires of Foreign Fascination." In Maria Tymoczko and Edwin Gentzler, eds. *Translation and Power*. Amherst, U. Mass. Press, pp. 99-121.

Laviosa, S. (2002). *Corpus-based Translation Studies: Theory, Findings, Applications*. Amsterdam- New York, NY: Rodopi B.V.

Loupaki, E. (2008). Shifts of involvements in translation. The case of European Parliament proceedings in Munoz-Calvo, M, et. Al. (ed) *New Trends in Translation and Cultural Identity*, Cambridge Scholars Publishing, UK

Mason, I (2000) Audience Design in Translating, *The Translator*, 6:1, 1-22

Munday, J (2014) *Text Analysis and Translation in A Companion to Translation Studies*, First Edition. Edited by Sandra Bermann and Catherine Porter. 2014 John Wiley & Sons, Ltd. Published 2014 by John Wiley & Sons, Ltd.

Munday, J. (2001). *Introducing Translation Studies*. New York: Routledge.

Murtisari, M. & Wacana, S. (2016). *Explicitation in Translation Studies: The journey of an elusive concept*. Christian University

Nauert, S. (2007) *Translating websites*, EU-High-Level Scientific Conference Series - MuTra 2007 – LSP Translation Scenarios: Conference Proceedings

Newmark, P. (1981). *Approaches to Translation*. Oxford: Pergamon Press Ltd.

Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. New York: Prentice Hall International.

Nida, E. (1964). *Toward a Science of Translation*. Leiden, Brill.

Nord, C. (1994). Translation as a process of linguistic and cultural adaptation, publ. in Cay Dollerup/Annette Lindegaard (ds) *Teaching Translation and Interpreting 2*, Amsterdam/Philadelphia: Benjamins 1994, 59-67.

Nord, C. (1997). Translation as a Purposeful Activity. Functionalist Approaches Explained. Manchester: St Jerome. 1997

Nord, C. (2006a). Loyalty and Fidelity in Specialized Translation, *Confluencias – Revistade. Traducaao Cientificae Tecnica*, No 4, May 2006:29-41, Artigos e comunicacoes

Nord, C. (2006b). Translating for Communicative Purposes across Culture Boundaries, *Journal of Translation Studies* 9(1) (2006), 43–60

Nord, C. (2012). Quo vadis, functional translatology?, *Target*, 24(1), pp. 26-42

Nord, C. (2016). Skopos and (Un)certainity: How Functional Translators Deal with Doubt, *Volume 61, Numéro 1, Mai 2016*, p. 29–41 *Des zones d’incertitudes en traduction*

Oyali, U. (2015) A Critique of Functionalist Approaches to Translation Studies *Journal of the Linguistic Association of Nigeria* Volume 18 Number 1 2015 (pp. 51-64)

Radley, Y. (2016). Working in a foreign language: Case study of employees’ perceptions in a Luxembourg-based multinational company using English as a lingua franca, Master Thesis, Master in Learning and Communication in Multilingual and Multicultural Contexts. University of Luxembourg

Rike, S.M. (2013). Bilingual corporate websites — from translation to transcreation?, *The Journal of Specialised Translation*, Issue 20 – July 2013

Sandrini, P. (2006). Website translation: a new training challenge, *Research Gate*

Smith, K. (2006). Rhetorical figures and the translation of advertising headlines, *Language and literature: International Journal of Stylistics*

TAUS (2019). Transcreation Best Practices and Guidelines.

Torresi, I. (2010). Translating promotional and advertising texts. St. Jerome Publishing

Toury, G. (1991). What are Descriptive Studies into Translation Likely to Yield apart from Isolated Descriptions. In K. van Leuven-Zwart, T. Naaijken (eds). *Translation Studies: the state of art. Proceedings of the First J.S. Holmes Symposium on Translation Studies*. Amsterdam/ Atlanta: Editions Rodopi , 1991: 179-192.

Toury, G. (1995) *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins.

Toury, G. (1999). A Handful of Paragraphs on 'Translation' and 'Norms'». In C. Schaffner (ed). *Translation and Norms*. Clevedon/Philadelphia: Multilingual Matters, 1999: 9-31.

Trisnawati, I. (2014) Skopos theory: A practical approach in the translation process, *Englisia* MAY 2014, VOL. 1 NO.2, 245-255

Tronch, J. (unknown). "Notes on Translation Criticism". Class notes. Universitat de València.

Trosborg, A. (1997). Translating Hybrid Political Texts. In A. Trosborg (ed). *Text Typology and Translation*. Amsterdam/Philadelphia: Benjamins, 1997: 145-158.

Yazici, M. (2013). Simplification as a Translational Universal. Book of Proceedings 13th International Language, Literature and Stylistics Symposium: Simple Style, SEPTEMBER, 26-28, 2013

Zethsen, K. (2007). Beyond Translation Proper—Extending the Field of Translation Studies, TTR: traduction, terminologie, rédaction, vol. 20, n° 1, 2007, p. 281-308.

Γραμμενίδης, Σ κ.α. (2015) Διεπιστημονικές Προσεγγίσεις της Μετάφρασης ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο www.kallipos.gr. Ελληνική γλώσσα και ορολογία: Ανακοινώσεις 2ου συνεδρίου. Αθήνα: 1999, 263-271.

Καράτζαλη, Φ (2007). Βασικές προσεγγίσεις στη διδακτική της Μετάφρασης Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Φιλοσοφική Σχολή, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Επιστήμες της Γλώσσας και της Επικοινωνίας

Κελάνδριας, Π. (2007). Η Μετάφραση των οικονομικών κειμένων. Εκδόσεις Δίαυλος

Κεντρωτής, Γ. (2000). Θεωρία και πράξη της μετάφρασης. Εκδόσεις Δίαυλος.

Μπατσαλιά, Φρ. & Σελλά – Μάζη, Ε. (2010). Γλωσσολογική προσέγγιση στη θεωρία και τη διδακτική της μετάφρασης. Εκδόσεις Παπαζήση.

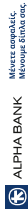
Παριανού Α. (2004). Διαπολιτισμική ειδική επικοινωνία, στην Επιστημονική επετηρίδα 1999-2003. Κέρκυρα: Ιόνιο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Ξένων Γλωσσών, Μετάφρασης και Διερμηνείας, 299-424.

Παριανού Α. & Κελάνδριας Π. (1999). Τεχνικές και διδακτική της μετάφρασης ειδικών κειμένων. Ελληνική γλώσσα και ορολογία: Ανακοινώσεις 2ου συνεδρίου. Αθήνα: 1999, 263-271.

Τσίγκου, Μ. (2011). Γλωσσολογία και μετάφραση. Εκδόσεις Δίαυλος.

Χαραλαμπίδου, Π. (2013). Μετάφραση και Επιχώρια Προσαρμογή Δικτυακών τόπων, Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Φιλοσοφική Σχολή, Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών Διερμηνείας & Μετάφρασης

Appendix



Καταθέσεις

Κάρτες

Επενδύσεις

Δάνεια

Ασφάλιση

myAlpha



Bonus

myAlpha: Online Προϊόντα

Αποκτήστε και διαχειριστείτε online τα τραπεζικά σας προϊόντα, γρήγορα και με ασφάλεια.



myAlpha



Online Προϊόντα

Bleep	Bleep Χαμόγελο του Παιδιού	Alpha Έξυπνη Αποταμίευση	Alpha Credit Protection
Για αυτήν την κάρτα το μόνο που χρειάζεστε είναι το κινητό σας.	Νέα bleep, για το Χαμόγελο του Παιδιού!	Ο αποταμιευτικός λογαριασμός που σας επιβραβεύει με έξυπνο τρόπο για την αύξηση των χρημάτων σας.	Διασφαλίζετε σημαντικές διευκολύνσεις στην πληρωμή της κάρτας σας, σε περίπτωση απρόσμενων γεγονότων.
Alpha online Προθεσμιακή	Alpha online Προθεσμιακή με Bonus	Alpha Bank Prepaid Mastercard	Χρεωστικές Κάρτες Alpha Bank
Η προθεσμιακή κατάθεση που είναι "on" όταν, όπως, εσείς επιθυμείτε! Αποκτήστε την online, μέσα σε λίγα λεπτά, και απολαύστε μοναδικά προνόμια.	Μία Προθεσμιακή – Πολλαπλό Κέρδος! Τώρα και online!	Ασφάλεια και έλεγχος στις αγορές σας στο Internet και στα καταστήματα με το σήμα Mastercard!	Ανακαλύψτε τη μοναδική ευκολία και ταχύτητα που σας προσφέρουν οι χρεωστικές κάρτες της Alpha Bank στις καθημερινές σας συναλλαγές.

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ



ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ

Alpha Safe Auto

Αποκτήστε online ένα από τα τέσσερα ολοκληρωμένα ασφαλιστικά προγράμματα αυτοκινήτου, άμεσα και εύκολα, σε προνομιακή τιμή.

ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ



Κανονιστικό
Πλαίσιο

Για την
ενημέρωσή σας

Χρήσιμοι
Σύνδεσμοι

Για την
εξυπηρέτησή
σας

Ενημέρωση για τον Ν.
4605/2019 για την
προστασία της κύριας
κατοικίας

Κώδικας Δεοντολογίας
του Ν.4224/2013

Οδηγία MiFID

Σύστημα εγγύησης
καταθέσεων και
επενδυτικών
υπηρεσιών (TEKE)

Τα δικαιώματά σας για
να κάνετε πληρωμές
στην Ευρώπη

Πλαίσιο Συνεργασίας –
Όροι Διενέργειας
Τραπεζικών
Συναλλαγών

Ισχύον τιμολόγιο και
όροι συναλλαγών

Τιμολόγιο Υπηρεσιών
Private Banking

Τιμολόγιο Υπηρεσίας
Alpha Bank Gold
Personal Banking

Απαιτούμενα έγγραφα
πιστοποίησης
ταυτότητας

Υπηρεσία αλλαγής
λογαριασμού
πληρωμών

Κατάσταση Τελών

Ενημέρωση για την
επέξεργασία
δεδομένων εικόνας

Alpha Safe Auto

Alpha Αστικά Ακίνητα

Alpha Global Trading

Νομισματική Συλλογή
Μαζί

Ιστορικό αρχείο

corona-19 - Τραπεζικά
προϊόντα και υπηρεσίες
που διευκολύνουν την
καθημερινότητα

Υπολογιστής IBAN BIC /
SWIFT Alpha Bank

Ορόριο Καταστημάτων

Δελτίο τιμών
συναλλάγματος

Τιμές Αμοιβαίων
Κεφαλαίων

Πληροφορίες Μετοχών

Online Ενημέρωση
Εγγράφων

Σχέσεις με Πιστωτικά
Ιδρύματα

Τηλεφωνική
Εξυπηρέτηση

210 326 0000
Καθημερινά 8:00 – 22:30

Χάρτης

Βρείτε το πλησιέστερο
Κατάστημα ΑΤΜ ή ΚΑΣ

Επικοινωνία

Δείτε πως μπορείτε να
επικοινωνήσετε μαζί μας

myAlpha Ραντεβού

Κλείστε το δικό σας ραντεβού
στο Κατάστημα της επιλογής
σας με βιντεοκλήση,
τηλεφωνικά ή από κοντά χωρίς
αναμονή

Στα social media

Συνδεθείτε μαζί μας
στα κοινωνικά δίκτυα





ALPHA BANK

Sitemap

Πολιτική για Cookies

Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Όροι χρήσης

Copyright 2018© ALPHA BANK





Online Products

Obtain and manage your banking products on-line, quickly and securely.



myAlpha



Online Products

Bleep

Alpha Save Smart

Alpha online Term Deposit

Alpha online Term Deposit with Bonus

For this card the only thing you need is your mobile phone.

The Saving Account that smartly rewards the increase of your money.

A term deposit that is 'on' whenever, wherever and as you wish! Create it online, in just a few minutes and enjoy unique benefits.

One Term Deposit - Multiple Benefits! Now also online!

MORE

MORE

MORE

MORE



Alpha Bank Prepaid Mastercard

Security and control whenever you make purchases on the Internet and at any merchant with the Mastercard trademark!

Security and control whenever you make purchases on the Internet and at any merchant with the American Express®, Visa and Mastercard™ trademark!

Alpha Safe Auto

Get one of the four comprehensive car insurance plans online, quickly and easily, at a preferential price.

