

## Ищем бенефициара. О практике управления рисками взаимодействия с контрагентами

Автор: Ольга Ринк

Мир изменился. Проверка контрагентов стала сегодня не просто теоретически нужным делом, но и законодательной нормой. При этом усложнилась и сама задача: финансовым организациям приходится решать комплекс проблем - от изучения корпоративных связей и бенефициаров и мониторинга происходящих с ними изменений до определения уровней риска и синхронизации внутренних данных с внешними.

Противодействие отмыванию доходов (ПОД/ФТ) и антикоррупционные программы для финансистов становятся все сложнее.

В конце июня были приняты поправки к Федеральному закону от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ, согласно которым организации, осуществляющие операции с денежными средствами или иным имуществом, обязаны принимать обоснованные и доступные в сложившихся обстоятельствах меры по идентификации бенефициарных владельцев. Аналогичные требования предъявляются другими законодательными актами к выявлению контролирующих, оказывающих существенное влияние или аффилированных лиц<sup>1</sup>. Систематическое определение рисков на контрагента, если шире, становится одной из важнейших тем риск-менеджмента.

Мониторинг рисков взаимодействия с контрагентом (*Counterparty risks*) выделяется в качестве важнейших мер для финансовых институтов и в «Базель III». В контексте Базельских документов, появившихся в период после финансового кризиса 2008 г., управление рисками взаимодействия с контрагентами для финансовой организации тесно связано с управлением рисками ликвидности, кредитными рисками и риском потери деловой репутации.

Но на практике проверка контрагентов - это объемные и технически сложные сугубо ИТ-решения, часто находящиеся в области, которую принято называть *big data*. Это извлечение знаний из массивов неструктурированной разрозненной информации с помощью вычислительных средств.

Каждый сталкивался с трудоемкостью поддержания контактных списков – личных, в CRM, ERP... Одно имя или название может означать лица с различными свойствами.

Что же тогда говорить о крупных структурах? Им приходится иметь дело с множественностью внутренних баз данных, дубликатами записей об одной компании, записями об организациях, прекративших свою деятельность.

Принимая во внимание обилие источников и объем работы, маловероятно, что банк или профучастник могут выявить зарубежных бенефициаров без использования промышленных глобальных сервисов.

В то же время современные технологии и математические модели, применяемые крупными поставщиками информации, позволяют достаточно глубоко проанализировать будущего или существующего партнера по следующим параметрам: регистрационные данные, корпоративные связи (в том числе бенефициары, дочерние структуры и филиалы, головной офис), кредитный риск, платежная дисциплина, показатели рисков, стандартные отчеты «Знай своего клиента» на предмет связи с публичными должностными лицами или списками санкций и т. д.

### КТО ТАКОЙ БЕНЕФИЦИАРИЙ?

Согласно внесенным поправкам бенефициаром для целей ПОД/ФТ признается исключительно физическое лицо, которое является:

-либо конечным владельцем с долей более 25% уставного капитала (доля может принадлежать прямо или косвенно);

- либо конечным лицом, которое имеет возможность контролировать действия клиента (указывается единоличный исполнительный орган в случае невозможности идентифицировать иное лицо).

В такой терминологии задача определения бенефициара зарубежных владельцев российского контрагента при использовании глобальных специализированных баз данных о юридических лицах и корпоративных связях почти всегда имеет решение. Просто в некоторых случаях бенефициаром в понимании ПОД/ФТ окажется руководитель зарубежного предприятия – номинального владельца.

Пункт 3 в редакции Федерального закона от 28 июня 2013 г. № 134-ФЗ предусматривает обновление информации о клиентах, представителях клиентов, выгодоприобретателях и бенефициарных владельцах не реже 1 раза в год, а в случае сомнений в достоверности и точности ранее полученных данных - в течение 7 рабочих дней, следующих за днем их возникновения.

Таким образом, организации, осуществляющие операции с денежными средствами или иным имуществом, должны:

- идентифицировать клиента, представителя клиента и/или выгодоприобретателя (при сделках от 15 тыс. руб или в валютном эквиваленте);
- предпринимать обоснованные и доступные в сложившихся обстоятельствах действия по идентификации выгодоприобретателя;
- систематически обновлять информацию о клиентах, выгодоприобретателях (раз в год либо в течение 7 дней по факту появления сомнений, не реже чем один раз в 3 мес. проверять наличие «сомнительных клиентов»).

