



Продавец сложных инвестиционных продуктов гражданам должен быть способным доступно объяснить клиентам суть и риски таких продуктов. Гарантией этого могла бы стать обязательная сертификация продавцов, решил ЦБ.

На мысль о сертификации сотрудников банков и других финансовых компаний, продающих инвестиционные продукты, ЦБ натолкнули жалобы граждан на непонимание сути таких продуктов, сказал журналистам на ежегодной конференции Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР) первый зампред ЦБ Сергей Швецов.

«Мы, к сожалению, видим обманутых граждан в достаточно массовом числе. Когда они покупали инвестиционные продукты, им говорили такие слова, что у них создавалось впечатление, будто они приобретали застрахованные депозиты в банках», — говорит Швецов. «Это конечно компрометирует рынок, и это должно уйти из нашей практики», — заключил он.

От страховки до доверительного управления

Как следовало из речи Сергея Швецова, в первую очередь речь идет о людях, продающих инвестиционное страхование жизни. Так, по его словам, ЦБ планирует в ближайшие годы ввести сертификат до продавцов страхования жизни. «Возможно, мы также будем использовать институт сертификации для тех, кто занимается ретейловыми продажами других сложных инвестпродуктов. Они, особенно в части страхования жизни, предполагают, что продавец понимает, что он продает», — говорит Швецов.

Вторым примером после страхования жизни может стать доверительное управление активами, считают участники рынка. В январе 2017 года было возбуждено уголовное дело в отношении сотрудников «ТФБ Финанс» — дочерней компании Татфондбанка, которая занималась доверительным управлением. По версии следствия, должностные лица Татфондбанка в 2016 году обманным путем перевели средства вкладчиков в доверительное управление «ТФБ Финанс». По состоянию на конец февраля о своих претензиях заявили около 300 вкладчиков Татфондбанка, сумма ущерба составляет более 300 млн руб.

Жизненные риски

Акцент в первую очередь на сертификации продавцов инвестиционного страхования жизни не случаен. Как сообщал РБК, в конце марта рейтинговое агентство АКРА провело исследование, в котором указало, что при продаже этого достаточно сложного структурного инвестиционного продукта страховщики и банки применяют агрессивные техники продаж. «Возврат вложенной суммы гарантируется, однако очевидно, что страхователь рассчитывает на доход, превышающий привычные для него проценты по

депозитам. Комиссия посредников, составляющая значимую долю премии, оказывает негативное влияние на конечный результат», — подчеркивают авторы исследования. На практике это означает, что, не получив желаемого, клиенты снизят спрос на этот продукт, а падение продаж в свою очередь чревато сокращением выплат, ростом недовольства продуктом и в целом падением этого рынка, указывали тогда источники РБК на страховом рынке.

Поведенческий стандарт

Что именно потребуются от продавца страхования жизни и других инвестпродуктов для получения сертификата, Сергей Швецов не уточнил. Однако намекнул, что это могло бы быть соблюдение некоторых поведенческих стандартов.

«Очень важно отрегулировать вопрос продажи продуктов брокеров через посредников. Немало продуктов продается через банковские сетки. Я думаю, что на российском рынке будут формироваться так называемые супермаркеты. Очень важно, чтобы эти посредники также присоединялись к поведенческим стандартам СРО, а члены СРО воздерживались бы от продажи продуктов через посредников, которые к таким стандартам не присоединились», — говорит Швецов.

Ранее Банк России указывал, что страховые компании должны уделять большее внимание вопросам информирования клиентов о приобретаемых услугах. «Основные требования по раскрытию клиентам информации о ключевых параметрах страховой программы и о возможных рисках будут заложены в базовом стандарте по защите прав потребителей СРО страховщиков, запланированных к утверждению уже в текущем году», — заявляли РБК в пресс-службе Банка России.

Источник: Банки.ру, 08.06.2017