



Банк России

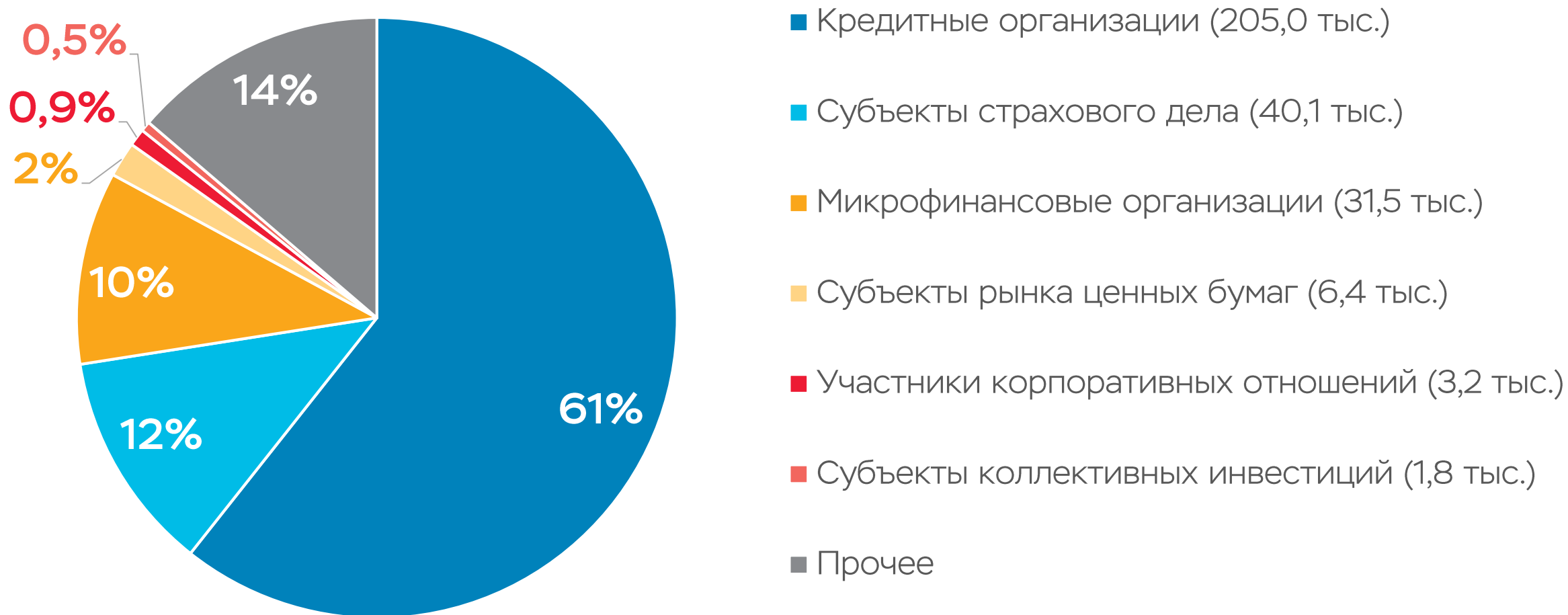
Дистанционные каналы продаж и управление продуктом

Елена Ненахова,
заместитель руководителя
Службы по защите прав потребителей
и обеспечению доступности финансовых услуг