MORE

MORE

MORE

Regulatory
framework

Code of Conduct under
Law 4224/2013
MIFID
Deposit and Investment
Guarantee

For your
information

Your rights when
making payments in
Europe
General Transaction
Terms
Required authentication
documents
General Data Protection
Regulation (EU)
2016/679 of the
European Parliament
and the Council
SEPA / Regulation (EU)
No.260/2012

Useful links

Alpha Astika Akinita
Alpha Global Trading
Numismatic collection
Mazi
Alpha Bank Historical
Archives

For your service

IBAN Calculator BIC /
SWIFT Alpha Bank
Branches hours
Exchange rates
Mutual Funds Daily
Prices
Stock Search
Online documents
update
Financial Institutions

Phone Service

+30 210 326 0000
Daily 8:00 - 22:30

Map

Find the nearest Branch, ATM
or ACTC

Communication

See how you can contact us

myAlpha Rendez-vous

Book your appointment at the
Branch of your choice, via video
call, telephone call or in person,
without delay

In social media

Join us in the social networks



BUSINESS

ALPHA BANK GOLD

ALPHA PRIVATE BANK

ALPHA BANK GROUP



ALPHA BANK

Sitemap Cookies Policy Personal Data Protection Terms of use Copyright 2018© ALPHA BANK

Συχνά ερωτήματα για το e-Banking

[Support Center](#)[e-Banking](#)[Συχνά ερωτήματα για το e-Banking](#)[Δεν έχω κάποιο από τα απαιτούμενα έγγραφα. Υπάρχουν εναλλακτικές;](#)

Νέος Πελάτης

ΠΙΣΩ

Δεν έχω κάποιο από τα απαιτούμενα έγγραφα. Υπάρχουν εναλλακτικές;

Αν δεν είστε υπόχρεος να υποβάλετε φορολογική δήλωση ή αν η τρέχουσα διεύθυνση κατοικίας σας δεν αναγράφεται στο φορολογικό σας έγγραφο, μπορείτε και πάλι να ανοίξετε τον λογαριασμό σας. Δείτε πώς:

- **Η Διεύθυνση που αναγράφεται στο φορολογικό μου έγγραφο (Εκκαθαριστικό, Βεβαίωση Απόδοσης Α.Φ.Μ.), δεν είναι η σωστή.**

Αν μένετε σε άλλη διεύθυνση από αυτήν που αναγράφεται στο φορολογικό σας έγγραφο, τότε για την πιστοποίησή της θα χρειαστείτε επιπλέον έναν πρόσφατο λογαριασμό παρόχου ενέργειας (ΔΕΗ, Φυσικό Αέριο, ZENIΘ, Protergia, Elpedison, Walt & Volt, Green, NRG, Voltera, Ήρων), ή παρόχου ύδρευσης (ΕΥΔΑΠ, ΕΥΑΘ) ή παρόχου σταθερής τηλεφωνίας (Cosmote, Wind, Vodafone, Nova, Forthnet), ο οποίος να εκδίδεται στο όνομά σας ή στο όνομα πατρός/μητρός/συζύγου.

- **Δεν έχω εκκαθαριστικό.**

Σε περίπτωση που δεν είστε υπόχρεος να υποβάλετε φορολογική δήλωση, μπορείτε να πιστοποιηθείτε με τη Βεβαίωση Απόδοσης ΑΦΜ και μέσω της εφαρμογής βεβαιώνετε ότι δεν έχετε εισόδημα για το προηγούμενο φορολογικό έτος

Εάν δεν έχετε κάποιο από τα παραπάνω έγγραφα, προτιμήστε το Κατάστημα, όπου οι επιλογές είναι περισσότερες.

Προηγούμενη Ερώτηση

Άνοιγμα πρώτου λογαριασμού Alpha Bank από κινητό:
Τι έγγραφα θα χρειαστώ;

Επόμενη Ερώτηση

Θέλω να ανοίξω λογαριασμό Μισθοδοσίας από το
κινητό. Γίνεται;

Κανονιστικό Πλαίσιο	Για την ενημέρωσή σας	Χρήσιμοι Σύνδεσμοι	Για την εξυπηρέτησή σας
Ενημέρωση για τον Ν. 4605/2019 για την προστασία της κύριας κατοικίας	Τα δικαιώματά σας για να κάνετε πληρωμές στην Ευρώπη	Alpha Safe Auto	coronid-19 - Τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες που διευκολύνουν την καθημερινότητα
Κώδικας Δεοντολογίας του Ν.4224/2013	Πλαίσιο Συνεργασίας – Όροι Διενέργειας Τραπεζικών Συναλλαγών	Alpha Αστικά Ακίνητα Alpha Global Trading Νομισματική Συλλογή Μαζί	Υπολογιστής IBAN BIC / SWIFT Alpha Bank
Οδηγία MiFID	Ισχύον τιμολόγιο και όροι συναλλαγών	Ιστορικό αρχείο	Ωράριο Καταστημάτων
Σύστημα εγγύησης καταθέσεων και επενδυτικών υπηρεσιών (TEKE)	Τιμολόγιο Υπηρεσιών Private Banking		Δελτίο τιμών συναλλαγμάτων
	Τιμολόγιο Υπηρεσιών Alpha Bank Gold Personal Banking		Τιμές Αμοιβαίων Κεφαλαίων
	Απαιτούμενα έγγραφα πιστοποίησης ταυτότητας		Πληροφορίες Μετοχών
	Υπηρεσία αλλαγής λογαριασμού πληρωμών		Online Ενημέρωση Εγγράφων
	Κατάσταση Τελών		Σχέσεις με Πιστωτικά Ιδρύματα
	Ενημέρωση για την επεξεργασία δεδομένων εικόνας		
	Ενημέρωση για τον νέο Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (GDPR) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου		
	Αλλαγές λόγω SEPA από 1.8.2014		

Τηλεφωνική
Εξυπηρέτηση
210 326 0000
Καθημερινά 8:00 – 22:30

Χάρτης
Βρείτε το πλησιέστερο
Κατάστημα ATM ή ΚΑΣ

Επικοινωνία
Δείτε πως μπορείτε να
επικοινωνήσετε μαζί μας

myAlpha Ραντεβού
Κλείστε το δικό σας ραντεβού
στο Κατάστημα της επιλογής
σας με βιντεοκλήση,
τηλεφωνικά ή από κοντά χωρίς
αναμονή

Στα social media
Συνδεθείτε μαζί μας
στα κοινωνικά δίκτυα





ALPHA BANK

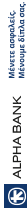
Sitemap

Πολιτική για Cookies

Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Όροι χρήσης

Copyright 2018© ALPHA BANK



documents. What can I do?

- > Individuals' Support Center > e-Banking > Frequently asked questions about e... > I don't have any of the above required documents. Are there any other alternatives?

New Customer

BACK

I don't have any of the above required documents. Are there any alternatives?

If you are not required to file taxes or if your current home address is not the same as the one featured in your tax-related document, then, in order to open your new bank account, you will need the following:

- Your home address is not the same as the one featured in your tax-related document (Income Tax Slip, proof of Tax Identification Number)

If you are living elsewhere, in order to certify your home address, you will also need to submit one of the following:
A recent energy bill (D.E.I, Protergia, Elpedison, Walt&Volt, Green, NRG, Voltera, Natural Gas, Zenith, Heron), a landline phone bill (Cosmote, Wind,Vodafone,Nova, Forthnet) or a water supply bill (EYDAP, EYATH) ,issued in your name or in your father's, mother's, or spouse's name.

- You are not required to file taxes

In case you are not required to file taxes you will need your proof of Tax Identification Number (TIN), and at the same time through the app, you confirm that you have no income for the previous tax year.

If you do not have any of the above documents, you should preferably visit a Branch, where more options are available.

Previous Question

Next Question

What documents do I need in order to open my first bank account at Alpha Bank using my mobile phone?

I want to open an account for my salary using my mobile phone. Is it possible?

Regulatory framework	For your information	Useful links	For your service
Code of Conduct under Law 4224/2013	Your rights when making payments in Europe	Alpha Astika Akinita	IBAN Calculator BIC / SWIFT Alpha Bank
MiFID	General Transaction Terms	Alpha Global Trading	Branches hours
Deposit and Investment Guarantee	Required authentication documents	Numismatic collection	Exchange rates
		Mazi	Mutual Funds Daily Prices
		Alpha Bank Historical Archives	Stock Search
	General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and the Council		Online documents update
	SEPA / Regulation (EU) No.260/2012		Financial Institutions

Phone Service
+30 210 326 0000
Daily 8:00 - 22:30

Map
Find the nearest Branch, ATM or ACTC

Communication
See how you can contact us

myAlpha Rendez-vous
Book your appointment at the Branch of your choice, via video call, telephone call or in person, without delay

In social media
Join us in the social networks



BUSINESS

ALPHA BANK GOLD

ALPHA PRIVATE BANK

ALPHA BANK GROUP



ALPHA BANK

Sitemap Cookies Policy Personal Data Protection Terms of use Copyright 2018© ALPHA BANK

Καταθέσεις

Κάρτες

Επενδύσεις

Δάνεια

Ασφάλιση

myAlpha

Bonus

ΝΕΟΣ ΠΕΛΑΤΗΣ

E-BANKING



Συχνά ερωτήματα για το e-Banking

➤  Support Center ➤ e-Banking ➤ Συχνά ερωτήματα για το e-Banking ➤ Πώς θα λάβω τους όρους των τραπεζικών προϊόντων μου;

Νέος Πελάτης

ΠΙΣΩ

Πώς θα λάβω τους όρους των τραπεζικών προϊόντων μου;

Με την έκδοση των προϊόντων σας, θα λάβετε στο e-mail σας τα συμβατικά έγγραφα των προϊόντων που μόλις αποκτήσατε. Έτσι, θα είναι πάντα διαθέσιμα στο αρχείο σας, ενώ παράλληλα μας βοηθάτε να προστατεύσουμε το περιβάλλον.

Προηγούμενη Ερώτηση

Μπορώ να κάνω άμεσα χρήση των τραπεζικών προϊόντων μου;

Γιατί ο λογαριασμός που άνοιξα έχει όριο στις πιστώσεις;

Επόμενη Ερώτηση

Κανονιστικό Πλαίσιο	Για την ενημέρωσή σας	Χρήσιμοι Σύνδεσμοι	Για την εξυπηρέτησή σας
Ενημέρωση για τον Ν. 4605/2019 για την προστασία της κύριας κατοικίας	Τα δικαιώματά σας για να κάνετε πληρωμές στην Ευρώπη	Alpha Safe Auto	coronid-19 - Τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες που διευκολύνουν την καθημερινότητα
Κώδικας Δεοντολογίας του Ν.4224/2013	Πλαίσιο Συνεργασίας – Όροι Διενέργειας Τραπεζικών Συναλλαγών	Alpha Αστικά Ακίνητα Alpha Global Trading Νομισματική Συλλογή Μαζί	Υπολογιστής IBAN BIC / SWIFT Alpha Bank
Οδηγία MiFID	Ισχύον τιμολόγιο και όροι συναλλαγών	Ιστορικό αρχείο	Ωράριο Καταστημάτων
Σύστημα εγγύησης καταθέσεων και επενδυτικών υπηρεσιών (TEKE)	Τιμολόγιο Υπηρεσιών Private Banking		Δελτία τιμών συναλλαγμάτων
	Τιμολόγιο Υπηρεσιών Alpha Bank Gold Personal Banking		Τιμές Αμοιβαίων Κεφαλαίων
	Απαιτούμενα έγγραφα πιστοποίησης ταυτότητας		Πληροφορίες Μετοχών
	Υπηρεσία αλλαγής λογαριασμού πληρωμών		Online Ενημέρωση Εγγράφων
	Κατάσταση Τελών		Σχέσεις με Πιστωτικά Ιδρύματα
	Ενημέρωση για την επεξεργασία δεδομένων εικόνας		
	Ενημέρωση για τον νέο Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (GDPR) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου		
	Αλλαγές λόγω SEPA από 1.8.2014		

Τηλεφωνική
Εξυπηρέτηση
210 326 0000
Καθημερινά 8:00 – 22:30

Χάρτης

Βρείτε το πλησιέστερο
Κατάστημα ATM ή ΚΑΣ

Επικοινωνία

Δείτε πως μπορείτε να
επικοινωνήσετε μαζί μας

myAlpha Ραντεβού

Κλείστε το δικό σας ραντεβού
στο Κατάστημα της επιλογής
σας με βιντεοκλήση,
τηλεφωνικά ή από κοντά χωρίς
αναμονή

Στα social media

Συνδεθείτε μαζί μας
στα κοινωνικά δίκτυα





ALPHA BANK

Sitemap Πολιτική για Cookies Προστασία Προσωπικών Δεδομένων Όροι χρήσης Copyright 2018© ALPHA BANK



ALPHA BANK

Μέλη της ομαδας
Μενομπε ελταα οαε.

