

86 → «Но с каждым днем число банков, развивающих данное направление, становится все больше, причем это и российские кредитные организации, и „дочки“ иностранных финансовых институтов. В среднем по рынку минимальная сумма входа в категорию VIP-клиента — \$1 млн. Деньги, как правило, должны быть размещены на депозитах или вложены в инвестиционные продукты. Но часто лимит бывает ниже. Что касается рода занятий, то, как правило, VIP-клиентами являются топ-менеджеры крупных компаний, а также владельцы собственного бизнеса. Таким клиентам в первую очередь интересны депозиты с хорошей доходностью и гибкими условиями, а также инвестиционные продукты с гарантированным возвратом капитала», — рассказывает она.

Госпожа Ванчикова также считает, что в России private banking — молодое направление развития. «Возраст VIP-клиентов 40–60 лет, но, по опыту банка SIAB, все чаще появляются довольно молодые клиенты — до 30 лет. Преимущественно мужчины — примерно 85 процентов. Чаще всего им интересны вклады, инвестиции в предметы искусства, антиквариат, недвижимость. Поэтому часто список премиальных услуг выходит далеко за границы банковского бизнеса и простирается до агентских услуг при покупке антиквариата, недвижимости, предметов искусств, проведения уникальных выставок и так далее», — констатирует Галина Ванчикова.

ОТ МИЛЛИОНА И БОЛЬШЕ Варвара Степанова, начальник управления премиального обслуживания банка БФА, говорит, что традиционно к сегменту private banking относят клиентов с суммой инвестиций от \$1 млн. «В 95 процентах случаев это мужчина, как правило, владелец нескольких бизнесов или ключевой менеджер крупной компании. Горизонт инвестиций таких клиентов составляет около трех лет. Выбирая банк, клиенты private banking ориентируются на традиционные банковские продукты, при этом они обращают внимание на полноту линейки и на то, насколько она отличается от продуктов для массовых розничных клиентов. Однако решающим по-прежнему является надежность банка, его репутация на рынке, а в большинстве случаев — личные связи с топ-менеджментом», — говорит госпожа Степанова.

Как утверждает Михаил Горба, вице-президент и руководитель направления private banking банка «Санкт-Петербург», VIP-клиенты private banking представляют практически весь спектр участников российского бизнес-сообщества, включая высокооплачиваемых топ-менеджеров, собственников среднего и крупного бизнеса, состоятельных частных клиентов, уже отошедших от активной коммерческой деятельности, представителей политической, общественной и культурной элиты, а также членов их семей. «Как правило, возраст VIP-клиентов — от 40 лет и более. Вместе с тем есть основания говорить о наметившейся тенденции к „омоложению“ VIP-клиентов за счет смены поколений в бизнесе и прихода к управлению семейными капиталами младшего поколения», — говорит он.

НА РОССИЙСКОЙ ПОЧВЕ По словам госпожи Разговоровой, западный private

banking — это прежде всего услуги по управлению благосостоянием клиента. «Они оказываются независимыми финансовыми советниками, так называемыми частными банкирами. В нашей стране специалистов такого уровня, умеющих управлять капиталом клиента, пока еще очень мало. Плюс в России понятие private banking часто подменяют другим определением — VIP-обслуживание, которое включает предоставление премиальных условий по вкладам и пластиковым картам», — говорит эксперт.

Варвара Степанова отмечает, что российские банки сегодня не могут предложить полный комплекс услуг private banking в западном понимании, поскольку эти услуги на рынке практически не востребованы. «От банка клиенты ожидают высокого уровня предоставления традиционных банковских услуг, но вряд ли клиент обратится в банк, чтобы забронировать чартер или приобрести картину. Особенно это относится к Санкт-Петербургу, где клиенты премиального сегмента имеют свою специфику, обусловленную менталитетом жителей нашего города. Они более консервативны в финансовых вопросах. Состоятельные клиенты высоко ценят отношения, сложившиеся с банком и его представителями, и редко меняют банк, даже если конкуренты предлагают условия в чем-то лучше», — констатирует она.

Михаил Горба говорит, что, с одной стороны, в пользу западных private-банкиров говорят их более долгий исторический опыт и традиции, а также надежность и консерватизм. «С другой стороны, российские банки демонстрируют большую динамику, гибкость, оперативность в принятии решений и формировании предложений, умение своевременно реагировать на конъюнктуру рынка. И, наконец, лучшее знание специфики наших VIP-клиентов и российского бизнеса. В западных банках зачастую форма преобладает над содержанием, и существует много устаревших, на мой взгляд, стереотипов в отношении российских клиентов и взглядов на ведение банковского бизнеса. Своего рода снобизм в отношении российских клиентов и банкиров. Думаю, в идеале состоятельный клиент должен пользоваться услугами как минимум одного российского и одного западного private, что позволит ему сбалансировать свои потребности и интересы», — говорит он.