Июнь 2025

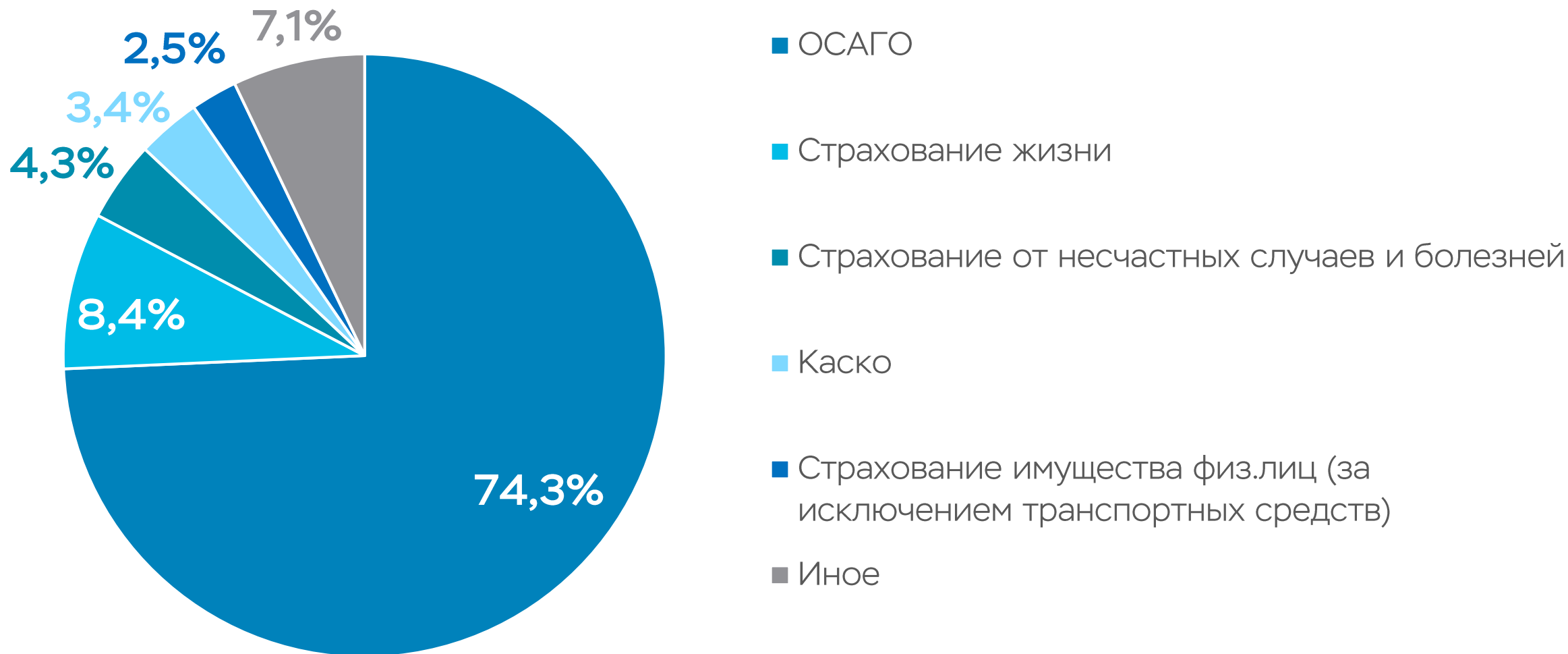


- За 2024 год в Банк России поступило **338 тысяч жалоб** от потребителей финансовых услуг и инвесторов



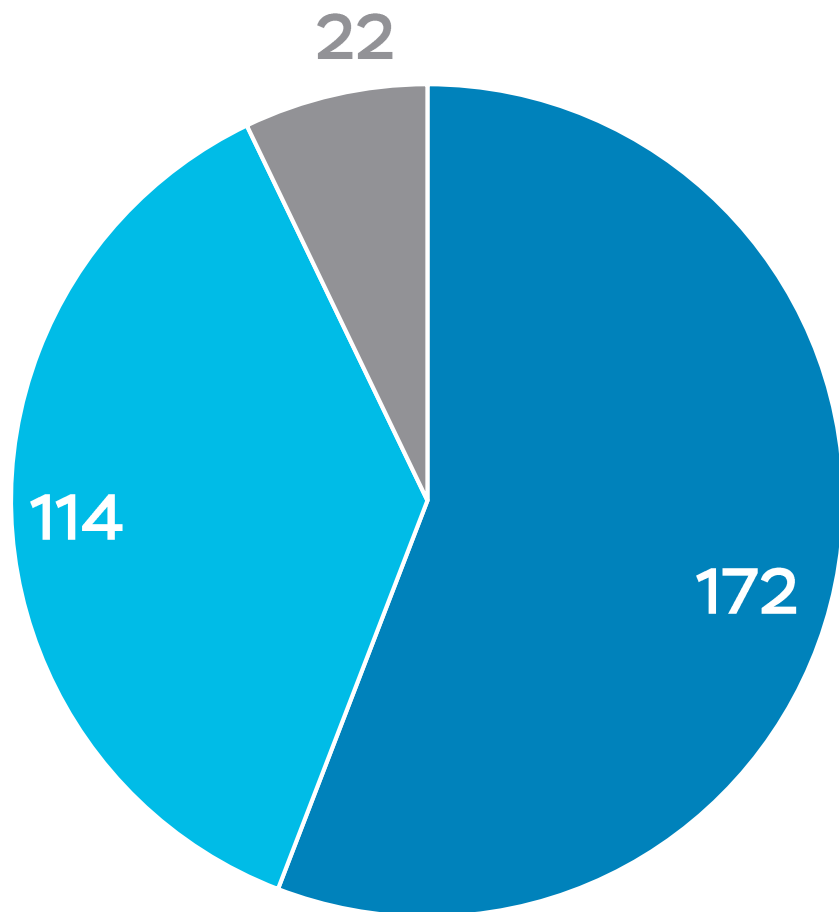


Распределение жалоб в отношении субъектов страхового дела за 2024 год





Продукты и услуги, в отношении которых применялись неприемлемые практики (мисселинг) за 2024 год, ед.