RETAIL

BUSINESS

ALPHA BANK GOLD

ALPHA PRIVATE BANK

ALPHA BANK GROUP

Deposits

Cards

Investments

Loans

Insurance

myAlpha



Bonus

NEW CUSTOMER

E-BANKING



How do I receive the terms of my banking products?



> Individuals' Support Center

> e-Banking

> Frequently asked questions about e-Banking

> How do I receive the terms of my banking products?

New Customer

BACK

How do I receive the terms of my banking products?

Immediately once your products are issued, you will receive via e-mail all relative documents of the products you have just acquired. Thus, they will always be available, while at the same time you are helping us protect the environment.

Previous Question

Next Question

Can I use my products immediately?

Why does a limit apply to the bank account that I have opened?

Regulatory framework	For your information	Useful links	For your service
Code of Conduct under Law 4224/2013	Your rights when making payments in Europe	Alpha Astika Akinita	IBAN Calculator BIC / SWIFT Alpha Bank
MIFID	General Transaction Terms	Numismatic collection	Branches hours
Deposit and Investment Guarantee	Required authentication documents	Mazi	Exchange rates
	General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and the Council	Alpha Bank Historical Archives	Mutual Funds Daily Prices
	SEPA / Regulation (EU) No.260/2012		Stock Search
			Online documents update
			Financial Institutions

Phone Service

+30 210 326 0000

Daily 8:00 - 22:30

Map

Find the nearest Branch, ATM or ACTC

Communication

See how you can contact us

myAlpha Rendez-vous

Book your appointment at the Branch of your choice, via video call, telephone call or in person, without delay

In social media

Join us in the social networks



BUSINESS

ALPHA BANK GOLD

ALPHA PRIVATE BANK

ALPHA BANK GROUP



ALPHA BANK

[Sitemap](#) [Cookies Policy](#) [Personal Data Protection](#) [Terms of use](#) [Copyright 2018© ALPHA BANK](#)

Μένετε ασφαλείς.
Μένουμε δίπλα σας.

ΙΔΙΩΤΕΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ALPHA BANK GOLD

ALPHA PRIVATE BANK

ALPHA BANK ΟΜΙΛΟΣ

EN

Alpha Bank

Εταιρική
ΔιακυβέρνησηΕνημέρωση
ΕπενδύτώνΟικονομικές
ΑναλύσειςΓραφείο
Τύπου**Ανθρώπινο
Δυναμικό**Εταιρική
Υπευθυνότητα

E-BANKING



Οι Άνθρωποί μας



> Ανθρώπινο Δυναμικό

> Οι Άνθρωποί μας

Το σημαντικότερο κεφάλαιο του Ομίλου της Alpha Bank

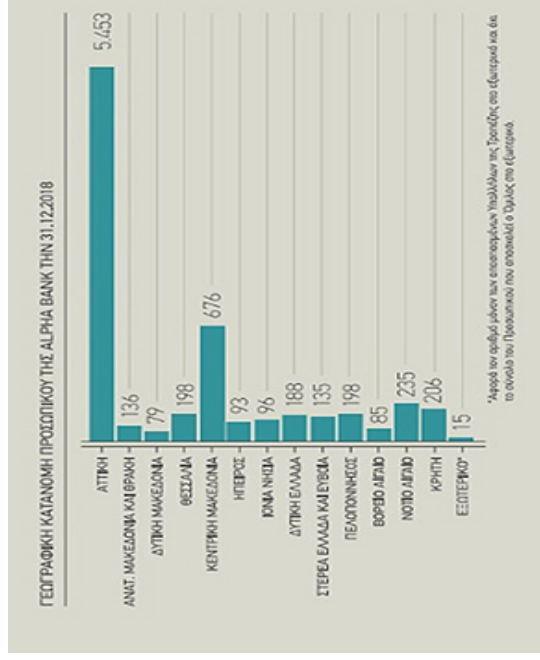
Οι άνθρωποί μας είναι **το πολυτιμότερο κεφάλαιο** που διαθέτουμε, **η κινητήριος δύναμη** πίσω από την επιτυχημένη πορεία και την ανάπτυξη του Ομίλου.

Με επαγγελματισμό, αφοσίωση και συνέπεια, οι Εργαζόμενοι της Alpha Bank στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, **δημιουργούν αξία για την Τράπεζα και την κοινωνία**, με σκοπό την ανάπτυξη και την παροχή βέλτιστων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού της Alpha Bank είναι κοντά στους Εργαζομένους σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο, ενώ **φροντίζει καθημερινά να μεγιστοποιεί την αξία των ανθρώπων της**. Σε συνάρτηση με τον επιχειρησιακό σχεδιασμό, την οργανωτική δομή και τους στρατηγικούς στόχους της Τράπεζας, η Διεύθυνση Ανθρωπίνου Δυναμικού διαμορφώνει ένα εργασιακό περιβάλλον που σέβεται την προσωπικότητα, αναγνωρίζει τη συνεισφορά και στηρίζει τη συνεχή εξέλιξη κάθε Εργαζομένου.

Η δημιουργία υγιούς κλίματος εργασίας, το ωράριο εργασίας, η ανανέωση του Ανθρωπίνου Δυναμικού με νέες προσλήψεις και η παροχή δίκαιων αμοιβών αποτελούν ζητήματα υψίστης σημασίας, τα οποία συμβάλλουν στη δημιουργία ενός εύρυθμου εργασιακού περιβάλλοντος και στην **αποδοτικότερη συνεισφορά των Εργαζομένων** στην καθημερινή λειτουργία της Alpha Bank.

Δημογραφικά Στοιχεία



Κανονιστικό Πλαίσιο

Ενημέρωση για τον Ν. 4605/2019 για την προστασία της κύριας κατοικίας

Κώδικας Δεοντολογίας του Ν.4224/2013

Οδηγία MIFID

Σύστημα εγγύησης καταθέσεων και επενδυτικών υπηρεσιών (ΤΕΚΕ)

Για την ενημέρωσή σας

Τα δικαιώματά σας για να κάνετε πληροφορίες στην Ευρώπη

Πλάσιο Συνεργασία - Όροι Διενέργειας Τραπεζικών συναλλαγών

Ισχύον τιμολόγιο και όροι συναλλαγών

Τιμολόγιο Υπηρεσιών Private Banking

Τιμολόγιο Υπηρεσίας Alpha Bank Gold Personal Banking

Απαιτούμενα έγγραφα πιστοποίησης ταυτότητας

Υπηρεσία αλλαγής λογαριασμού πληρωμιών

Κατάσταση Τελών

Ενημέρωση για την επεξεργασία δεδομένων εικόνας

Ενημέρωση για τον νέο Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (ΕΕ) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

Αλλαγές λόγω SEPA από 1.8.2014

Χρήσιμοι Σύνδεσμοι

Μαζί

Απολογισμοί Δραστηριοτήτων

Απολογισμοί Εταιρικής Υπευθυνότητας

Νομισματική Συλλογή

Ιστορικό αρχείο

Alpha Πολιτισμός

Alpha Πολιτισμός e-shop

Ίδρυμα Ιωάννου Φ. Κωστόπουλου

Για την εξυπηρέτησή σας

Υπολογιστής IBAN BIC / SWIFT Alpha Bank

Ωράριο Καταστημάτων

Δελτίο τιμών συναλλάγματος

Τιμές Αμοibaίων Κεφαλαίων

Πληροφορίες Μετοχών

Σχέσεις με Πιστωτικά Ιδρύματα

Τηλεφωνική Εξυπηρέτηση

210 326 0000

Καθημερινά 8:00 – 22:30

Χάρτης

Βρείτε το πλησιέστερο Κατάστημα ATM ή ΚΑΣ

Επικοινωνία

Δείτε πως μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μας

myAlpha Ραντεβού

Κλείστε το δικό σας ραντεβού στο Κατάστημα της επιλογής σας με βιντεοκλήση, τηλεφωνικά ή από κοντά χωρίς αναμονή

Στα social media

Συνδεθείτε μαζί μας στα κοινωνικά δίκτυα







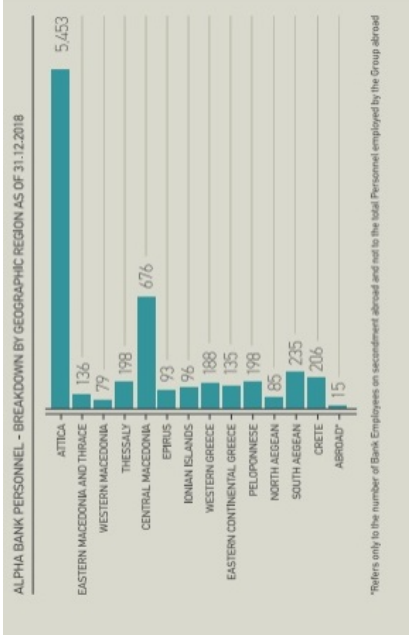
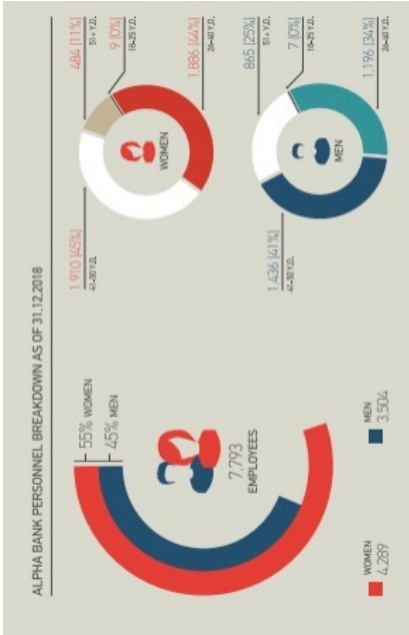
Our People

Home > Human Resources > Our people

The most important asset of the Group

- The people of Alpha Bank are **its most valuable asset** and the driving force behind the Group's successful evolution and growth.
- With **professionalism, dedication and consistency**, the Employees of Alpha Bank in Greece and abroad **create value for the Bank and for society**, aiming to develop and provide the best possible financial services.
- The **Human Resources Division** of Alpha Bank is standing by the Bank's Employees on a professional and personal level, **taking daily care to maximise the value of its people**.
- Taking into account the Bank's business planning, organisational structure and strategic goals, the Human Resources Division **establishes a work environment** that respects individuality, rewards contribution and support the continuous progress of each Employee.
- The creation of a healthy work climate, the working hours, the renewal of Personnel through new recruitments and the provision of fair remuneration, are of the utmost importance. They help build an effective work environment and **allow Employees to contribute more efficiently** to Alpha Bank's everyday operation.

Personnel Demographics



Regulatory framework

Code of Conduct under Law 4224/2013

MIFID

Deposit and Investment Guarantee

For your information

Your rights when making payments in Europe

General Transaction Terms

Required authentication documents

General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and the Council

SEPA / Regulation (EU) No.260/2012

Useful links

Mazi

Business Reviews

Corporate Responsibility Reports

Numismatic Collection

Alpha Bank Historical Archives

Alpha Bank Culture

Alpha Bank Culture e-shop

The J. F. Costopoulos Foundation

For your service

IBAN Calculator BIC / SWIFT Alpha Bank

Branches opening hours

Exchange rates

Mutual Funds Daily Prices

Stock Search

Financial Institutions

Phone Service

+30 210 326 0000

Daily 8:00 - 22:30

Map

Find the nearest Branch, ATM or ACTC

Communication

See how you can contact us

myAlpha Rendez-vous

Book your appointment at the Branch of your choice, via video call, telephone call or in person, without delay

In social media

Join us in the social networks







ALPHA PRIVATE BANK

Γνωρίστε μας

Διαχείριση Περιουσίας

Banking Convenience

Alpha Bank London

E-BANKING

Alpha Private Bank: Υπηρεσίες Διαχείρισης Χαρτοφυλακίου GEM

Ενεργή, αποτελεσματική και επαγγελματική διαχείριση των κεφαλαίων σας.



