



ПРЕДОСТАВЛЕНО «ГПБ-УА»

чено 12 новых договоров на управление активами. Мы довольны таким результатом. Приятно, что наши заслуги отметили не только клиенты, но и экспертное сообщество: летом мы стали лауреатами премии «Финансовая элита» в номинации лучшая «Управляющая компания для институциональных инвесторов».

Текущий год стал не менее успешным, несмотря на непростой период пандемии. Сегодня мы управляем средствами свыше 100 корпоративных клиентов, включая активы НПФ, целевые капиталы, резервы страховых компаний, а также средства СРО. По направлению работы с эндаумент-фондами мы по-прежнему лидеры по количеству целевых капиталов под управлением, у нас их на сегодняшний день 70.

— Как кризис отразился на работе с институциональными инвесторами? Выросла ли роль и потребность некоммерческих организаций в эндаумент-фондах?

— Взаимодействие с эндаументами не ограничивается вопросами, связанными только с управлением средствами фонда. Мы вовлечены в вопросы законодательных инициатив рынка, маркетинга, фандрайзинга и др. Это всегда было очевидно для нас, и сейчас мы слышим это от клиентов и, главное, от их стейкхолдеров (руководства, жертвователей), что кризисные события этого года ясно показали эффективность целевого капитала.

Кризис — это всегда новая возможность. Для некоммерческих организа-

ций — это возможность почувствовать необходимость в создании надежной подушки безопасности, стратегического запаса и независимого источника финансирования. Со всеми этими задачами успешно справляется эндаумент-фонд. В условиях, когда образовательным и культурным институтам приходится увеличивать негосударственные источники финансирования, целевой капитал становится все более актуален, в кризисные годы спонсоры охотнее выбирают долгосрочные проекты, которым как раз и является целевой капитал.

Управляющие предприняли правильные действия с инвестиционными портфелями и в период весеннего падения на фондовом рынке, и в период начала его роста, поэтому текущая доходность портфелей этой категории клиентов находится в пределах и даже выше наших докризисных прогнозов. Будем надеяться, что мы не увидим до конца года негативных событий, которые помешают закончить его с такими результатами.

— Как ощущает себя бизнес по работе с состоятельными клиентами?

— За последние годы мы сильно укрепились в этом направлении. Расширились число состоятельных клиентов, существенно нарастили собственные продажи в этой категории, средний чек и объем активов. За минувший год объем средств частных состоятельных клиентов увеличился более чем на 80%, в том числе благодаря расширению продуктовой линейки за счет нескольких новых, уникальных продук-

тов, построенных не только на стратегиях, основанных на инвестициях в ценные бумаги, но и на альтернативных финансовых инструментах. И мы увидели хороший спрос и высокий интерес к новым продуктам.

— В последние годы вы все активнее развиваете розничное направление. Почему решили сделать акцент на привлечении розничных инвесторов?

— Не секрет, что растущий интерес розничных инвесторов к рынку коллективных инвестиций — один из главных драйверов развития нашего бизнеса на ближайшие несколько лет. Мы видим, что интерес к инвестиционным продуктам в онлайн-каналах проявляют люди разного уровня финансовой грамотности и уровня погруженности в тему инвестиций, это видно по среднему чеку в этих каналах. Так, например, размер среднего счета клиента, пришедшего через офисную сеть банка, составляет порядка 600 тыс. руб. для наиболее популярных паевых инвестиционных фондов, при этом в онлайн-канале этот показатель в среднем составляет порядка 200 тыс. руб. Доля онлайн в структуре продаж будет активно расти, и этому будут способствовать несколько факторов: глобальная цифровизация, а также снижение ключевой ставки и приток депозитных средств в инструменты фондового рынка. Кроме того, онлайн-каналы неизбежно с течением времени будут становиться дешевле как каналы продаж для компании и рано или поздно выигрывают конкуренцию у офлайна за счет скорости и удобства для клиентов.

— Почему «Газпромбанк — Управление активами» в работе с розницей не ограничивается взаимодействием с Газпромбанком?

— В данный момент розничная сеть Газпромбанка является основным и эффективным каналом продаж для наших розничных инвестиционных продуктов доверительного управления. Однако мы понимаем, что любой, пусть даже самый хороший канал продаж имеет свои пределы возможностей, и хотя до него еще далеко, мы уже находимся в поиске новых партнерств и видим большой потенциал в развитии агентского канала продаж в других кредитных организациях как в Москве и Подмосковье, так в крупнейших регионах. В августе у нас стартовали продажи в офисной сети Абсолют-банка, наш партнер обладает развитой сетью офисов по всей России, а также масштабной базой клиентов, заинтересованных в инвестициях. Вместе с растущей долей онлайн-продаж потребность клиентов в личном посещении офиса

остается стабильной. В будущем мы планируем расширить список продуктов в данной сети, а также увеличивать перечень новых агентов.

— С какими результатами планируете закончить текущий год? Когда намерены вернуться в пятерку крупнейших компаний по СЧА?

— Думаю, что мы закончим год с объемом СЧА в районе 620–640 млрд руб. Точнее сказать трудно, поскольку частично это зависит от динамики фондового рынка. Что касается присутствия в пятерке крупнейших УК по активам — это не является для нас самоцелью. Наш объем активов был бы существенно выше, если бы мы руководствовались исключительно целью роста объемов активов под управлением.

Активы в управление мало просто привлечь, ими нужно эффективно управлять и зарабатывать на этом адекватно с учетом связанных принимаемых рисков. Зачастую, если нам предлагают принять участие в конкурсе по управлению портфелем или фондом и дать коммерческое предложение, но мы видим, что формула «активы—маржа—риски» для нас не является приемлемой, мы отказываемся от таких предложений. Наша главная цель — предлагать клиентам только качественные продукты, в которые менеджмент был бы готов инвестировать свои личные деньги.

Сейчас среди традиционных инвестиционных продуктов, построенных на акциях, облигациях и структурных продуктах, очень высокая конкуренция, маржа падает, и продукты в целом у всех похожи между собой. Условно, если взять топ-10 УК в каждом сегменте рынка, то, говоря о классических продуктах ДУ, основанных на инвестициях в акции и облигации, у них почти у всех в основе будут лежать примерно похожие инвестиционные стратегии с примерно одинаковой доходностью на длинном горизонте инвестиций. Чтобы дальше успешно развиваться, нам нужно создавать продукты, которых пока еще нет у остальных.

Свое будущее мы видим в активном развитии альтернативных инвестиционных продуктов, построенных на секьюритизированных кредитных активах, торговом финансировании для малого и среднего бизнеса, недвижимости и других направлениях. В этом году мы запустили несколько знаковых инвестиционных продуктов для квалифицированных инвесторов в этих направлениях и получили воодушевляющие результаты спроса среди состоятельных частных клиентов. Поэтому в следующем году мы будем продолжать усиленно развивать эти продуктовые направления ●