

В самой кредитной организации утверждают, что работают строго по закону.

Центральный банк (ЦБ) РФ просят проверить российское отделение Citibank – Ситибанк – на предмет навязывания им дополнительных услуг и продуктов, введения им в заблуждение клиентов при продвижении своих кредитных продуктов и наличия у банка «скрытых комиссий». С такой инициативой обратился к председателю ЦБ РФ Эльвире Набиуллиной заместитель председателя комиссии по социальной политике, трудовым отношениям и качеству жизни граждан Общественной палаты (ОП) РФ Георгий Федоров (документ есть в распоряжении «Известий»). Он опасается, что в российском отделении крупного международного банка возможны махинации, аналогичные тем, что были выявлены в американском Citibank. В ЗАО «КБ «Ситибанк» заявили, что работают в соответствии с законодательством РФ.

Как сообщали на днях СМИ, Бюро по финансовой защите потребителей США (CFPB) обязало Citibank выплатить потребителям \$700 млн за незаконные практики с кредитными картами. Приблизительно 7 млн счетов потребителей пострадали от вводящих в заблуждение маркетинга, биллинга, а также дополнительных продуктов по защите долга и кредитному мониторингу, говорилось в пресс-релизе. CFPB добавляет, что дочернее подразделение банка обманым путем получило средства с 1,8 млн счетов клиентов. Citibank и его дочернее подразделение заплатят за это \$35 млн в пользу бюро.

Как рассказал Федоров, в России Citibank «проводит агрессивную маркетинговую политику, направленную на максимально быструю «вербовку» клиентов». По мнению общественника, уже только эти факты могут послужить поводом для проверки банковской структуры.

– Это очевидно в российских аэропортах – сотрудники Citibank, как в секту, заманивают людей, начиная экспрессивно предлагать свои услуги перед вылетом пассажиров. Люди перед поездкой испытывают стресс, многие серьезный (так как боятся летать), и, растерянные, часто не читают договоров на кредитные карты, которые им навязывают работники банка, – говорит Федоров. – Даже если какие-то услуги Citibank не были навязаны гражданам, то им часто предлагают заполнить анкеты, в которые нужно внести свои личные данные. Куда они потом попадают, неизвестно. Финансовая безграмотность нередко приводит к тому, что люди не читают, какова процентная ставка в банке, и наспех заключают договоры.

Федоров подчеркнул, что при продвижении своих кредитных продуктов работники Citibank используют, возможно, сомнительные приемы.

– Ко мне не раз поступали жалобы от граждан, которые были недовольны Citibank: они говорили о том, что на них было оказано психологическое давление, от которого люди, пытаясь уйти, соглашались на некоторые предложения организации, – сказал Федоров.
– Более того, я сам лично знаю человека, который по роду деятельности однажды проходил стажировку в Citibank, и там его обучали методикам агрессивного маркетинга, нейролингвистическому программированию (НЛП). Новость из США об обмане потребителей кредитной структурой говорит о том, что банк может представлять реальную финансовую угрозу и россиянам.

В пресс-службе ЦБ заявили, что обращение из ОП РФ будет рассмотрено.

В пресс-службе ЗАО «КБ «Ситибанк» в ответ на обвинения представителя ОП заявили, что кредитная организация «ведет свою деятельность в полном соответствии с законодательством Российской Федерации».

– У нас нет скрытых комиссий, – заявили в пресс-службе. – Страховые продукты предоставляются независимыми страховыми компаниями – партнерами банка. Страхование является добровольным и не влияет на решение о предоставлении кредита и условия кредитования. Клиент вправе в любой момент отказаться от подписанного договора страхования и прекратить платить страховые премии/взносы.

ЗАО «Коммерческий банк «Ситибанк» – 100-процентная «дочка» американской Citigroup, одной из крупнейших финансовых структур в мире. Основные направления деятельности российского Ситибанка – кредитование юридических и физических лиц, операции на валютном рынке и рынке ценных бумаг, привлечение средств населения во вклады. Ситибанк был зарегистрирован как банк со 100-процентным иностранным капиталом в 1993 году. Ситибанк является дочерним банком американской Citigroup (непосредственным владельцем 100% акций банка выступает Citigroup Netherlands B.V.).

Сеть обслуживания и продаж банка включает семь филиалов, одно представительство, 53 территориальных подразделения (охватывает Москву, Санкт-Петербург, Волгоград, Екатеринбург, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Самару, Уфу) и более 550 банкоматов.