Διαχείριση Περιουσίας > Υπηρεσίες Διαχείρισης Χαρτοφυλακίου GEM

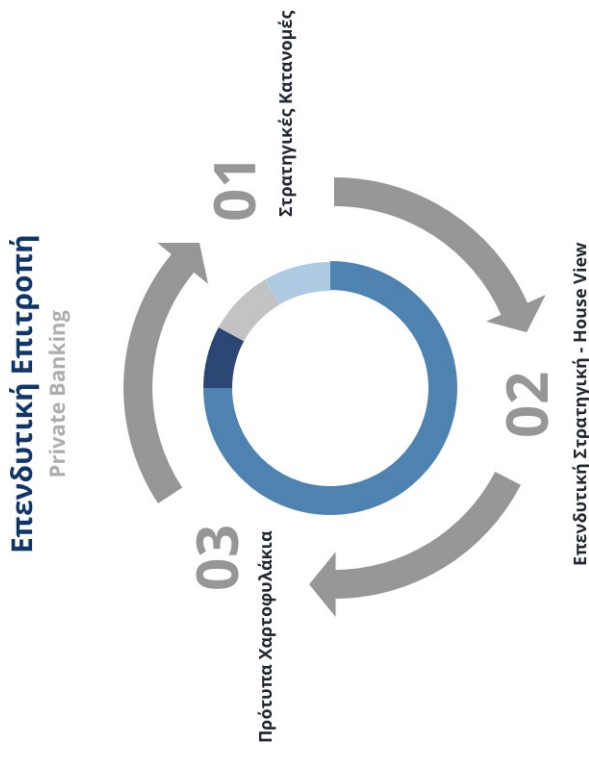
Ολοκληρωμένη επενδυτική προσέγγιση

Οι Υπηρεσίες Διαχείρισης Χαρτοφυλακίου GEM δημιουργήθηκαν για εσάς που αναζητάτε ενεργή, αποτελεσματική και επαγγελματική διαχείριση των κεφαλαίων σας ενώ παράλληλα επιθυμείτε την αποδέσμευσή σας από την πίεση λήψης τακτικών επενδυτικών αποφάσεων και την καθημερινή ενασχόλησή σας με το χαρτοφυλάκιό σας.

Αναλαμβάνουμε τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου σας, σύμφωνα με το επενδυτικό προφίλ που από κοινού έχουμε προσδιορίσει, στοχεύοντας **στην επίτευξη των βέλτιστων αποδόσεων** που ανταποκρίνονται στους στόχους σας.

Πώς λειτουργεί

- Ο Private Banker:** προσδιορίζει το επενδυτικό σας προφίλ, με γνώμονα τους επενδυτικούς σας στόχους, τον χρονικό τους ορίζοντα και το επίπεδο του επενδυτικού κινδύνου που επιθυμείτε να αναλάβετε σε συνάρτηση με την προσδοκία σας για την απόδοση των κεφαλαίων σας.
- Η Επενδυτική Επιτροπή Private Banking:** η εξειδικευμένη ομάδα του Ομίλου Alpha Bank, αξιοποιώντας τη γνώση και τις υποδομές του Ομίλου, παρακολουθεί συνεχώς και διαμορφώνει το χαρτοφυλάκιο σας, σύμφωνα με τις εξελίξεις των αγορών.
- Η Διεύθυνση Private Banking:** σας παρέχει συνεχή ενημέρωση για την πορεία του χαρτοφυλακίου σας και για τις επενδυτικές κινήσεις.



GEM: Generate Enhance Maintain

Οι Υπηρεσίες ενεργούν με βάση **τρεις τύπους πρότυπων χαρτοφυλακίων**, που προσαρμόζονται στις ανάγκες σας και επιδιώκουν να **αναπτύξουν, ενισχύσουν και διασφαλίσουν** τις επενδύσεις σας ανάλογα με τους στόχους σας.

Συντηρητικό Χαρτοφυλάκιο

Ισορροπημένο Χαρτοφυλάκιο

Δυναμικό Χαρτοφυλάκιο



Σύνθετοι Δείκτες Αναφοράς Χαρτοφυλακίων Διαχείρισης GEM

- Ευρώ
- Δολάριο

Κανονιστικό Πλαίσιο	Για την ενημέρωσή σας	Χρήσιμοι Σύνδεσμοι	Για την εξυπηρέτησή σας	Τηλεφωνική Εξυπηρέτηση Alpha Private Bank
Ενημέρωση για τον Ν. 4696/2020	Τα δικαιώματά σας για τα προσωπικά σας δεδομένα	Alpha Αστικά Ακίνητα		210 326 7000

4657/2119 για την προστασία της κύριας κατοικίας
Κώδικας Δεοντολογίας του Ν.4224/2013
Οδηγία MiFID
Σύστημα εγγύησης καταθέσεων και επενδυτικών υπηρεσιών (ΤΕΚΕ)

να κανετε τηλεφωνικές στην Ευρώπη
Πλάσιο Συνεργασίας - Όροι Διενέργειας Τραπεζικών Συναλλαγών
Ισχύον τιμολόγιο και όροι συναλλαγών
Τιμολόγιο Υπηρεσιών Private Banking
Τιμολόγιο Υπηρεσίας Alpha Bank Gold Personal Banking
Απαιτούμενα έγγραφα πιστοποίησης ταυτότητας
Υπηρεσία αλλαγής λογαριασμού πληρωμών
Κατάσταση Τελών
Ενημέρωση για την επεξεργασία δεδομένων εικόνας
Ενημέρωση για τον νέο Γενικό Κανονισμό για την Προστασία Δεδομένων (EE) 2016/679 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου
Αλλαγές λόγω SEPA από 1.8.2014

Καθημερινά 8.00 - 21.00
Σάββατο 9.00 - 16.00, εκτός αργιών

Χάρτης

Βρείτε το πλησιέστερο Κατάστημα, Κέντρο Alpha Private Bank, ATM ή ΚΑΣ

Επικοινωνία

Στείλτε μας την ερώτησή σας σχετικά με τις Υπηρεσίες Private Banking και ένας Private Banker θα επικοινωνήσει μαζί σας



Alpha Private Bank

Υπηρεσίες Private Banking από την Alpha Bank

ΙΔΙΩΤΕΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ALPHA BANK GOLD

ALPHA BANK ΟΜΙΛΟΣ



ALPHA BANK

Sitemap

Πολιτική για Cookies

Προστασία Προσωπικών Δεδομένων

Όροι χρήσης

Copyright 2018© ALPHA BANK

 ALPHA PRIVATE BANK	Meet us	Wealth Management	Banking Convenience	Alpha Bank London
--	---------	-------------------	---------------------	-------------------

GEM Portfolio Management Services

Active, sophisticated and professional management of your assets

-
-

 > Wealth Management > GEM Portfolio Management Services

Comprehensive investment approach

GEM Portfolio Management Services have been designed for those who seek efficient, sophisticated and professional management of their wealth, relieved from the pressure of taking investment decisions on a regular basis and the constant engagement with managing their portfolio.

At Alpha Bank, we undertake the demanding task of managing your portfolio, always in line with your investment profile, in order to achieve your investment goals.

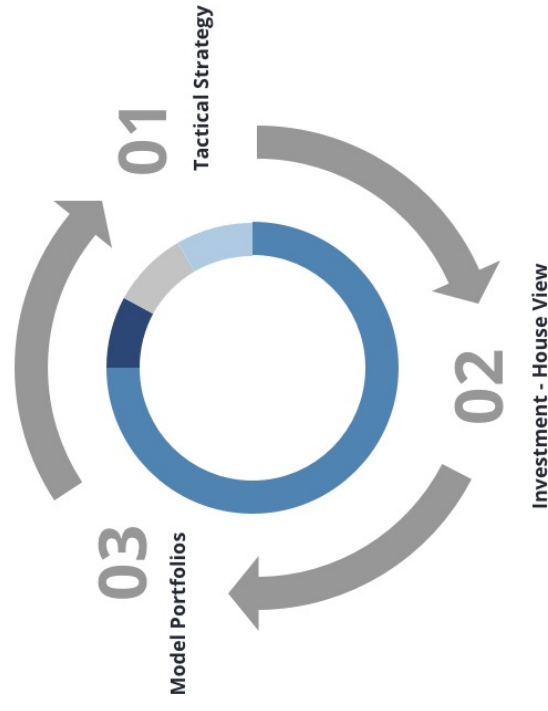
How it works

- **Your Private Banker:** determines your investment profile, based on your investment goals, their time horizon and the investment risk you intend to assume.
- **Private Banking Investment Committee:** the expert team of Alpha Bank Group continuously monitors and shapes your portfolio, driven by market developments.
- **Private Banking Division:** provides you with continuous updates on your portfolio performance and your placements.

○
○

Investment Committee

Private Banking



GEM: Generate Enhance Maintain

The Services that are based on **three types of model portfolios, which are adapted to your needs and seek to generate, enhance or maintain your investments depending on your goals.**

Conservative

Portfolio



Balanced

Portfolio



Dynamic

Portfolio



○ ○

Regulatory framework

Useful links

For your service

Alpha Private Bank Customer Service

+30 210 326 7000

Daily 8:00 - 21:00

Saturday 9:00 - 16:00, excl. bank holidays

Alpha Astika Akinita
Alpha Global Trading

Alpha Trade

Alpha Leasing

IBAN Calculator BIC / SWIFT Alpha Bank
Branches opening hours

Code of Conduct under Law 4224/2013
MiFID
Deposit and Investment Guarantee

General Transaction Terms

Exchange rates

Your rights when making payments in Europe
Required authentication documents

Mutual Funds Daily Prices

General Data Protection Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and the Council
SEPA / Regulation (EU) No.260/2012

Stock Search

Financial Institutions

Map

Find the nearest Branch, ATM or ACTC

Communication

Send us your enquiry regarding the service and a specialized Advisor will contact you.



Alpha Private Bank

Private Banking services from Alpha Bank



RETAIL

BUSINESS

ALPHA BANK GOLD

ALPHA BANK GROUP



ALPHA BANK

Sitemap Cookies Policy Personal Data Protection Terms of use

Copyright 2018© ALPHA BANK



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Παράταση εφαρμογής της αύξησης του ορίου ανέπαφων (contactless) συναλλαγών με κάρτες πληρωμών χωρίς τη χρήση PIN.

Παράταση εφαρμογής στην αλλαγή ορίου ανέπαφων (contactless) συναλλαγών καρτών χωρίς τη χρήση PIN έως 31/03

Σε συνέχεια της από 22 Σεπτεμβρίου 2020 Ανακοίνωσης της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, η Εθνική Τράπεζα, ως μέλος της ΕΕΤ, και ακολουθώντας πιστά τη δέσμευσή της για διαρκή και έμπρακτη συνδρομή στην κοινή προσπάθεια περιορισμού των επιπτώσεων του κορωνοϊού (COVID-19) στη δημόσια υγεία, θα διατηρήσει έως την Τετάρτη, 31 Μαρτίου 2021 το όριο των ανέπαφων (contactless) συναλλαγών καρτών εκδόσεως της, χωρίς τη χρήση PIN, στο ύψος των 50 ευρώ.

Υπενθυμίζεται ότι το συγκεκριμένο μέτρο είναι προσωρινό και εφαρμόστηκε αρχικά την 30η Μαρτίου 2020. Βασικός του στόχος είναι η πραγματοποίηση ανέπαφων (contactless) συναλλαγών χωρίς να απαιτείται κατά τη διενέργειά τους αφ' ενός η παράδοση του πλαστικού της χρεωστικής, πιστωτικής και της προπληρωμένης κάρτα σας στον υπάλληλο της επιχείρησης και αφ' ετέρου η πληκτρολόγηση του PIN στο POS.

Αναλυτικά, για ποσά :

έως 50 ευρώ η συναλλαγή ολοκληρώνεται χωρίς την εισαγωγή PIN (*)

άνω των 50ευρώ, η συναλλαγή ολοκληρώνεται με την εισαγωγή του PIN

Υπενθυμίζεται, σε κάθε περίπτωση, η απαιτούμενη προσοχή σας στην ασφαλή φύλαξη της κάρτας σας.

