

Московская биржа после принятия депутатами законопроекта о маркетплейсе может запустить собственную площадку уже осенью. На первом этапе на ней будут представлены банковские вклады, ряд кредитных организаций готов участвовать в проекте. Однако интерес к нему могут существенно снизить отсрочка биометрической идентификации клиентов, а также необходимость уплаты комиссионных бирже на фоне снижения ставок по депозитам.

Госдума 9 июля приняла во втором и третьем чтении законопроекты, позволяющие создать в России финансовые супермаркеты — маркетплейсы. Документы обсуждались более двух лет, и камнем преткновения была возможность использования для идентификации биометрии. Без нее закон мог появиться еще полтора года назад, считает источник “Ъ”, близкий к его разработке. Но в итоге в конечной версии документа биометрии все равно не оказалось.

Как пояснили в ЦБ, вопрос применения биометрии будет решен в рамках законопроекта о расширении возможностей единой биометрической системы (ЕБС), который готовится к рассмотрению ко второму чтению: «На старте будет использован механизм личного однократного контакта клиента с представителем финансовой платформы. Дальнейшие операции и сделки будут бесшовными со всеми подключенными банками, повторная процедура оформления в каждый банк по отдельности не потребуется».

Теперь можно ожидать скорой реализации самого ожидаемого маркетплейса — на базе Московской биржи, которая была готова его сделать еще в прошлом году. Биржа может заработать уже в октябре в 23 регионах с первым продуктом — банковскими вкладами. Далее планируется добавить в линейку облигации и паи ПИФов, страховые и кредитные предложения и расширять географию, сообщил управляющий директор по развитию электронных платформ биржи Игорь Алутин.

В рамках платформы биржа предоставит клиентам не просто сравнение предложений финансовых поставщиков из разных регионов, но и возможность в единой системе удаленно и безопасно приобрести и пользоваться ими, отмечает господин Алутин. Преимуществом маркетплейса является возможность предложения финансовых инструментов разных секторов рынка непосредственно клиентам в одном месте, считает президент НАУФОР Алексей Тимофеев. Речь идет о простых инструментах, отмечает он. Если клиент будет заинтересован в сложных инструментах, возможности торговать с плечом, а также высоком уровне клиентского сервиса — маркетплейс не для него, уточняет господин Тимофеев.

В продвижении своих вкладов в основном заинтересованы банки с небольшой филиальной сетью. Зампред правления банка «Зенит» Дмитрий Юрин заявил, что «открыт соответствующий проект и проведены интеграционные работы с Московской биржей». Это востребованный проект, который полностью отвечает требованиям времени, соглашается глава СДМ-банка Максим Солнцев, отмечая, впрочем, что банк вряд ли будет среди пионеров. В банке «Санкт-Петербург» готовы присоединиться к маркетплейсу, «когда увидят первые результаты проекта».

Отсутствие биометрии усложнит ситуацию. Как сообщил “Ъ” Игорь Алутин, для заключения договоров с банками предусматривается вариант идентификации с личным присутствием клиента. Биржа планирует проводить ее с участием выездного представителя оператора платформы, как это уже происходит при доставке кредитных карт, и в офисах банков-партнеров в разных регионах РФ.

Кроме того, для участников проекта будет остро стоять и вопрос оплаты услуг, особенно на фоне снижения ставок по депозитам. По словам одного из источников “Ъ”, исходно биржа планировала взимать с банков процент от объема привлекаемых средств в размере, сравнимом с тратами на привлечение одного вкладчика (доли процента от суммы вклада). Как уточнил Игорь Алутин, услуги маркетплейса бесплатны для клиентов — физических лиц, финансовые организации будут платить комиссию за успешные совершенные сделки. Размер комиссии он не раскрыл. Максим Солнцев считает, что для банков участие в таком маркетплейсе может привести к увеличению стоимости заимствований по сравнению с прямыми предложениями вкладов без участия посредников.

Коммерсантъ, 10 июля 2020 г.