

# РБК



## Alfa Future People

зачем Михаилу  
Фридману  
фестиваль  
электронной  
музыки

# Интернет, кровь и GoPro

Как Илья Найшуллер  
пробился в Голливуд

Рекламные сборы,  
млрд руб.

Комедии  
28,9

Детективы  
15,9

Драмы  
12,7

Боевики  
3,5

Мелодрамы  
2,3

Триллеры  
1

Фантастика  
0,6

# 50

самых  
доходных  
российских  
сериалов





# TJ COLLECTION

ОДЕЖДА ОБУВЬ АКСЕССУАРЫ



товар сертифицирован [tjcollection.com](http://tjcollection.com) интернет-магазин [tjonline.ru](http://tjonline.ru) 8 800 770 70 01 ООО «Шу Инновэйшн» Москва, Тверская, 12/1 ОГРН 1077759450388

интернет-магазин [tjonline.ru](http://tjonline.ru)

Все о главном  
электронном  
фестивале Alfa  
Future People  
— с. 32

ФОТО: ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСССЛУЖБОЙ ALFA FUTURE PEOPLE



ТЕМА НОМЕРА

22 **Индустрия развлечений**

24 **НОВЫЕ** **Гедонизм по-русски** *Впечатления*  
**РАЗВЛЕЧЕНИЯ** *вместо еды*

26 **НОВЫЕ** **Талант не пропьешь** *Painty зарабатывает*  
**РАЗВЛЕЧЕНИЯ** *на арт-вечеринках*

28 **НОВЫЕ** **Театр для одного** *Remote Moscow и «Твоя игра» зарабатывают*  
**РАЗВЛЕЧЕНИЯ** *на зрителях, которые становятся актерами*

30 **НОВЫЕ** **Дикий Запад в Подмосковье** *«Объект» зарабатывает*  
**РАЗВЛЕЧЕНИЯ** *на стрельбе из 40 видов оружия*

32 **МУЗЫКА** **Альфа-фестиваль** *500 млн руб. на музыку и гаджеты*

42 **КИНОСТУДИЯ** **Интересное кино** *Как работает концерн «Мосфильм»*

50 **КАРТА БИЗНЕСА** **Российские сериалы**

51 **ВИДЕОБЛОГИ** **Пять звезд видео** *Главные герои российского интернета*

52 **РЕЖИССЕР** **Только «Хардкор»** *В Голливуд через интернет*



ФОТО: PHOTOXPRESS

*Glock и другие  
способы снять  
стресс*  
— с. 30

*EeOneGuy и другие  
самые популярные  
videоблогеры Рунета*  
— с. 51



ФОТО: YOUTUBE

# Volkswagen Tiguan Allstar

## Заведи свою звезду



Черная крыша  
и черные боковые  
зеркала



Система бесключевого  
доступа и запуска  
двигателя KESSY<sup>1</sup>



Задние светодиодные  
фонари



Аудионавигационная  
система Composition  
media<sup>2</sup> с функцией  
AppConnect<sup>3</sup> и камерой  
заднего вида



18-дюймовые  
легкосплавные диски  
Mallory<sup>4</sup>

### Специальная версия Volkswagen Tiguan Allstar<sup>5</sup>

Новый стильный дизайн, смелый цвет Copper Orange<sup>6</sup> и расширенный пакет опций.

Теперь в вашем полном распоряжении — собственная и такая яркая звезда!



**Volkswagen<sup>7</sup> – Официальный спонсор  
сборной России по футболу**



**Volkswagen**

Дополнительная информация — по телефону информационной линии Volkswagen 8-800-333-4441 и на сайте [www.volkswagen.ru](http://www.volkswagen.ru)

<sup>1</sup>Кесси. <sup>2</sup>Композишн Медиа. <sup>3</sup>АппКоннект. <sup>4</sup>Мэллори. <sup>5</sup>Оллстар. <sup>6</sup>Коппер Оранж. Некоторые из указанных в рекламе опций доступны за дополнительную плату.