В связи с этим мы как поставщик информации отмечаем все больше запросов на услугу по нормализации данных и внедрению специального шлюза, который позволил бы компании автоматически обновлять, сверять информацию о контрагентах с официальными, в том числе регистрационными, изменениями.

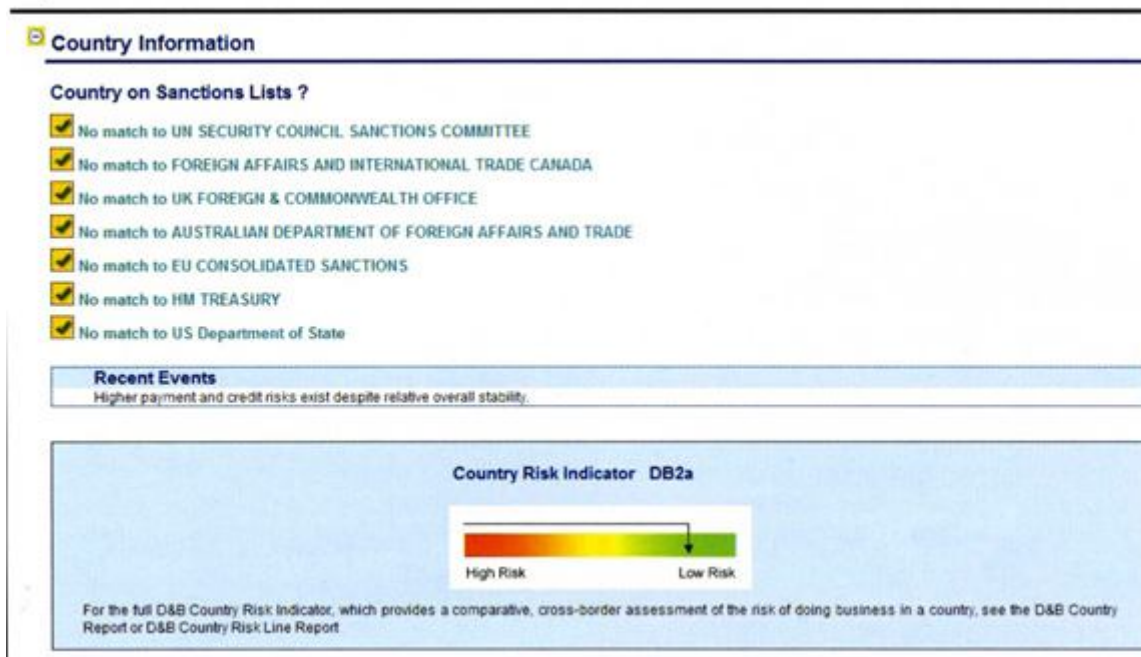
Такая практика активно применяется крупными международными корпорациями, которые получают централизованно не только свежие факты, но и кредитные рейтинги, кредитные лимиты и другие показатели рисков, рассчитываемые по единой методике.

## ЗНАЙ СВОЕГО КЛИЕНТА

Принцип «знай своего клиента», предусмотренный правилами внутреннего контроля для финансовых структур и предлагаемый в рамках внешних *compliance*-сервисов, включает:

- порядок выявления сомнительных операций (не для всех категорий контрагентов);
- отчеты о взаимосвязи проверяемого лица с публичными должностными лицами и списками санкций (рис. 1).

Рисунок 1. ФРАГМЕНТ ОТЧЕТА «ЗНАЙ СВОЕГО КЛИЕНТА» DUN & BRADSTREET



В силу сложности вычислительных задач, объема верификации (проверки) информации, не только необходимости обрабатывать сведения о локальных партнерах, но и потребности в однозначной идентификации контрагентов по всему миру тема использования сторонних средств мониторинга приобрела особую актуальность.

Стандарты «Базель III»<sup>2</sup>, например, в соответствующем разделе, в отношении кредитных организаций указывают;

- «(а) Чтобы понять основные аспекты потребности в банковской ликвидности, банкам следует часто проводить исследование возможных несоответствий в договорных отношениях... Такой подход полезен для сравнения профилей рисков различных институтов и выявления банками и регуляторами момента, когда может возникнуть потребность в дополнительной ликвидности;
- (е) Средства мониторинга рынка: источники оперативных сигналов о возможных проблемах с ликвидностью включают... дополнительные данные о юридических лицах, которые позволяют оценить его финансовое состояние, способы финансирования и их условия;
- и наконец, банки должны определить собственные требования к капиталу для расчета кредитного риска контрагентов при разных сценариях»

## ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ

Эффективное управление корпоративными данными строится в первую очередь на отраслевых стандартах, правильной архитектуре, технологиях и профессиональных качествах специалистов.