(*) Σημείωση: Για την ασφάλεια της συναλλαγής ενδέχεται να σας ζητηθεί η εισαγωγή του PIN και για συναλλαγές αξίας ίσης ή μικρότερης των 50€.





NATIONAL BANK
OF GREECE

Extension of the change in the maximum limit for contactless card payments without using PIN, until 31/12

Following the Announcement of the Hellenic Bank Association on 19 May 2020, and in line with its ongoing commitment to curb the spread of COVID-19, National Bank of Greece, as a member of the HBA, will maintain, through to Thursday 31 December 2020, the maximum limit of €50 for contactless card payments without needing to enter a PIN.

This change is temporary and it was introduced on 30 March 2020, due till Sunday 31 May 2020, before being initially extended until the 30th of September. The measure concerns contactless card payments, thus reducing the need of shoppers to physically hand over their debit, credit or prepaid card to the cashier and touch the POS terminal to enter the PIN.

For amounts:

- up to €50 the payment can be performed without entering the PIN (*).
- over €50, the PIN number is required for the transaction to be completed.

In any case, your much needed attention to the safe storage of your card is reminded.

Please note:

() For the financial security of your transaction, you may nevertheless be asked to enter your PIN for transactions equal to or less than €50*



Όμιλος

Εταιρική Διακυβέρνηση

Ενημέρωση Επενδυτών

Γραφείο Τύπου

EN



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

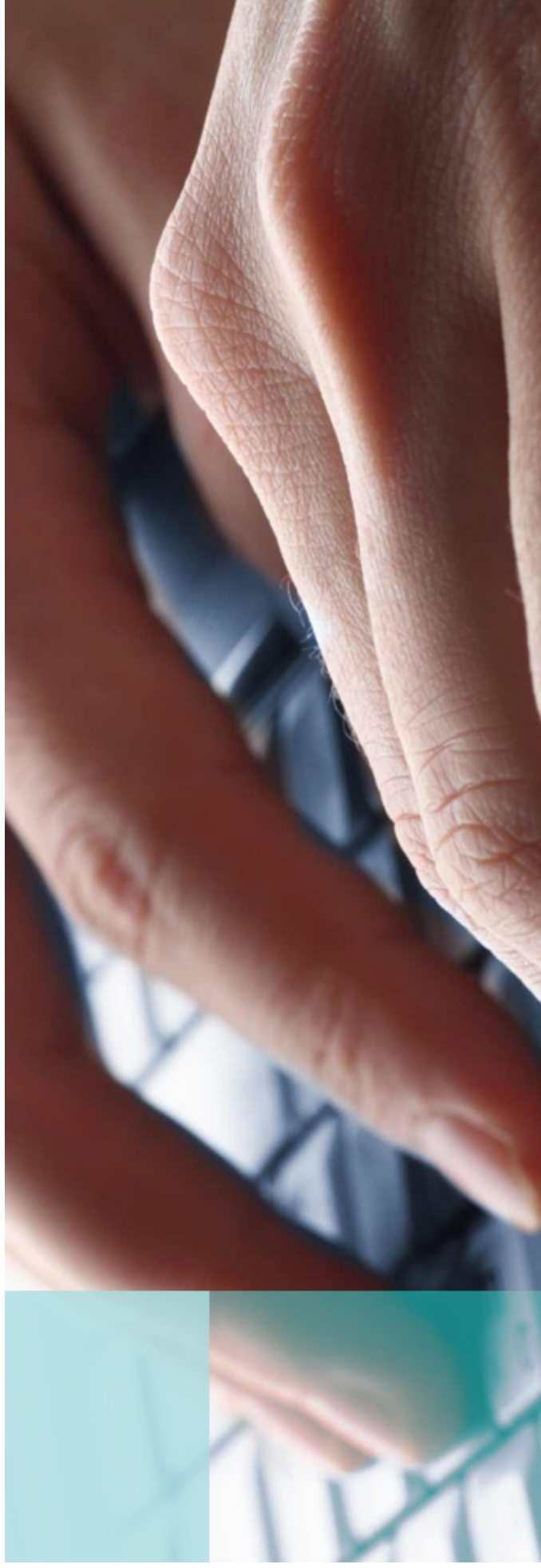
Ιδιώτες

Επαγγελματίες & ΜΜΕ

Επιχειρήσεις & Financial Institutions

Είσοδος για
ΙδιώτεςΕίσοδος για
Επιχειρήσεις

Αναζήτηση



Αρχική i-bank Ιδιώτες Internet Banking

Internet Banking



Χαρακτηριστικά

Χρήση

FAQs

Αξιοποιήστε τα πλεονεκτήματα που σας παρέχει το i-bank Internet Banking και πραγματοποιήστε τις συναλλαγές σας εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια, όπουδήποτε υπάρχει σύνδεση στο Internet:

- **24/7 εξυπηρέτηση**, από το σπίτι, το γραφείο, καθ' οδόν, ακόμα και από το εξωτερικό
- **οικονομία**, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις
- **υψηλό επίπεδο ασφάλειας**
- **φιλικό περιβάλλον χρήσης**
- **συναλλαγές** που συμβάλλουν στο «χτίσιμο» του αφορολόγητου
- **επιβράβευση** go4more

Το i-bank Internet Banking σας προσφέρει συναλλαγές που καλύπτουν σχεδόν όλες τις δυνατότητες που έχετε και στα Καταστήματα της Τράπεζας, καθώς και πρόσθετες υπηρεσίες i-bank:

Πληροφόρηση &
Συναλλαγές

Ενημερωθείτε αναλυτικά για τα τραπεζικά σας προϊόντα και αξιοποιήστε τις λύσεις & τις ρυθμίσεις ασφαλείας που σας προσφέρει το Internet Banking για ευελιξία και ασφάλεια στις καθημερινές σας συναλλαγές.

i-bank Pay

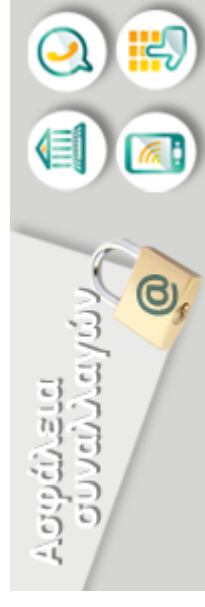


Κάρτες



Κατεβάστε **την εφαρμογή i-bank Pay** και πραγματοποιήστε αγορές και αποστολές

Κάντε αίτηση **για έκδοση κάρτας**, πληρώστε την πιστωτική σας κάρτα και φορτίστε,



χρημάτων από το κινητό σας, χωρίς χρήση καρτών, μέσω του i-bank Internet Banking.

i-bank Alert



Εγγραφείτε στην υπηρεσία μέσω του i-bank Internet Banking καθώς και των Καταστημάτων της Τράπεζας, για να λαμβάνετε ειδοποιήσεις για τις κινήσεις λογαριασμών και καρτών μέσω email/sms.

Εξόφληση Οφειλών Δημοσίου



Κερδίστε διπλά: Έως 12 άτοκες μηνιαίες δόσεις με την πιστωτική σας κάρτα μέσω του i-bank Internet Banking, αλλά και μέσω των Καταστημάτων.

εκφορτίστε ή αλλάξετε το όριο αγορών της προπληρωμένης σας κάρτας, όποτε εσείς επιθυμείτε.

i-bank statements



Δείτε **τα αντίγραφα κινήσεων** λογαριασμών, πιστωτικών καρτών και δανείων και κερδίστε πόντους go4more με την ενεργοποίηση και χρήση της υπηρεσίας.

Υπολογιστής Αφορολόγητου

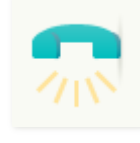


Ενημερωθείτε για το **αφορολόγητο ποσό** που εξασφαλίζετε από τις συναλλαγές σας με τις κάρτες της Εθνικής Τράπεζας και τις υπηρεσίες i-bank, την κατηγοριοποίηση και το ιστορικό των δαπανών σας.

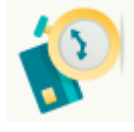
Mobile Banking



Phone Banking



Κέντρα Αυτόματων
Πληρωμών(ΚΑΠ)



Οι υπηρεσίες i-bank

Πληροφόρηση

Συναλλαγές

Προφίλ και Ασφάλεια

Εθνική Τράπεζα	Όμιλος	Ιδιώτες	Επαγγελματίες & MME	Επιχειρήσεις & Financial Institutions
Επικοινωνία	Η Τράπεζα	Καταθέσεις	Καταθέσεις	Καταθέσεις
Διαφάνεια Τραπεζικών	Εταιρείες Ομίλου	Κάρτες	Κάρτες	Κάρτες
Συναλλαγών - Ενημέρωση	Εταιρική Διακυβέρνηση	Συναλλαγές και Υπηρεσίες	Πληρωμές με κάρτες	Επενδυτικά Προϊόντα
Συναλλασσόμενων	Γραφείο Τύπου	Οικολογικές Λύσεις	Χρηματοδότηση Παγίων	Μακροπρόθεσμος Δανεισμός
Ασφάλεια Συναλλαγών	Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη	Στεγαστικά Δάνεια	Χρηματοδότηση Ρευστότητας	Βραχυπρόθεσμος Δανεισμός
Η Κανονιστική Συμμόρφωση στην Τράπεζα και στις Εταιρείες Ομίλου	Μελέτες και Αναλύσεις	Καταναλωτικά Δάνεια	Συγχρηματοδοτούμενα Δάνεια	Ειδικές Πιστοδοτήσεις
Καταστήματα και ATMs		Επενδυτικά Προϊόντα	Διεθνές Εμπόριο	Διεθνές Εμπόριο
Εσωτερικού		Προγράμματα Ασφάλειας και Φροντίδας	Επενδυτικά Προϊόντα	Corporate Cash Management: Λύσεις Μισθοδοσίας
		PREMIUM Banking	Συναλλαγές και Υπηρεσίες	Λύσεις Πληρωμών και Διαχείρισης Ρευστότητας
		Private Banking		Υπεύθυνοι Σχέσεων
				Εταιρικής Πελατείας
				Financial Institutions
				Project Finance



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας & της Ευρωπαϊκής Ένωσης

© 2014 Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος





NATIONAL BANK
OF GREECE

Retail

Business Banking

Corporate Banking & Financial Institutions

Group

Corporate Governance

Investor Relations

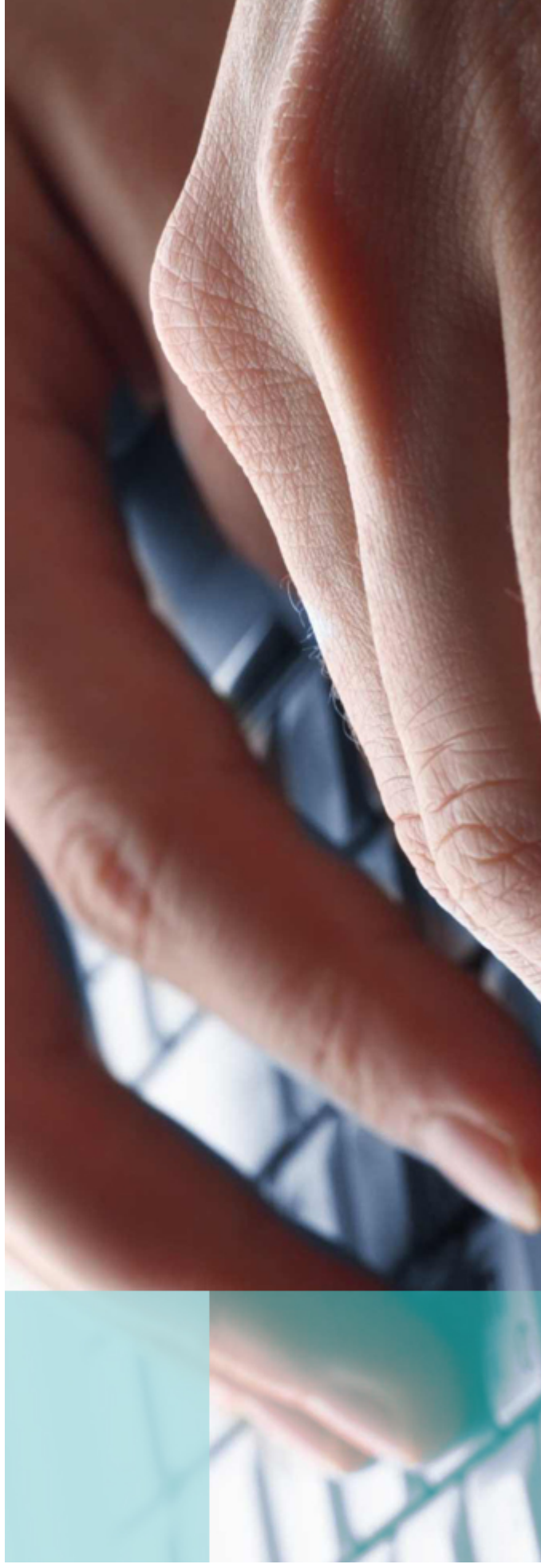
Press Office

EL

Login
Retail

Login
Corporate

Search



Home i-bank Electronic Banking Retail Internet Banking

Internet Banking



Features

Use

FAQs

Explore the exciting features that i-bank Internet Banking offers you and make your everyday transactions easy, fast and safe, wherever you're connected to the internet.