<sup>7</sup>ООО «ВОЛЬКСВАГЕН Груп Рус». Реклама

ЭЛЕМЕНТЫ

10 UPDATE **Alibaba.com, «Яндекс» и Biocad**

12 КОЛОНКА **Молодая шпана**  
РЕДАКТОРА

14 СЛОВА И ЧИСЛА **Коротко** *Uber, Apple, рост сырья, ключевая ставка, вывоз капитала*

16 ФОТО МЕСЯЦА **Руки-кисти** *Виртуальный инструмент Tilt Brush позволяет рисовать вокруг себя 3D-объекты*

КРУПНЫЙ ПЛАН

64 СОВКОМБАНК **Бизнес на старости** *Как и почему изменился «банк для пенсионеров»*

72 СПОРТ **Деньги на ринге** *Зачем Андрей Рябинский тратит миллионы на бокс*

90 КВЕСТ **В какой шоу-бизнес вам пойти?**



*Редактор Tilt Brush и виртуальная реальность*  
— с. 16

ФОТО: DR



ФОТО: АНТОН БЕРКАСОВ ДЛЯ РБК

*Хобби главы группы компаний «МИЦ»*  
— с. 72



*Изначально Сергей Хотимский и его партнер купили банк для перепродажи, но «влюбились в этот бизнес и остались в нем навсегда»*  
— с. 64

ФОТО: SASHA MASLOV ДЛЯ РБК



ПАРК  
РУБЛЕВО  
элитные квартиры



***Мы хотим верить словам. Хотим доверять.  
Но иногда нужно самому убедиться в реальности, чтобы поверить в нее.***

Полностью готовый квартирный комплекс премиум-класса в лесу на берегу Москвы-реки. «Парк Рублево» – реальность, к которой можно прикоснуться. Сегодня. Сейчас. Инфраструктура класса LUXE, консьерж-сервис 24/7, авторская архитектура, панорамные окна, собственная набережная, пляж, лучшая экология в черте города.

Делая выбор в пользу «Парка Рублево» сегодня, вы приобретаете лучшее предложение: квартира в готовом элитном комплексе и инновационный автомобиль Jaguar XE\*.

РЕКЛАМА



**JAGUAR XE ПРИ ПОКУПКЕ КВАРТИРЫ**

Проектная декларация на [www.parkrublevo.ru](http://www.parkrublevo.ru). Застройщик- АО «Рублево»

\*Количество квартир и автомобилей ограничено, подробности на сайте [parkrublevo.ru](http://parkrublevo.ru)  
Срок действия акции - с 01 июля 2016г. по 30 сентября 2016г.



**ОПИН**  
Девелоперская группа

[WWW.PARKRUBLEVO.RU](http://WWW.PARKRUBLEVO.RU)

+7 (495) 258-00-55

# GRILL PARTY\* С BORK

За безупречным стейком необязательно идти в респектабельный стейк-хаус, а восхитительная на вкус радужная форель «водится не только в рыбном ресторане». Все это можно приготовить у себя дома, на своем собственном домашнем гриле.

Электрический гриль BORK – лучший помощник для гастрономических экспериментов в стиле grill на домашней кухне.

Шесть положений верхней рабочей поверхности позволяют использовать его в режиме контактного гриля, прессы для сэндвичей и режиме «барбекю».

Автоматические программы гриля позволяют выбирать из 5 видов мяса и 4 степеней прожарки. Устройство учитывает особенности рыбы, птицы и мяса и выставляет оптимальную температуру и время приготовления в зависимости от степени прожарки блюда.

Благодаря высокопрочному антипригарному покрытию готовить на гриле можно без использования масла, а регулируя угол наклона нижней рабочей поверхности – легко удалять лишний жир во время приготовления.

Мощный нагревательный элемент ELEMENT IQ\*\* обеспечивает быстрое и равномерное достижение максимальной температуры двух рабочих поверхностей, а сенсорные панели постоянно поддерживают ее стабильность.

Плоская жарочная поверхность создает аппетитную корочку, а рифленая – классические прожаренные полоски.

Прогреваясь с двух сторон, продукты готовятся значительно быстрее и сохраняют максимум полезных свойств.

Гриль BORK G802 оснащен съемным термомощупом, который помогает добиться нужной степени прожарки. Устройство позволяет не нарушать целостность стейка при проверке его готовности, сохраняя сочность готового блюда.

