**О финансовых продуктах «без купюр»**

Рядовым потребителям финансовых услуг бывает непросто разобраться в банковских терминах и формулировках. Не зная тонкостей и особенностей, сложно сразу понять, чем, например, вклад в банке отличается от индивидуального инвестиционного счета. Между тем, разница принципиальная. Недостаток доступной информации создает условия, при которых клиенты приобретают не то, что ожидали. Причина этого - мисселинг - навязывание услуг или предоставление клиенту неполной информации о продукте и связанных с его использованием рисках.

Банк России работает над повышением прозрачности отношений между клиентами и банками при продаже сложных финансовых продуктов. Регулятор предлагает внедрить практику предоставления гражданам ключевого информационного документа, сокращенно КИД, перед оформлением основного договора.

КИД – это специальная памятка с основной информацией о финансовом продукте, ее объем не превышает 2-3 страниц печатного текста. Информация в ней должна быть изложена простым и доступным языком, без обилия финансовых и юридических терминов, без использования мелкого шрифта.

«Нередко финансовые организации по-разному рассказывают потребителю об одних и тех же продуктах, а если речь идет о сложных продуктах в разных сегментах рынка, то у человека в голове происходит путаница. Многообразие сведений, изложенных специальной терминологией еще больше затрудняет выбор и не позволяет принять обдуманное решение. Именно поэтому Банк России считает необходимой разработку совместно с участниками рынка Ключевых информационных документов, где будут отражены все особенности и риски в упрощенной форме – коротко и ясно. Кроме того, КИД не только поможет разобраться в тонкостях предлагаемого продукта, но и позволит сравнить предложения разных кредитных учреждений», - поясняет заместитель управляющего Отделением Курск Банка России Александр Устенко.

Ключевой информационный документ имеет информационно-справочный характер, он не подменяет правила и условия договора и не может содержать маркетинговые или рекламные материалы. КИД потребителю будут предоставлять как при первичном обращении в финансовую организацию за получением соответствующей услуги, так и непосредственно перед подписанием или продлением договора. Он может быть предложен клиенту на бумажном носителе при визите в офис, размещен на сайтах финансовых организаций, а также доступен для потребителя в Личном кабинете.