Самый широкий набор таких стандартов имеет корпорация *Dun & Bradstreet*, которая с 1840-х гг. XIX в. занимается сбором и обработкой информации о компаниях с целью управления кредитными рисками.

В 1960-е гг. XX столетия по заказу ООН *Dun & Bradstreet* разработала уникальный идентификатор юридических лиц D-U-N-S®. Этот номер сегодня позволяет найти более 220 млн компаний из 238 стран. Он является обязательным или рекомендован более 200 мировыми объединениями, отраслевыми или торговыми ассоциациями, включая ООН, Европейскую комиссию, правительственные структуры, *Apple*, *PepsiCo*, *L'Oreal*, *BMW*, *HP* и др.

Информация о компаниях и корпоративных связях из 200 официальных источников предоставляется как самой *D&B*, так и десятком других крупнейших информационных холдингов мира - партнеров *D&B*. Единая идеология и архитектура, получившая название *DUNSRight™ Quality Process*, - это особый процесс сбора и анализа информации, основанный на верификации, целостности и практической направленности данных (показатели рисков и др).

ИНН, ОГРН, LEI... Все мы знаем и другие коды, нашедшие применение в отдельных областях или странах, но база D-U-N-S- на сегодняшний день не имеет аналогов по охвату, если говорить о глобальном масштабе.

Стандартизированная информация о любом бизнесе в любой точке земного шара, возможность проследить все корпоративные связи между компаниями (в том числе непубличные), инструментарий для оценки рисков, проведения маркетинговых исследований, мониторинга изменений и обогащения точными сведениями баз данных - таковы стандарты D&B (рис. 2).

**Рисунок 2. ОТОБРАЖЕНИЕ КОРПОРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ В СИСТЕМЕ GLOBAL REFERENCE SOLUTION (GRS) D&B НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ «РУСАЛ» (ФРАГМЕНТ ОТЧЕТА)**



## ПРИМЕРЫ

Насколько эффективны проверки контрагентов на практике?

1. Одна из российских компаний собиралась заключить многомиллионный контракт на поставку оборудования с партнером из Великобритании. Партнер приезжал в Россию в составе делегации от известной международной организации и не давал повода усомниться в своей благонадежности. Контракт на поставку, однако, заключался уже с другим юридическим лицом, зарегистрированным в городе Петворт, Великобритания, где вышеупомянутый партнер выступал в качестве директора. Цепочка проверок с помощью базы данных D&B показала, что на того же человека зарегистрировано порядка 40 фирм, в штате которых было порядка 2-4 сотрудников (как правило, однофамильцев директора), основанных не более года назад, часть из которых к моменту проверки уже была ликвидирована, а остальные имели крайне нестабильное финансовое положение. При этом обороты компании, с которой должен был заключаться контракт, свидетельствовали о невозможности исполнения крупного заказа.

2. Кредитные организации решают вопрос управления данными о десятках тысячах контрагентов – юридических лиц, из которых тысячи – зарубежных. Корректная идентификация производится через D-U-N-S® или в случае отечественных предприятий, как вариант, через местные идентификаторы. Как проверить такое количество записей вручную, даже раз в год?

3. Одна из уральских финансовых групп оценивает свои потери на недобросовестной проверке контрагентов в 1.5 млн руб. в год.

4. Корректная идентификация юридических лиц и их связей была признана регуляторами мира одной из приоритетных задач после *Lehman Crisis* в 2008 г.

Это только некоторые примеры.

Принципал (*principal* - руководитель), владельцы - часть стандарта D&B на объем справочной информации о юридическом лице. В случае если стандартных сведений клиенту недостаточно, по всему миру работают бизнес-корреспонденты, в функции которых входит сбор дополнительных или более свежих (когда еще не произошло обновление официальной информации) данных по определенному шаблону. Качество работы бизнес-корреспондентов, да и всей информационной базы контролируется на глобальном уровне, в том числе и в отношении данных о корпоративных связях.

Растет количество юридических лиц и стран в базе, дополняется состав показателей рисков. Корректируются нормативные требования к раскрытию информации и прозрачности: например, Кипр и Виргинские острова договорились о публикации большего объема данных с 2014 г., в России изменились правила финансовой отчетности или предоставления данных в Росстат. И так далее.

Качество информации и исследований - не только желаемый для всех результат, но и сложный процесс, требующий систематичности и аккуратности. Проверка контрагентов — характерный пример.