- **24/7 service:** at home or at the office, on the road, and even when you're abroad.
- **Practical:** save money, thanks to zero or very low rates.
- high level of **security**
- **friendly** user interface
- **transactions** that support the "building" of your tax threshold
- **go4more** reward program

i-bank Internet Banking enables you to carry out virtually all the transactions that you can do at our branches, as well as additional i-bank services:

Information & Transactions



Check out the latest details on your banking products, and make the most of the solutions and security settings offered by Internet Banking for flexibility and security in your daily transactions.

i-bank Pay

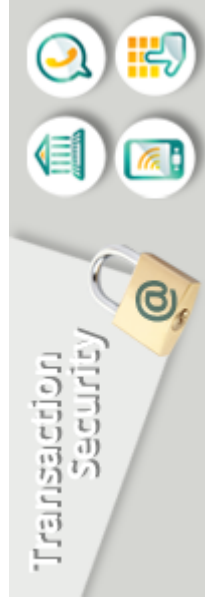


Cards



Download the i-bank Pay app and carry out your purchases and money transfers via your mobile phone and i-bank Internet Banking without the use of cards.

Apply now for a debit, credit or prepaid card and load/unload and set up a daily maximum purchase limit for your prepaid card whenever you wish to do so.



i-bank Alert



Secure transactions using your credit card with instant alerts via sms sent to your mobile. **Sign up to the i-bank Alert** service via i-bank Internet Banking or by visiting any NBG Branch.

i-bank statements



View the **i-bank statements of your accounts**, credit cards and loans, and earn go4more points by activating and using the service.

Profile & Security



Payment of dues to the Greek State



Link and unlink accounts and codes, give user-friendly names to your accounts and apply security settings, e.g. password recovery via e-mail, change of password etc.

Double your benefits: Up to 12 monthly instalments when you use your credit card, via i-bank Internet banking and via NBG's Branch network.

Tax threshold calculator



Find out about the **tax threshold** you have reached by means of your transactions performed using NBG cards and the i-bank services, as well as your purchase categories and your expenses history.

Mobile Banking

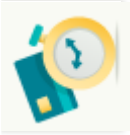


Phone Banking





Automated Payment
Systems(APS)



i-bank Services

[Information](#)

[Transactions](#)

[Profile and Security](#)

NBG Bank

Group

Contact

Transaction Security

NBG Group Compliance
Branches

The Bank

Group companies

Corporate Governance
Press Office

Corporate Social
Responsibility

Reports

Retail

Deposits

Cards

Transactions and
Services

Eco Solutions

Housing Loans

Consumer Loans

Investment Products

Insuring and Caring

PREMIUM Banking

Private Banking

Business Banking

Deposits

Cards

Card Acceptance

Asset Financing

Liquidity Financing

Co-funded Loans

International Trade

Investment Products

Transactions and

Services

Corporate Banking & Financial Institutions

Deposits

Cards

Investment Products

long-term-lending

short-term-lending

Specialized Lending

International Trade

cash-management-

payroll

payments-liquidity-

management

Relationship Managers

financial-institutions

Project Finance

Securities Services

Home Page

Terms of use

Privacy Policy

Follow i-bank:

NationalBankGR

facebook/ibanknbg

youtube/ibanknbg

linkedin/nbg







ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

Ιδιώτες

Επαγγελματίες & ΜΜΕ

Επιχειρήσεις & Financial Institutions

Είσοδος για
ΙδιώτεςΕίσοδος για
Επιχειρήσεις

Αναζήτηση

Νέα εποχή στο Mobile Banking

Τώρα μπορείς να ανοίξεις
τον **πρώτο** σου **λογαριασμό**
από το **κινητό** σου

Περισσότερα



Αρχική i-bank Ιδιώτες Mobile Banking

Mobile Banking



Χαρακτηριστικά

Χρήση

FAQs

Αξιοποιήστε τις δυνατότητες **της νέας, ανανεωμένης εφαρμογής NBG Mobile Banking** της Εθνικής Τράπεζας, για να κάνετε τις τραπεζικές συναλλαγές σας με ένα άγγιγμα από το smartphone ή το tablet σας, οπουδήποτε και αν βρίσκεστε.

Χρησιμοποιώντας το NBG Mobile Banking, για τις καθημερινές σας συναλλαγές απολαμβάνετε:

- **24/7 εξυπηρέτηση**, ακόμα και «εν κινήσει», οπουδήποτε υπάρχει σύνδεση στο Internet
- **υψηλό επίπεδο ασφάλειας**, χωρίς να γίνεται αποθήκευση δεδομένων στο κινητό σας τηλέφωνο
- **οικονομία**, με μηδενικές ή πολύ χαμηλές χρεώσεις
- **επιβράβευση** go4more
- **φιλικό περιβάλλον χρήσης**

Επιπρόσθετα σας προσφέρει:



Πληροφόρηση & Συναλλαγές

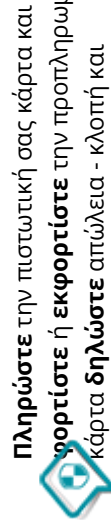
Ενημερωθείτε αναλυτικά για τα τραπεζικά σας προϊόντα και αξιοποιήστε τις λύσεις & τις ρυθμίσεις ασφαλείας που σας προσφέρει το Internet Banking για ευελξία και ασφάλεια στις καθημερινές σας συναλλαγές.



Κάρτες

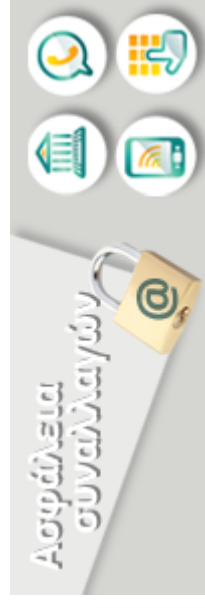


Υπολογιστής Αφορολόγητου



Πληρώστε την πιστωτική σας κάρτα και **φορτίστε ή εκφορτίστε** την προπληρωμένη σας κάρτα **δηλώστε** απώλεια - κλοπή και

Ενημερωθείτε για το **αφορολόγητο** ποσό που εξασφαλίζετε από τις συναλλαγές σας με τις κάρτες



επανεκδώστε τη χρεωστική σας κάρτα, και ακόμα, **διαμορφώστε** τα όρια αγορών και ανάληψης, όποτε εσείς επιθυμείτε.

Προσωπική Διαχείριση Οικονομικών



Εξυπνες Ειδοποιήσεις



Αποκτήστε καλύτερο έλεγχο των οικονομικών σας και διαχειριστείτε εύκολα τα έξοδά σας δημιουργώντας μηνιαία budgets και βλέποντας τις συναλλαγές σας αναλυτικά!

Άνοιγμα πρώτου λογαριασμού



Εγγραφή στις υπηρεσίες i-bank



Με το νέο Mobile Banking της Εθνικής Τράπεζας, μπορείτε να **ανοίξετε τον πρώτο σας** λογαριασμό από το **κινητό σας!** Ενημερωθείτε **εδώ**.

Τώρα μπορείτε να αποκτήσετε **άμεσα** κωδικούς **i-bank** για να κάνετε όλες τις συναλλαγές σας από το σπίτι, 24 ώρες το 24ωρο, εύκολα, γρήγορα και με ασφάλεια.

[Ενημερωθείτε](#) για τις δυνατότητες του νέου Mobile Banking.

Για την **εγκατάσταση της εφαρμογής** επιλέξτε τον αντίστοιχο σύνδεσμο, ανάλογα με το λειτουργικό σύστημα της συσκευής σας:

iPhone™ & iPod touch®

Android™

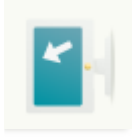
Ελάχιστες λειτουργικές απαιτήσεις:

Apple iOS 9.0 ή μεταγενέστερο και **Google Android™ 6.0 ή μεταγενέστερο**

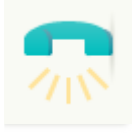
Η εγκατάσταση της εφαρμογής είναι δωρεάν. Ισχύουν μόνο οι χρεώσεις χρήσης του δικτύου του παρόχου



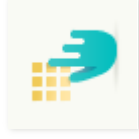
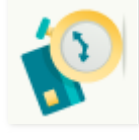
Internet Banking



Phone Banking



ATM

Κέντρα Αυτόματων
Πληρωμών(ΚΑΠ)

Οι υπηρεσίες i-bank

Πληροφόρηση

Συναλλαγές

Προφίλ και Ασφάλεια

Εθνική Τράπεζα Όμιλος

Επικοινωνία

Διαφάνεια Τραπεζικών

Συναλλαγών -

Ενημέρωση

Συναλλασσόμενων

Ασφάλεια Συναλλαγών

Η Κανονιστική

Συμμόρφωση στην

Τράπεζα και στις

Εταιρείες Ομίλου

Εξωτερικού

Η Τράπεζα

Εταιρείες Ομίλου

Εταιρική Διακυβέρνηση

Γραφείο Τύπου

Εταιρική Κοινωνική

Ευθύνη

Μελέτες και Αναλύσεις

Ιδιώτες

Καταθέσεις

Κάρτες

Συναλλαγές και

Υπηρεσίες

Οικολογικές Λύσεις

Στεγαστικά Δάνεια

Καταναλωτικά Δάνεια

Επενδυτικά Προϊόντα

Προγράμματα

Ασφάλειας και

Φροντίδας

Επαγγελματίες & MME

Καταθέσεις

Κάρτες

Πληρωμές με κάρτες

Χρηματοδότηση Παγίων

Χρηματοδότηση

Ρευστότητας

Συγχρηματοδοτούμενα

Δάνεια

Διεθνές Εμπόριο

Επενδυτικά Προϊόντα

Επιχειρήσεις & Financial Institutions

Καταθέσεις

Κάρτες

Επενδυτικά Προϊόντα

Μακροπρόθεσμος

Δανεισμός

Βραχυπρόθεσμος

Δανεισμός

Ειδικές Πιστοδοτήσεις

Διεθνές Εμπόριο

Corporate Cash

Management: Λύσεις

Αρχική Σελίδα

Όροι Χρήσης

Προστασία Δεδομένων

Προσωπικού Χαρακτήρα

Ακολουθήστε το i-bank:

NationalBankGR

facebook/ibanknbg

PREMIUM Banking
Private Banking

Mobile Banking
Συναλλαγές και
Υπηρεσίες

Μισθοδοσίας
Λύσεις Πληρωμών και
Διαχείρισης
Ρευστότητας
Υπεύθυνοι Σχέσεων
Εταιρικής Πελατείας
Financial Institutions
Project Finance

youtube/ibanknbg

linkedin/nbg

© 2014 Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας & της Ευρωπαϊκής Ένωσης





NATIONAL BANK
OF GREECE

Group Corporate Governance Investor Relations Press Office EL

Login
Retail

Login
Corporate

Search

Retail Business Banking Corporate Banking & Financial Institutions



Home i-bank Electronic Banking Retail Mobile Banking

Mobile Banking



Features

Use

FAQs

If you're a user of NBG e-services, take advantage of the NBG Mobile Banking app, which enables you to carry out your banking transactions by simply tapping on your smartphone or tablet:

- **24/7 service**, even when you're on the move, wherever you're connected to the internet.
- high level of **security**, without any data saved on your mobile
- **Practical**: free of charge or at very low rates
- **transactions** that support the "building" of your tax threshold
- **go4more** reward program
- **friendly** user interface

NBG Mobile Banking offers you:

Information & Transactions



Check out the latest details on your banking products, and make the most of the solutions and security settings offered by Internet Banking for flexibility and security in your daily transactions.

