



*Две крупнейшие банковские ассоциации разработали для своих участников стандарты по продаже небанковских продуктов, чтобы противодействовать недобросовестным практикам и навязыванию услуг клиентам. РБК ознакомился с этими правилами.*

Две крупнейшие банковские ассоциации — ассоциация банков «Россия» и Ассоциация российских банков (АРБ) разработали для своих банков-участников стандарты, которыми нужно руководствоваться при продаже клиентам небанковских продуктов и услуг. РБК ознакомился с последними версиями стандартов, их подлинность подтвердили источники на банковском и страховом рынках.

Необходимость разработки таких стандартов вызвана тем, что для некоторых финансовых продуктов, например в сфере страхования жизни, банки служат основным каналом продаж. Но в отличие от самих страховщиков, обязанных информировать потребителей об особенностях и возможных рисках своих продуктов, для банков подобные правила прописаны не были. В результате распространенным явлением стал мисселинг, когда из-за недостаточного информирования ожидания клиентов от финансового продукта или услуги в итоге не соответствовали тому, что они получают в действительности.

Оба стандарта будут добровольными для банков, входящих в ассоциацию, но указанные в них положения станут обязательными для исполнения теми, кто решит к стандарту присоединиться. Договоренность о разработке таких стандартов была достигнута банковскими ассоциациями и саморегулируемыми организациями (СРО) других финансовых игроков более полугода назад.

Первый вариант стандарта по защите прав потребителей финансовых услуг, которые реализуются через банки, АРБ утвердила еще в декабре 2018 года. Однако ассоциация все еще находится в диалоге с участниками рынка по поводу совершенствования стандарта, чтобы учесть все пожелания регулятора и рынка, рассказал РБК глава АРБ Гарегин Тосунян. Ассоциация банков «Россия», куда входят такие крупные банки, как Сбербанк, ВТБ, Альфа-банк, намерена утвердить стандарт по противодействию мисселингу (навязывание финансовых продуктов) в четверг, 31 января, на своем внеочередном собрании.

Оба стандарта предусматривают, что предоставляемая клиенту информация о небанковском продукте должна быть достоверной и бесплатной; быть доступной любому клиенту на равных условиях и в равном объеме. Она должна быть предоставлена в доступной и понятной для клиента форме, без искажений, двусмысленности и без использования не знакомых ему терминов. В зависимости от типа финансовых услуг банк должен предоставить потребителю и дополнительную информацию по такому продукту, если она не является коммерческой или иной тайной.

Стандарт «России» регламентирует, что в случае если наименование банка созвучно с наименованием некредитной финансовой организации (НФО), то банк дополнительно

информирует потребителя услуги о том, что банк и НФО являются разными организациями с самостоятельной ответственностью и не отвечают по обязательствам друг друга. В стандарте АРБ особо указывается, что должны учитываться индивидуальные особенности потребителя финансовых услуг, в том числе наличие нарушений зрения, слуха и (или) речи, если банк был уведомлен о таких особенностях.

Росбизнесконсалтинг, 31.01.2019