

Введение ключевых информационных документов (КИД) по страховым продуктам — распространенная международная практика, которая теперь будет применяться и в России. О том, какими могут быть нюансы при ее внедрении и как КИД защитит интересы потребителей, рассказывает Михаил Мамута, руководитель Службы по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг Банка России.

ССТ: Как Вы оцениваете текущую доступность качественных страховых услуг для российских потребителей? На какие нарушения своих прав в области страхования граждане жалуются больше всего?

Михаил Мамута: Если мы посмотрим на статистику жалоб, которые Банк России получил от потребителей финансовых услуг в минувшем, 2019 году, то по их заметному снижению очевидно, что доступность качественных страховых услуг для российских потребителей за последний год значительно повысилась, в первую очередь,

за счет роста доступности полисов ОСАГО в виде электронного документа.

Тем не менее проблемы с ОСАГО остаются основной тематикой жалоб, в первую очередь потому, что это наиболее массовый сегмент в страховании с участием физических лиц. В 2019 году на ОСАГО пришлось 79,8 % всех жалоб в отношении субъектов страхового дела. Большинство жалоб в самом сегменте ОСАГО — 66,8 % — было связано с нарушениями при применении коэффициента «бонус-малус» и с несоблюдением страхового возмещения.

Однако на смену вызовам прошлого приходят новые, среди которых одной из ключевых проблем стало качество информирования потребителей. Здесь мы видим все еще довольно существенный потенциал для улучшения практик продаж страховых продуктов — искоренение мисселинга и повышение информированности потребителей об основных условиях страхования. С февраля 2019 года Банк России начал вести отдельную статистику жалоб по мисселингу. В 2019 году поступило 3,8 тыс. таких жалоб, 59,9 % которых связаны с деятельностью банков, а 32,4 % — с деятельностью страховых организаций. Эта статистика наглядно иллюстрирует наличие проблем, связанных с информированием клиентов при продаже страховых услуг.

Именно поэтому мы сейчас вместе с участниками страхового рынка ведем активную работу по внедрению так называемых паспортов продуктов — Ключевых информационных документов (КИД), которые в стандартном формате сообщают потребителю обо всех особенностях и рисках приобретаемых им финансовых продуктов или услуг.

ССТ: Какова зарубежная практика применения КИДов? В каких случаях и для каких видов страхования используется такой формат защиты прав потребителей?

М. М.: Мы конечно же внимательно изучили зарубежный опыт. КІD (Key Information Document) или его аналог IPID (Insurance Product Information Document) являются в ЕС частью стандартного сервиса при продажах страховых услуг, прежде всего — страховых продуктов с инвестиционной составляющей (КІD), а также иных страховых продуктов, отличных от страхования жизни (IPID). Стоит отметить, что КИД в странах ЕС применяется при продажах не только страховых услуг, но и при реализации других сложных финансовых продуктов.



Михаил Мамута
Руководитель Службы по защите
прав потребителей и обеспечению
доступности финансовых услуг
Банка России

ССТ: Проводились ли какие-то исследования или опросы потребителей страховых услуг, подтверждающие необходимость применения КИДов? Для каких страховых продуктов КИДы нужны в первую очередь?

М. М.: По нашему мнению, необходимость применения КИД на страховом рынке подтверждают, прежде всего, жалобы потребителей. Их анализ позволяет сделать вывод о том, что в большинстве случаев первопричиной возникновения спорной ситуации между страховщиками и их клиентами является недостаточный уровень информирования потребителей или разъяснения им тех или иных условий, свойств и характеристик страховой услуги или страхового продукта, а также, к сожалению, недобросовестные практики продаж страховых продуктов и услуг — например, мисселинг как со стороны самого страховщика, так и его агентов.

ДОЛЯ ЖАЛОБ В ОТНОШЕНИИ СУБЪЕКТОВ СТРАХОВОГО ДЕЛА. 2019



ДОЛЯ СУБЪЕКТОВ СТРАХОВОГО ДЕЛА В ЖАЛОБАХ НА МИССЕЛИНГ. ФЕВРАЛЬ-ДЕКАБРЬ 2019



Жалобы, связанные с проблемой мисселинга, стали выделяться в отдельную дополнительную категорию с февраля 2019 г.