Manage your debit cards

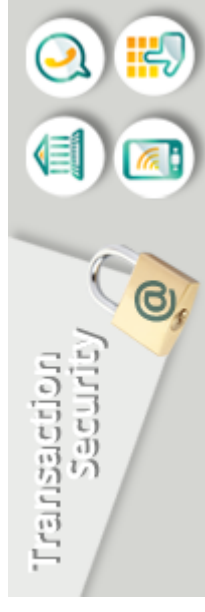


Pay your credit card bill, **load/unload** your prepaid card, report the loss or theft of your card, **reissue** your debit card, and **set** a limit on how much you can **spend** or **withdraw** whenever it suits you.

Tax threshold calculator



Find out about the **tax threshold** you've reached by virtue of your transactions performed using NBG cards and i-bank services, and have total control over your finances!



Personal Finance Management



Smart Notifications



Get better control of your finances and easily **track your spending** by setting monthly budgets and **viewing** your transactions in detail!

"**Smart Notifications**" on your mobile allow you to **be** always **aware of** the activity on your accounts and cards, while you **can set** your own amount limits.

New customer onboarding



Sign up for our i-bank services



You can even **use our new** Mobile Banking **app** to **open your first NBG** account. Click [here](#) for more information.

Now you can instantly **obtain your i-bank** credentials so that you can **carry out** all your transactions from home, 24/7, easily, quickly and safely.

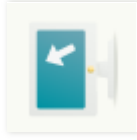
Install the app by downloading the link compatible with your device:

iPhoneTM & iPod Touch[®] AndroidTM

The app requires iOS 9 or later and Android 6.0 or later.

The installation of the app is offered free of charge. Data rates depend on the pricing policy of your network provider.

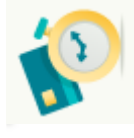
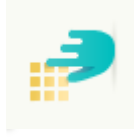
Internet Banking



Phone Banking



Automated Payment Systems (APS)



i-bank Services

Information

Transactions

Profile and Security

NBG Bank

Contact

Transaction Security

NBG Group Compliance

Branches

The Bank

Group companies

Corporate Governance

Press Office

Corporate Social
Responsibility

Reports

Retail

Deposits

Cards

Transactions and
Services

Eco Solutions

Housing Loans

Consumer Loans

Investment Products

Insuring and Caring

PREMIUM Banking

Private Banking

Business Banking

Deposits

Cards

Card Acceptance

Asset Financing

Liquidity Financing

Co-funded Loans

International Trade

Investment Products

Transactions and

Services

Corporate Banking & Financial Institutions

Deposits

Cards

Investment Products

Long-term-lending

short-term-lending

Specialized Lending

International Trade

cash-management-

payroll

payments-liquidity-

management

Relationship Managers

financial-institutions

Project Finance

Securities Services

Home Page

Terms of use

Privacy Policy

Follow i-bank:

NationalBankGR

facebook/ibanknbg

youtube/ibanknbg

linkedin/nbg



ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



η > e-nsurance Online ασφάλιση

e-nsurance Online ασφάλιση

Μέσω της υπηρεσίας winbank web banking έχετε πλέον τη δυνατότητα να αποκτήσετε τα δύο ασφαλιστικά προγράμματα **Secure Wallet*** ή και **My Home Content**, της ERGO Ασφαλιστικής εύκολα, γρήγορα και απλά, χωρίς να απαιτείται η επίσκεψή σου σε κατάστημα της Τράπεζας.

* Περιλαμβάνει ασφάλιση προσωπικών αντικειμένων, όπως τσάντα, κινητό τηλέφωνο, προσωπικά έγγραφα κ.α, ταυτόχρονα με την κλοπή ή απώλεια της πιστωτικής ή χρεωστικής σας κάρτας.

Secure Wallet

Πρόγραμμα προστασίας των προσωπικών σου αντικειμένων σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας της κάρτα σου, από την Ασφαλιστική Εταιρία ERGO μέσω της Πειραιώς Financial Holdings.

[Μάθετε Περισσότερα](#)

My Home Content

Πρόγραμμα προστασίας του περιεχομένου της μόνιμης κατοικίας σου, το οποίο σου παρέχει σιγουριά και ασφάλεια όταν το έχεις ανάγκη, από την Ασφαλιστική Εταιρία ERGO μέσω της Πειραιώς Financial Holdings.

[Μάθετε Περισσότερα](#)

Πλεονεκτήματα

Ευκολία: Μέσω της υπηρεσίας [winbank web banking](#), έχεις τη δυνατότητα να πραγματοποιήσεις την αγορά σου οποιαδήποτε στιγμή εύκολα και απλά.

Ταχύτητα: Άμεση αγορά χωρίς επίσκεψη σε κατάστημα της Τράπεζας.

Εξυπηρέτηση: Με την ολοκλήρωση της αγοράς το συμβόλαιο αποστέλλεται στο e-mail σου. Επιπλέον, έχεις τη δυνατότητα online

Ασφάλεια: Διαδικασία αγοράς στο ασφαλές περιβάλλον της winbank.

Προστασία του περιβάλλοντος: Πραγματοποιώντας την αγορά σου ηλεκτρονικά μέσω της υπηρεσίας winbank web banking συμβάλλεις στην εξοικονόμηση χαρτί και στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Πώς θα το αποκτήσεις

Με 3 απλά βήματα, μέσω της υπηρεσίας winbank web banking:

1. Ενημερώσεσαι μέσω winbank για τα χαρακτηριστικά των δύο ασφαλιστικών προγραμμάτων της ERGO Ασφαλιστικής που σου προτείνει η Πειραιώς Financial Holdings.
2. Εφόσον ενδιαφέρεσαι για το προϊόν, καταχωρείς τα απαραίτητα στοιχεία για την ασφάλιση και ολοκληρώνεις την αγορά σου.
3. Παραλαμβάνεις το συμβόλαιο στο e-mail σου αμέσως μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας.

[Κάνε την αγορά σου!](#)

Η Πειραιώς Financial Holdings Α.Ε., ως ασφαλιστικός διαμεσολαβητής, ασκεί τη δραστηριότητα της διανομής των ασφαλιστικών προϊόντων, στο όνομα και για λογαριασμό των ασφαλιστικών εταιρειών με τις οποίες διατηρεί συνεργασία.

PIRAEUS BANK



ance > e-nsurance Online insurance

e-nsurance Online insurance

Through winbank web banking you now have the ability to get both **Secure Wallet*** or **My Home Content**, by ERGO Insurance Company, easily, quickly and simply, without requiring to visit a Piraeus Bank branch.

** The program provides instant compensation in the event of theft or loss of personal objects of the insured (handbag, wallet, keys, identity card, driver's license etc.) along with the loss or theft of the credit or debit card of the insure.*

Secure Wallet

ERGO Insurance Company's "Secure Wallet" provides instant compensation in the event of theft or loss of personal objects of the insured (handbag, wallet, keys, identity card, driver's license etc.) along with the loss or theft of the credit or debit card of the insured.

[Learn More](#)

My Home Content

A program for home contents protection that provides the safety you need, by ERGO Insurance Company exclusively for Piraeus Bank customers.

[Learn More](#)

Advantages

Immediate access & Convenience: Through winbank web banking, you have the ability to make your purchase online at any time easily and simply.

Speed: Direct purchase - No visit to the Bank's branch is required.

Service: After completing the procedure, the contract is sent to your e-mail. Moreover, is provided online after sales service by

sending email to winbank@ergohellas.gr, it's not required to visit a Piraeus bank branch.

Security: winbank's secure purchase process.

Environmental Protection: You contribute to the environmental protection by saving paper and reducing the environmental footprint.

How to get it

Following 3 easy steps, via winbank web banking:

1. You are informed of the characteristics of the two insurance programs of ERGO Insurance which Piraeus Bank suggests to you.
2. As long as you are interested in the product, you enter the necessary data for your insurance and you complete your purchase.
3. You receive the contract in your e-mail immediately after the process is completed.

[Get e-nsured easily at winbank!](#)

Piraeus Financial Holdings SA, as an insurance intermediary, carries out the activity of distribution of insurance products, in the name and on behalf of the insurance companies with which it maintains cooperation.

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



για ιδιώτες > Ανέπαφες συναλλαγές

Ανέπαφες συναλλαγές με τις κάρτες της Τράπεζας Πειραιώς

Οι **ανέπαφες συναλλαγές - contactless transactions** - είναι ο νέος εύκολος, γρήγορος και ασφαλής τρόπος για να κάνετε τις αγορές σας με κάρτες ειδικής τεχνολογίας που φέρουν το σήμα .

Σημαντική ενημέρωση: Αύξηση του ορίου των ανέπαφων συναλλαγών κερτών χωρίς τη χρήση PIN.

Η Τράπεζα Πειραιώς, στο πλαίσιο των δράσεων για τον περιορισμό των επιπτώσεων του κορωνοϊού (COVID-19) στη δημόσια υγεία και τη συναλλακτική πρακτική, προχωράει σε αύξηση του ορίου των ανέπαφων (contactless) συναλλαγών κερτών **χωρίς τη χρήση PIN** στο ύψος των **50 ευρώ**, έναντι 25 ευρώ που ίσχυε.

Η αλλαγή είναι προσωρινή και ισχύει **έως 31/01/2021**.

Για την πλειονότητα των κερτών εκδόσεως της Τράπεζας Πειραιώς, η αλλαγή θα ισχύσει αυτόματα.

Εξαιρέση αποτελούν οι:

Πειραιώς Visa Debit,
ΔΣΑ Debit,
Πειραιώς Private Banking Debit,
Πειραιώς Personal Banking Debit,
Business Debit,

για τις οποίες, για να ενεργοποιηθεί το νέο όριο ανέπαφων συναλλαγών χωρίς PIN, θα πρέπει, μόνο για την πρώτη φορά που θα πραγματοποιηθεί συναλλαγή σε POS, να γίνει εισαγωγή της κάρτας στο POS και χρήση PIN. Εναλλακτικά, για τις ανωτέρω και μόνο κάρτες, το νέο όριο μπορεί να ενεργοποιηθεί πραγματοποιώντας μια οποιαδήποτε συναλλαγή σε ΑΤΜ της Τράπεζας Πειραιώς.

Με τον τρόπο αυτό ελαχιστοποιείται σημαντικά η φυσική επαφή των κατόχων κερτών με το πληκτρολόγιο του POS. Για όλες τις συναλλαγές, ποσού μεγαλύτερου των 50 ευρώ, θα συνεχίσει να ζητείται από τον κάτοχο της κάρτας η πληκτρολόγηση του PIN του στο POS.

Βάσει της Ευρωπαϊκής Οδηγίας [PSD2](#), το σωρευτικό όριο των €150, σε ανέπαφες συναλλαγές χωρίς την καταχώρηση του PIN, εξακολουθεί να

ισχύει για όλες τις κάρτες.

Υπενθυμίζεται ότι, όλες οι συναλλαγές, ανεξαρτήτως ποσού, πραγματοποιούνται ανέπαφα χωρίς να παραδίδεται η κάρτα πληρωμών στον υπάλληλο της επιχείρησης για την εκάστοτε συναλλαγή.

Σε κάθε περίπτωση, τονίζεται η προσοχή των συναλλασσόμενων στην ασφαλή φύλαξη της κάρτας τους.

Τι είναι οι ανέπαφες συναλλαγές

Οι **ανέπαφες συναλλαγές** (contactless) βασίζονται στην ασύρματη τεχνολογία μικρής εμβέλειας NFC (Near Field Communication) και δίνουν τη δυνατότητα στον πελάτη να κάνει αγορές, πλησιάζοντας απλά την κάρτα του στο κατάλληλο μηχάνημα.

Πώς μπορείτε να πραγματοποιήσετε μια ανέπαφη συναλλαγή

Ο έμπορος εισάγει το ποσό πληρωμής, το οποίο εμφανίζεται στην οθόνη του μηχανήματος αποδοχής καρτών και εσείς απλά πλησιάζετε την κάρτα σας στο μηχάνημα.



Σε ελάχιστα δευτερόλεπτα ακούγεται ένας χαρακτηριστικός ήχος και εμφανίζεται ένδειξη έγκρισης στην οθόνη του μηχανήματος. Ο έμπορος σας παραδίδει το απόκομμα της συναλλαγής που εκδίδεται από το μηχάνημα.