Светлана Григорян, начальник управления по работе с состоятельными клиентами ЗАО «Райффайзенбанк», говорит, что российская практика частного банковского обслуживания, безусловно, имеет свою специфику. «В первую очередь это обусловлено тем, что мы являемся „домашним“ банком клиента, то есть находимся в той же стране, где он проводит основную часть своей жизни. Таким образом, запрос клиента к нам, в данном случае как к российскому банку, будет отличаться от его запроса к банку, например, в Швейцарии, так как естественное первичное его ожидание от нас — это удовлетворение ежедневных потребностей в банковском обслуживании. В связи с этим локальный private banking отличается существенно более широкой по сравнению с иностранными банками линейкой инструментов расчетно-кассового обслуживания», — утверждает госпожа Григорян. ■

ГРАМОТНО РАСПОРЯДИТЬСЯ НАСЛЕДСТВОМ

В ФЕВРАЛЕ 2014 ГОДА В СОЧИ ПРОЙДУТ ОДНИ ИЗ САМЫХ ДОРОГИХ ЗА ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ СОРЕВНОВАНИЙ — ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ. ЗА ПЯТЬ ЛЕТ НА ПОБЕРЕЖЬЕ И В РАЙОНЕ ГОРНОГО КУОРТА «КРАСНАЯ ПОЛЯНА» БЫЛО ПОСТРОЕНО БОЛЕЕ ДЕСЯТКА ОБЪЕКТОВ. В СОЗДАНИЕ ОЛИМПИЙСКОГО КЛАСТЕРА УЖЕ ВЛОЖЕНО СВЫШЕ 200 МЛРД РУБЛЕЙ. ЭКСПЕРТЫ ГОВОРЯТ, ЧТО СРОКИ ОКУПАЕМОСТИ ЗАТРАТ НА ТАКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ БЛИЗКИ К БЕСКОНЕЧНОСТИ, НО ГРАМОТНО РАСПОРЯДИТЬСЯ ОЛИМПИЙСКИМ НАСЛЕДИЕМ ВСЕ ЖЕ ВОЗМОЖНО. ВАДИМ ШЕРЕМЕТЬЕВ

Роберт Груман, руководитель российской практики бизнес-консультирования в PwC и партнер, отвечающий за взаимоотношения с олимпийскими организациями на мировом уровне, говорит, что масштабные спортивные мероприятия стимулируют развитие инфраструктуры не только в регионе их проведения. «Они способны ускорить экономическое развитие страны в целом — иногда на несколько десятилетий вперед. Инвестиции в развитие инфраструктуры приносят региону целый ряд экономических и социальных выгод. Кроме того, появляются благоприятные возможности для международных инвесторов, которые стремятся выйти на новые рынки», — поясняет господин Груман.

ПЕРЕПРОФИЛИРОВАТЬ С УМОМ Как показывает опыт других стран, принимающих Олимпийские игры, в большинстве своем созданные объекты инфраструктуры либо сохраняют свое первоначальное назначение, либо перепрофилируются. «Например, объекты олимпийской деревни зачастую трансформируются в жилые кварталы с сопутствующей коммерческой инфраструктурой. В случае их перепрофилирования в жилье экономкласса срок окупаемости составит от трех до пяти лет», — рассказывает Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», партнер.

Как правило, далеко не все дворцы и арены, которые строятся к олимпиадам, впоследствии живут долго и счастливо. К примеру, 80-тысячный олимпийский стадион в Лондоне, где прошли церемонии открытия и закрытия летних Игр-2012, по окончании соревнований ждала масштабная реконструкция. В результате вместимость уменьшилась почти вдвое. А 12-тысячная «Баскетбол-Арена» в столице Британии и вовсе была демонтирована и распродана по частям. Причем на

демонтаж ушло всего несколько дней. Неслучайно лондонские Игры эксперты называют одними из самых рентабельных за последнее время. Из 31 площадки, на которых состязались спортсмены, как минимум половина претерпела значительные изменения.

В Сочи лондонская история не повторится — большинство объектов останутся на своих местах и будут использоваться в спортивных целях. Однако эксперты считают, что такое количество спортивных объектов для города сегодня излишне.

«Идея переноса спортивных сооружений изначально обречена на провал. Это не какие-то сборные домики, а сложные конструкции», — рассуждает Екатерина Марковец, директор по инвестициям и консалтингу компании London Real Invest.

Дмитрий Кунис, президент компании STEP, также считает, что перебазирование данных объектов недвижимости практически невозможно, а расходы на демонтаж и утилизацию будут огромными. Единственная судьба построек — постепенное использование при операционной окупаемости, пока это будет возможно, полагает господин Кунис.

К примеру, вмещающую восемь тысяч болельщиков «Адлер-Арену», на которой пройдут соревнования конькобежцев, изначально планировалось перепрофилировать в выставочный комплекс. На ней, по замыслу первых лиц государства, будут проходить крупнейшие в России выставки, семинары и форумы.

НА СЛУЖБЕ У СПОРТА Основные споры возникли вокруг самого крупного крытого дворца, расположенного на берегу моря — «Большого». В нем пройдут основные матчи хоккейного турнира Олимпиады. Изначально речь о разборке дворца не шла. Рассматривался вариант создания на его базе школы для занятий ледовыми видами