- Страхование жизни с условием периодических страховых выплат (ренты, аннуитетов) и (или) с участием страхователя в инвестиционном доходе страховщика
- Страхование жизни на случай смерти, дожития до определенного возраста или срока либо наступления иного события
- Иное



Развитие дистанционных каналов

Цифровизация общества

- рост использования смартфонов и интернета всеми категориями населения
- удобство онлайн-приложений (круглосуточный доступ, отсутствие очередей)

Пандемия COVID-19 – стимул развития дистанционных каналов

Снижение издержек

- онлайн-обслуживание дешевле, чем содержание отделений
- сокращение штата сотрудников



Риски, связанные с использованием дистанционных каналов

- Недостаточный уровень финансовой грамотности потребителей
- Сложности с поддержкой (роботы-операторы)
- Использование приемов отображения информации, вводящих в заблуждение («темные паттерны»)



Повышение прозрачности дистанционных каналов

- ▶ 13.11.2023 Публикация доклада для общественных консультаций с ненадлежащими практиками
- ▶ 27.04.2024 Публикация Отчета об итогах публичного обсуждения доклада
- ▶ 27.12.2024 Выпуск Методических рекомендаций по предоставлению финансовых продуктов (услуг) в дистанционных каналах (22-МР)



Методические рекомендации по предоставлению финансовых продуктов (дополнительных услуг) в дистанционных каналах

на сайте Банка России
от 27.12.2024 № 22-МР

- ▶ Обеспечение единства подходов к предоставлению продуктов
- ▶ Обеспечение прозрачного и осознанного выбора в дистанционных каналах
- ▶ Улучшение качества обслуживания потребителей

Примеры:

Автогалки + формирование условий, изначально предполагающих согласие с условиями / документами



- ▶ **Согласие** выражается путем совершения **активного** действия посредством проставления отметки
- ▶ **Несогласие** – **пассивным** способом, по умолчанию. Для выражения несогласия не требуется дополнительных действий

Согласие с отрицанием – потребитель выражает согласие с отказом от приобретения

Предустановленное несогласие – снимая отметку, потребитель соглашается на приобретение

Двойное отрицание – проставляя отметку, потребитель выражает несогласие с отказом от приобретения



Обеспечивать изложение информации с использованием **однозначных** для понимания фраз, **простых** и **понятных** формулировок на русском языке **четким**, хорошо **читаемым** шрифтом





Обеспечение осознанного выбора и удобство отказа от услуги

- ▶ Полное и добросовестное информирование потребителя
- ▶ Информированное согласие с условиями финансового продукта и дополнительных услуг, исключение «автоматических» и «единых» согласий
- ▶ Отказ от предоставленной дополнительной услуги не сложнее, чем ее приобретение
- ▶ Исключение «темных паттернов»

Клиентоориентированный интерфейс

- ▶ Прямой и постоянный доступ к документам, свободная выгрузка, доступность формы для обращений (жалоб)
- ▶ Структурирование разделов таким образом, при котором будет исключена возможность смешения различных финансовых продуктов
- ▶ Автономность дистанционных каналов

Методические рекомендации Банка России – мягкая форма регулирования отношений финансовых организаций с потребителями, но прочный фундамент для будущего регулирования онлайн-продаж



Методические рекомендации Банка России по управлению финансовым продуктом от 27.12.2023 № 19-МР



Для кого?

Финансовые организации, разрабатывающие и реализующие финансовые продукты

Цель: разумный баланс между повышением прибыли финансовой организации и минимизацией рисков для организации и ее клиентов



Обеспечение стабильности и защиты всех участников финансового рынка

Повышение доверия потребителя к финансовым организациям и финансовому рынку в целом

- ▶ Содержат принципы управления продуктом и базовые требования к политике управления продуктом
- ▶ Стимулируют ФО разрабатывать и реализовывать продукты, соответствующие ожиданиям целевой клиентской группы
- ▶ Способствуют повышению прозрачности предлагаемых продуктов и их понятности для потребителя

Принципы управления продуктом:

- ▶ Системный подход к организации PG
- ▶ Непрерывность управления жизненным циклом продукта
- ▶ Ответственное поведение ФО
- ▶ Риск-ориентированный подход к PG
- ▶ Клиентская ценность финансового продукта
- ▶ Полнота и корректность информации о продукте



Требования к управлению сложным страховым продуктом

(утв. Президиумом ВСС 27.03.2025)

- ▶ Распространяются на договоры страхования жизни с инвестиционной составляющей, если размер страховой суммы или инвестиционного дохода зависит от обстоятельств, указанных в абзаце втором подпункта 23 пункта 1 статьи 2 Федерального закона от 22.04.1996 № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»
- ▶ Продукт предоставляется только потребителям, которые входят в целевую клиентскую группу
- ▶ Страховщики должны разработать внутренние документы по управлению страховым продуктом



Внутренний документ по управлению страховым продуктом

- ▶ Один или несколько документов
- ▶ Описание системы управления продуктом у конкретного страховщика
- ▶ Порядок определения целевой клиентской группы
- ▶ Определение потребительских свойств страхового продукта (его клиентская ценность, потребительские риски)



Банк России

Спасибо за внимание!

300 (для звонков с мобильных телефонов),
8 800 300-30-00, +7 499 300-30-00

107016, Москва, ул. Неглинная, д.12, к.В

cbr.ru

fps@cbr.ru