Σημείωση: Εάν το ποσό είναι άνω των €25, θα σας ζητηθεί να εισάγετε το PIN σας. Εάν το ποσό είναι κάτω των €25, δεν θα χρειαστεί να εισάγετε το PIN σας. Ωστόσο, θα απαιτείται η χρήση του κωδικού (PIN) για την ολοκλήρωση και των ανέπαφων (contactless) συναλλαγών (έως €25), όταν αυτές υπερβαίνουν το ποσό των €150 σωρευτικά, σε τερματικά αποδοχής καρτών. Κάθε φορά που θα πραγματοποιείτε οποιαδήποτε είδους συναλλαγή με χρήση PIN, το όριο των €150 θα μηδενίζεται.

Ποια είναι τα οφέλη για τον πελάτη

Ευκολία

Δεν χρειάζεται να ψάχνετε για “ψιλά” και να περιμένετε για ρέστα στις καθημερινές σας αγορές.
Δεν χρειάζεται να πληκτρολογήσετε τον Προσωπικό Μυστικό Αριθμό (PIN), εφόσον το ποσό της πληρωμής είναι μικρότερο των €25 και υπό την

προϋπόθεση ότι οι αγορές σας για τις οποίες δεν χρειάστηκε να πληκτρολογήσετε το PIN σας, δεν υπερβαίνουν το ποσό των €150 σωρευτικά. Σε κάθε άλλη περίπτωση, θα χρειαστεί να πληκτρολογήσετε τον Προσωπικό Μυστικό Αριθμό (PIN) της κάρτας **ανέπαφων συναλλαγών**. Σε καμία από τις δύο περιπτώσεις δεν χρειάζεται να υπογράψετε την σχετική απόδειξη.

Ταχύτητα

Η διαδικασία πληρωμής είναι ταχύτερη από την αντίστοιχη διαδικασία πληρωμής με μετρητά ή πιστωτική κάρτα, με αποτέλεσμα να μειώνεται ο χρόνος αναμονής σας στο ταμείο. Όλες οι συναλλαγές σας ολοκληρώνονται μέσα σε ελάχιστα δευτερόλεπτα.

Ασφάλεια

Οι **ανέπαφες συναλλαγές** είναι πολύ ασφαλέστερος τρόπος πραγματοποίησης αγορών σε σχέση με τα μετρητά, καθώς η κάρτα σας μένει πάντα στα χέρια σας κατά την διαδικασία της πληρωμής.

Ποια είναι τα οφέλη για τον έμπορο

Ταχύτητα

Η διαδικασία πληρωμής με τις **κάρτες ανέπαφων συναλλαγών**, είναι γρηγορότερη από την αντίστοιχη διαδικασία πληρωμής με μετρητά η πιστωτική κάρτα, με αποτέλεσμα να μειώνεται ο χρόνος αναμονής και η ουρά στο ταμείο.

Ευκολία

Ασφάλεια

Μείωση του κόστους διαχείρισης μετρητών και «ψιλών».

Πιθανή αύξηση κερδών

Οι πελάτες αποκτούν τη δυνατότητα να κάνουν αγορές με την κάρτα τους, ακόμη και εάν δεν έχουν μετρητά πάνω τους.

Που μπορείτε να κάνετε **ανέπαφες συναλλαγές**

Μπορείτε να κάνετε **ανέπαφες συναλλαγές** σε μηχανήματα αποδοχής καρτών με το σήμα  στην Ελλάδα και το Εξωτερικό.

Συχνές ερωτήσεις, αναφορικά με την ασφάλεια των **ανέπαφων συναλλαγών**

1. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά ασφαλείας που φέρουν οι κάρτες με δυνατότητα εκτέλεσης **ανέπαφων συναλλαγών** ;

Οι διεθνείς προδιαγραφές ασφαλείας των Διεθνών Οργανισμών Πληρωμών Visa και MasterCard

Μια σειρά από ισχυρά χαρακτηριστικά ασφαλείας ενσωματωμένα σε κάθε κάρτα

Η σύγχρονη τεχνολογία ασφαλείας Chip & PIN

2. Τι πρέπει να κάνετε σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας της κάρτας σας;

Αν χάσετε την κάρτα σας, ή υποπτεύεστε ότι μπορεί να έχουν κλαπεί τα στοιχεία της, τότε θα πρέπει να επικοινωνήσετε άμεσα με την Τράπεζα Πειραιώς. Είναι σημαντικό να ελέγχετε τακτικά ότι η κάρτα βρίσκεται στην κατοχή σας, καθώς επίσης και τον λογαριασμό σας για ασυνήθιστες συναλλαγές. Εάν εντοπίσετε συναλλαγές που δεν αναγνωρίζετε, να το αναφέρετε άμεσα στην Τράπεζα Πειραιώς.

3. Μπορώ να αλλάξω το ελάχιστο όριο συναλλαγών των €25 που ισχύει για τις ανέπαφες συναλλαγές που δεν απαιτούν την πληκτρολόγηση PIN, όπως εγώ επιθυμώ;

Το όριο συναλλαγών έχει οριστεί από τους Διεθνείς Οργανισμούς Visa και MasterCard και δεν υπάρχει δυνατότητα αλλαγής ή κατάργησής του.

4. Υπάρχει περίπτωση να γίνουν ανέπαφες συναλλαγές με την κάρτα μου χωρίς να το καταλάβω, καθώς περνάω κοντά από το μηχανήμα αποδοχής καρτών;

Για την πραγματοποίηση μιας ανέπαφης συναλλαγής, η κάρτα θα πρέπει να πλησιάσει πολύ κοντά (σε απόσταση μικρότερη των 8 cm) στο μηχανήμα αποδοχής καρτών και να παραμείνει κοντά στο μηχανήμα για όσο διάστημα χρειαστεί μέχρι να ακουστεί ο χαρακτηριστικός ήχος "beep".

5. Με την κάρτα μου μπορώ να πραγματοποιώ μόνο ανέπαφες συναλλαγές;

Οι ανέπαφες συναλλαγές πραγματοποιούνται μόνο στα ειδικά μηχανήματα αποδοχής καρτών που φέρουν το σήμα , ενώ σε όλα τα υπόλοιπα η συναλλαγή πραγματοποιείται με εισαγωγή της κάρτας στην ειδική υποδοχή του μηχανήματος και πληκτρολόγηση του PIN. Με την κάρτα σας μπορείτε να πραγματοποιείτε και συναλλαγές Chip & PIN, σε χώρες που διαθέτουν αυτήν την τεχνολογία, ενώ δεν αλλάζει η χρήση της κάρτας στις ΑΤΜ. Στην περίπτωση που δεν επιθυμείτε την πραγματοποίηση συναλλαγής με τεχνολογία Contactless για ποσό κάτω των 25€, μπορείτε να πραγματοποιήσετε την συναλλαγή σας χρησιμοποιώντας το CHIP της κάρτας και καταχωρώντας τον μυστικό κωδικό PIN.

6. Αν περάσω κατά λάθος δύο φορές την κάρτα μου μπροστά από το μηχανήμα αποδοχής καρτών θα χρεωθεί δύο φορές η συναλλαγή;

Για την πραγματοποίηση της συναλλαγής πρέπει να έχει προηγηθεί η πληκτρολόγηση του ποσού της αγοράς από τον έμπορο στο μηχανήμα αποδοχής καρτών. Επομένως, όσες φορές κι αν περάσει η κάρτα μπροστά από το μηχανήμα, δε θα υπάρξει χρέωση αφού το μηχανήμα δεν έχει «προετοιμαστεί» για να υποδεχθεί οποιαδήποτε συναλλαγή.

PIRAEUS BANK



;> Contactless transactions using Piraeus Bank cards

Contactless transactions using Piraeus Bank cards

Contactless transactions are a new convenient, rapid and secure way to shop using special technology cards which carry the relevant  logo.

Important note: Increasing the limit on contactless payment card transactions without the use of PIN.

Piraeus Bank, as part of its actions to reduce the impact of coronavirus (COVID-19) on public health and trading practices, increases the limit on contactless payment card transactions **without the use of PIN, from 25EUR to 50EUR**

The change is temporary and will be valid until **31/01/2021**.

For most Piraeus Bank cards, the change will be applied automatically.

The exceptions are:

- Piraeus Visa Debit,
- DSA Debit,
- Piraeus Private Banking Debit,
- Piraeus Personal Banking Debit,
- Business Debit,

for which, in order to activate the new contactless limit, it is essential, only for the first time of a POS transaction, to insert the card into the POS and use the PIN. Alternatively, for the above cards only, the new limit can be activated by making any transaction at Piraeus Bank ATMs.

Under the [PSD2](#) Service Directive the cumulative limit of € 150, in contactless transactions without the PIN, still applies to all cards.

This practice will minimize the physical contact of cardholders with the POS. For all transactions above 50EUR, the cardholders will continue to use their PIN.

Remember that all transactions of any amount, are being completed contactless without giving the payment card to the store assistant.

In any case, it is always essential that all cardholders keep their cards secure.

What are contactless transactions

Contactless transactions are based on NFC (Near Field Communication) wireless technology and enable customers to shop by simply holding their card near the dedicated device.

How to carry out a contactless transaction

The merchant enters the payment amount, which then appears on the screen of the card acceptance device. You simply hold your card near the device



In a few seconds you will hear a distinctive sound and the approval will appear on the device screen. The merchant will hand you the transaction receipt issued by the device

Note: If the amount exceeds €25, you will have to enter your PIN. If the amount is less than €25, you do not have to enter your PIN. However, all contactless transactions up to the amount of €25 each and up to the cumulative amount of €150 do not require entering a PIN at a POS terminal. Each time a transaction using PIN authentication is carried out, the €150 limit will be reset to zero.

What are the benefits for the customer

Easy to use

You do not need to look or wait for exact change during your everyday transactions. You do not need to enter your PIN if the amount is less than €25 and under the prerequisite that your transactions for which you did not have to use your PIN do not exceed the cumulative amount of €150. For payments over €25, you will have to enter your PIN. In neither case do you need to sign the relevant receipt.

Fast

The payment process is faster than using cash or a credit card. This way you spend less time waiting at the checkout. Complete all your transactions in just a few seconds.

Security

Contactless transactions are a much safer way to shop compared to cash, as your card never leaves your hand during payment.

What are the benefits for the merchant

Fast

The payment process is faster than using cash or a credit card. This way your customers spend less time waiting at the checkout and the queues are shorter.

Easy to use

Security

Reduce your cash and change management costs.

Potential profit increase

Your customers will be able to shop using their card, even if they do not carry any cash.

Where can you carry out contactless transactions

You can carry out contactless transactions in Greece or abroad at card acceptance devices displaying the relevant 

Security FAQs for contactless transactions

1. Which are the safety standards of the contactless technology?

All Visa and Mastercard® Payment Organizations international security standards

A series of powerful security features embodied in each card

Chip & PIN security technology

2. What if my contactless card is Lost or Stolen?

If you lose your card, or you suspect that its details have been stolen or have been compromised, you must contact your bank immediately. It is very important to check regularly that your card is in your possession. In addition check your card's statement and control your account balance for unauthorized transactions. In that case, please report it immediately.

3. **Is it possible to change the minimum amount of €25 for contactless non-PIN transactions, the way I prefer?**

This limit is strongly suggested by Visa and Mastercard® International Organizations and there is no possibility to change or repeal it.

4. **Is it possible to make contactless transactions with my card, as I stand close to the card acceptance device, without realizing it?**

In order to perform a contactless transaction, the card must be very close (less than 8 centimeters) to the Point of Sales device and remain close to it for as long as it is necessary, until you hear the sound "beep", in order to have a successful transaction.

5. **Can I make only contactless transactions with my card?**



Contactless transactions are carried out only in the special card acceptance device with the contactless logo . By all means with this card, you can also make Chip & PIN transactions. Also, there is no change in the use of the card on ATMs. You will always be able to use your card's Chip & PIN technology for amounts less than 25€, in case you do not want to make a Contactless transaction.

6. **If I pass, by mistake, my card twice in front of a card acceptance device, will I be charged the transaction twice?**

For completing a contactless transaction, the merchant must enter the transaction amount on the card acceptance device. Therefore, if you pass many times your card in front of the card acceptance device, you will not be charged, as the device is not "prepared" for accepting any transaction.