\* Гриль Пати \*\* Элемент АйКью



BERK

PLATE  
RELEASE

TIME

00:00

TEMP OFF LOW HIGH



BERK  
FIRST CLASS BLADE  
POLISHED STAINLESS  
AND TITANIUM - GERMANY

BERK



ФОТО: ДМИТРИЙ ТЕРНОВОЙ ДЛЯ РБК, ПРЕДСТАВЛЕНО КОМПАНИЕЙ ALIBABA

## Upd Экспресс в Россию

«Моей главной ошибкой было то, что я создал Alibaba» — такой неожиданный ответ дал основатель этой компании Джек Ма, отвечая на вопрос из зала во время сессии Петербургского международного экономического форума в этом году. В сентябре 2015 года (№ 9, с. 70) журнал РБК писал, как входящая в Alibaba площадка AliExpress всего за пару лет сумела стать самой популярной торговой площадкой в российском интернете. «Я не мог себе и представить, как сильно это изменит мою жизнь. Я ведь всего лишь хотел построить маленький бизнес, — развил свою мысль Ма. — В следующей жизни, если мне представится шанс, ни за что не возьмусь за бизнес вроде этого. Я хочу побыть собой, хочу наслаждаться жизнью».

## Upd Я.Робот

Главное СМИ страны — агрегатор «Яндекс.Новости». Сумеет ли компания отбить попытки перевести его на «ручное управление», задавался вопросом журнал РБК в августе 2014 года (№ 8, с. 48). В июне 2016-го Госдума приняла закон, который вводит ответственность агрегаторов за распространение недостоверных данных. «Как будут меняться «Яндекс.Новости» под влиянием нового закона, зависит не только от самого сервиса, но и от наших партнеров: мы не знаем, кто из них решит получить регистрацию СМИ и как этот статус будет работать в отношении иностранных источников», — говорится в заявлении «Яндекса».

## Upd Средства замещения

В портфеле лидера пока маленького российского рынка биотехнологий, компании Biocad, — 17 лекарств-дженериков, пять биоаналогов и пять оригинальных препаратов, на стадиях разработки еще 40, писал журнал РБК в мае 2016 года (№ 5, с. 42). В июне Biocad запустила Центр обработки данных (ЦОД), который позволит ускорить работу над созданием препаратов в рамках проекта MabNext (лекарства против тяжелых форм рака, аутоиммунных заболеваний и др.). Как сообщила пресс-служба, инвестиции в проект до конца года составят около 100 млн руб.

### ЖУРНАЛ РБК №7–8 ИЮЛЬ–АВГУСТ 2016

**Главный редактор** Валерий Владимирович Игуменов  
**Заместители главного редактора:** Анфиса Воронина, Алексей Яблоков  
**Ответственный секретарь** Светлана Коршунова  
**Дизайн и инфографика:** Алексей Баранов, Дмитрий Иванов, Надежда Парфенова, Евгений Тарасенко  
**Фоторедактор** Ирина Губайдуллина

#### ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ РБК

**И.о. главного редактора rbc.ru и ИА «РосБизнесКонсалтинг»** Ирина Малкова  
**Заместители главного редактора:** Надежда Иваницкая, Владимир Моторин  
**Арт-директор проектов РБК** Дмитрий Девишвили  
**Руководитель фотослужбы** Варвара Гладкая  
**И.о. главного редактора ежедневной деловой газеты РБК** Юлия Ярош  
**Заместитель главного редактора:** Петр Мироненко  
**Выпуск:** Дмитрий Иванов

#### РУКОВОДИТЕЛИ НАПРАВЛЕНИЙ — ЗАМЕСТИТЕЛИ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

**Банки и финансы:** Елена Тофанюк  
**Индустрия и энергоресурсы:** Максим Товкайло  
**Информация:** вакансия  
**Политика и общество:** Максим Гликин  
**Спецпроекты:** Елена Мязина

#### РЕДАКТОРЫ ОТДЕЛОВ

**Медиа и телеком:** Полина Русаева  
**Международная жизнь:** вакансия  
**Мнения:** Андрей Литвинов  
**Потребительский рынок:** Дмитрий Крюков  
**Свой бизнес:** Николай Гришин  
**Экономика:** Иван Ткачев

#### ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ LIFESTYLE

**Главный редактор «РБК Lifestyle»** Александр Щуренков  
**Шеф-редактор** Ирина Урнова

#### ОБЪЕДИНЕННЫЙ LIFESTYLE SALES-ОТДЕЛ

**Директор по рекламе** Виктория Ермакова; vermakova@rbc.ru  
**Отдел рекламы:** Ольга Ковгунова, Юлия Купресева, Нина Синякова

#### ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ РБК

**Генеральный директор** Екатерина Сон  
**Арт-директор бренда РБК** Ирина Волошина  
**Корпоративный коммерческий директор** Людмила Гурей  
**Коммерческий директор ИД РБК** Анна Батыгина;  
 тел. (495) 363-1111, доб. 1342  
**Отдел рекламы:** Светлана Мельникова, Светлана Романова, Дмитрий Яшин, Оксана Барабанщикова (менеджер по работе с клиентами); тел. (495) 363-1111, доб. 1360  
**Директор по маркетингу** Андрей Сикорский  
**Директор по распространению** Анатолий Новгородов  
**Директор по производству** Надежда Фомина  
**Предпечатная подготовка:** Дмитрий Калашников  
**Прием рекламных макетов:** Юлия Зеленова, Роман Корнилов;  
 тел. (495) 363-1111, доб. 1350, 2376; reklama.magazine@rbc.ru

**Адрес редакции:** 117393, Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1;  
 тел. (495) 363-1111, доб. 1177; факс (495) 363-1125; magazine@rbc.ru  
**Журнал зарегистрирован** Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации **ПИ № ФС77-63852** от 09.12.2015. **Учредитель журнала** ООО «БизнесПресс». **Издается** ООО «БизнесПресс», 117393, Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1

**Отдел подписки и распространения:** тел. (495) 363-1101; podpiska@rbc.ru  
**Подписные индексы:** по каталогу агентства «Роспечать» — **18060**;  
 по каталогу российской прессы «Почта России» — **10773**.  
**Отпечатано** в ЗАО «Алмаз-Пресс»: 109548, Москва, ул. Шоссейная, д. 4д.  
**Тираж** номера — 145 000 экз. **Цена** свободная. Номер подписан в печать **04.07.2016**

Редакция не несет ответственности за инвестиционные рекомендации, данные аналитиками. Ответственность за инвестиционные решения, принятые после прочтения журнала, несет инвестор. Редакция не имеет возможности вступать в переписку, не рецензирует и не возвращает не заказанные ею рукописи и иллюстрации. Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции. © ООО «БизнесПресс», 2016

**Фото на обложке:** Андрей Ковалев для РБК. **Ассистент:** Тимур Иванов.  
**Гример:** Ирина Шереметьева. **Стилист:** Татьяна Ковалева



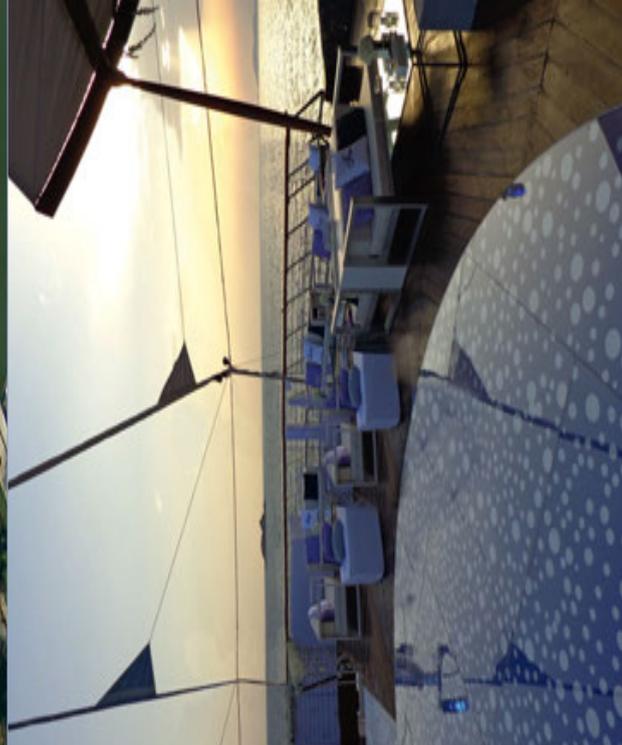
THE LEADING HOTELS  
OF THE WORLD\*

реклама

МНТЕ 0208K045A0185900

GRAND  
RESORT  
LAGONISSI  
ATHENS

[grandresort@grandresort.gr](mailto:grandresort@grandresort.gr)  
[www.grandresort.gr](http://www.grandresort.gr)