Стоит отметить, что среди свежих отзывов на портале banki.ru есть претензии потребителей к Ситибанку с жалобами на долгое рассмотрение заявок на получение кредита, дезинформирование по условиям использования карты за рубежом, завышенные пени за просрочку платежа и т.д.

В частности, клиент из Москвы указывает на то, что курсы конверсии при покупках за рубежом на практике значительно выше указанных в соответствующем разделе сайта банка.

– Реально применяемые курсы значительно выше указанных там (при этом выше примерно на 8%, чем курс ЦБ), и вообще это касается только дебетовых карт, таким образом, пользование кредитной картой было экономически нецелесообразно, стоило пользоваться кредиткой другого банка, у которого приемлемые эффективные +3–4% от ЦБ, – пишет интернет-пользователь из Москвы. – Возник вопрос о дезинформации банком потребителя.

Клиент из Санкт-Петербурга жалуется на высокие штрафы за просрочки платежа.

– Что можно сказать про банк, который начисляет за просрочки платежа в размере 300 рублей штраф в размере 700 рублей, причем такой штраф начисляется ежемесячно, т.е. имея долг перед банком даже 50 рублей, вы легко можете оказаться должны пару тысяч через несколько месяцев, – пишет интернет-пользователь.

Ответов на эти жалобы от ЗАО «КБ «Ситибанк» на сайте пока нет: согласно оценке портала, информация «проверяется».

Ранее к Ситибанку имела претензии Федеральная антимонопольная служба (ФАС). В

2013 году ФАС наложила на банк штраф за недобросовестную рекламу вклада. Нарушения были найдены в рекламе услуг банка, которые назывались «пакет CityOne». В ведомстве заявили, что в рекламе сообщалась часть информации об условиях, влияющих на сумму дохода вкладчика, – минимальный и максимальный срок депозита, а также минимальная сумма срочного и пополняемого депозита. С остальными условиями предлагалось ознакомиться на сайте банка. В соответствии с российским законодательством при указании в рекламе одного из таких условий в ней обязательно должна указываться информация и об остальных условиях. При этом в рекламе Ситибанка не было сведений о процентных ставках и суммах депозитного вклада для сроков, указанных в рекламе, не сообщался и тариф на банковское обслуживание счета и банковской карты.

Председатель коллегии адвокатов «Вашъ юридический поверенный» Константин Трапаидзе пояснил, что в США привлечь к материальной ответственности удалось Citibank не за мошенничество, а за «навязывание услуг» и по коллективному иску, практики которого в РФ сегодня нет.

– Мы говорим не об обмане, а о том, что людям предлагают подписать договор по кредиту, в который входит со стороны банка сразу несколько услуг, без принятия которых (или одной из них) осуществление, выдача кредита будет невозможна. Дополнительные услуги стоят денег, и часто бывает, что о стоимости «полного пакета» написано в договоре мелко, или случается, что банковские работники не уведомляют клиента, что «подключив» одну услугу, автоматически он получает и др., – говорит Трапаидзе. – В США, скорее всего, был инициирован коллективный иск (это около 100 человек, например), который позже потерпевшими был выигран. Согласно законодательству США, деньги возвращают не только тем, кто подал на структуру в суд, но и другим людям, которые были признаны потерпевшими клиентами банка. В России существуют только групповые иски, но не по таким делам.

Директор департамента развития продукта Объединенного кредитного бюро (ОКБ) Александр Ахломов указал на особенности при составлении договоров с банками – правила заполнения документов Citibank отличаются от практики других кредитных организаций.

– Необходимо внимательно читать договор, особенно в тех местах, где надо ставить подпись. Обычно в договорах надо ставить галочку, если хочешь подключить маркетинговые услуги, в договорах Ситибанка надо ставить галочку, если хочешь отказаться от дополнительных услуг. Люди обычно действуют по инерции, – обратил

внимание эксперт.

Он также добавил, что во избежание неожиданных банковских платежей следует ежемесячно проверять выписку из Ситибанка и при наличии таковых сразу же обращаться в организацию.

– При такой маркетинговой политике банк предпочитает пойти навстречу клиенту, чем нести репутационные потери. В то же время необходимо подключить извещение либо по СМС, либо по электронной почте от банка, чтобы иметь возможность оперативно реагировать на списания, – порекомендовал Ахломов.

Источник: [Известия](#) , 23.07.15

Автор: Аветисян Р.