Банк России совместно со Всероссийским союзом страховщиков и страховыми организациями неоднократно проводили консультации, подтвердившие актуальность, целесообразность и перспективность разработки и внедрения КИД как инструмента улучшения качества информирования клиентов. Наше видение заключается в том, что КИД должен применяться, прежде всего, при предложении массовых видов страхования.

В ходе надзорной работы мы выявляем определенные риски и проблемы. На их основе были выделены 9 видов страховых продуктов, по которым КИДы разраба-

тываются в первую очередь. При этом в данный пул не вошли ОСАГО, ИСЖ и НСЖ, поскольку для них есть действующее нормативное регулирование, которое определяет в том числе порядок заключения договоров страхования и информирования клиентов.

ССТ: Каким образом должны разрабатываться КИДы — должен это быть внутренний стандарт, разработанный страховщиками, или норматив Регулятора?

М. М.: Для этого создана и работает экспертная группа с участием представителей Банка России и страховых организаций. КИДы по страховым продуктам, которые сейчас разрабатывает Всероссийский союз страховщиков, должны быть закреплены на уровне внутреннего стандарта СРО. По нашему мнению, это оптимальный формат разработки документа, потому что КИД — это, прежде всего, коммуникация страховщиков и клиентов, и кто, как не страховщики, знают всю специфику продаж того или иного продукта, в том числе особенности восприятия потребителями каждого вида страхования.

ССТ: В каком виде должен быть представлен информационный документ, однозначно понятный каждому потребителю, и как подтвердить, что клиент его понял?

М. М.: Разработать и внедрить понятный для широкого круга потребителей информационный документ — это один из главных вызовов на страховом рынке.

Банк России разработал подробные рекомендации: КИД должен быть написан стилистически упрощенным языком без обилия страховых и юридических терминов, не должен превышать 3-х печатных страниц, при этом не должен быть напечатан мелким шрифтом. В целом, учитывая европейский опыт, мы полагаем, что КИД должен быть неким кратким изложением текста договора и правил страхования,

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЖАЛОБ В ОТНОШЕНИИ СУБЪЕКТОВ СТРАХОВОГО ДЕЛА. 2019



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЖАЛОБ ПО ТЕМАТИКЕ «ОСАГО». 2019



в котором обязательно нужно указать объект или предмет страхования, пределы страхового покрытия, дать иную релевантную для продукта информацию, а также — справочно — сведения о том, куда потребитель может обратиться при возникновении споров со страховщиком. Собственно, это сам страховщик, Банк России, финансовый уполномоченный, Всероссийский союз страховщиков, полиция и суд.

Факт ознакомления клиента с КИД, по нашему мнению, можно подтвердить подписью страхователя или его согласием, если договор страхования заключается в виде электронного документа.

ССТ: Как соблюсти баланс между юридическим языком правил страхования и необходимостью упрощенного изложения предмета договора в КИДе? Как избежать риска судебных коллизий, если информационный документ расходится в терминологии с правилами и условиями страхования?

М. М.: Мы полагаем, что для соблюдения баланса единственно правильный путь — корректно отражать суть того или иного параметра страхового продукта, а также информировать клиента об основных параметрах страхового продукта и о том, где клиент может найти дополнительную или развернутую информацию по продукту.

При этом, да, действительно, риск возникновения споров есть, но важно понимать, что КИД является именно информационным документом. Он не подменяет правила и условия договора страхования. Его цель — ознакомление потребителя с ключевыми параметрами того или иного страхового продукта. Такая информация будет указываться в каждом КИДе, и, мы надеемся, будет отдельно доводиться до потребителей. При этом в юридическом смысле договор всегда превалирует.

ССТ: Каким образом ключевой информационный документ должен быть доступен потребителю? Должен ли это быть электронный формат или обязательно бумажный носитель, или любой формат, который может быть доступен потребителю?

М. М.: Возможны различные варианты. По мнению Банка России, в целевом виде КИД должен предоставляться потребителю в том виде, в котором он намерен заключить договор. А это значит, что КИД должен быть доступен и в электронном виде на сайте страховщика, и в бумажном, непосредственно в местах продаж страховых продуктов, в том числе агентами страховщиков.