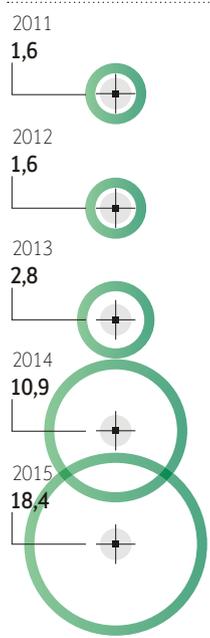
# Молодая шпана

Главный редактор **Валерий Игуменов**



ФОТО: АЛЕКСАНДР КАРНОХИН ДЛЯ РБК

Призовой фонд турнира The International по игре Dota 2  
2011–2015 | \$ млн



Источник: The International

Их аудитория слишком молода, считается неплатежеспособной и неинтересна брендам с большими бюджетами — так отзывался о звездах российского интернета один из участников рекламного рынка. Наверняка он прав, но есть много «но».

Ютубер PewDiePie, выступающий в жанре «лестплей», в прошлом году заработал \$12 млн, подсчитал журнал *Forbes*. Ну или так: живущий в Англии швед Феликс Чельберг выкладывает на YouTube видеоролики о том, как играет в компьютерные игры. У его канала на YouTube 46 млн подписчиков и 12,6 млрд просмотров роликов.

Российские видеоблогеры, стримеры и «летсплейщики» не зарабатывают таких же денег, как глобальные герои интернета. Но РБК попытался подсчитать их доходы, и вышло совсем неплохо, особенно для людей их возраста, живущих в нашей стране. Кроме того, никто из них пока всерьез не пытался выйти на международный уровень.

Это возможно, доказал недоучившийся режиссер и не самый известный музыкант Илья Найшуллер. Его ролик с нецензурным названием и кровавым содержанием — все, что не нравится брендам с большими бюджетами, — собрал к настоящему времени более 34 млн просмотров. Найшуллер все же нашел спонсоров для съемок своего «насилия-аттракциона», а потом инвесторы нашли самого Илью, увидев его ролик в интернете. И его первый фильм, производство которого обошлось в \$3 млн, собрал \$14,3 млн в десятках стран мира.

У этой аудитории нет денег? Расскажите об этом Альфа-банку, основной владелец которого **Михаил Фридман три года назад прислушался к мнению дочери и выделил \$10 млн на организацию крупнейшего в России фестиваля электронной музыки**. Именно для того, чтобы привлечь молодую аудиторию. Организаторы Alfa Future People говорят, что уже в следующем году фестиваль может «выйти в ноль».

В июне киберспорт был официально признан в России спортивной дисциплиной. В числе прочего это означает, что компьютерные спортсмены теперь смогут получать спортивные разряды или звание мастера спорта международного класса. К слову, **призовой фонд пятого турнира The International по игре Dota 2, который прошел в 2015 году в Сиегле, составил \$18,4 млн**. Это пока меньше, чем у теннисных турниров «Большого шлема», но уже значительно больше, чем у «Тур де Франс» или крупнейших турниров по гольфу.

На этом фоне представитель «старой школы» индустрии развлечений, легендарный «Мосфильм», которому в этом номере мы посвятили большой материал, выглядит крупным осколком уходящей эпохи. Киноконцерт работает и даже, как гордится его руководитель Карен Шахназаров, не берет денег у государства. Илья Найшуллер в свое время бросил институт и устроился на «Мосфильм», чтобы стать серьезным режиссером. Но потом решил срезать путь к этой большой цели.

**G**OOD  
**W**OOD

**Живи в своем доме!**



Проект СП-265

Реклама

**СТРОИТЕЛЬСТВО СОВРЕМЕННЫХ ДОМОВ**

+7 (800) 333-11-11

GWD.RU



UBER

## uberPool в Москве

Сервис uberPool, позволяющий пассажирам совместно перемещаться на такси, заработает в России в 2016 году, сообщил основатель Uber Трэвис Каланик во время своего первого визита в Россию в начале июня. В Москве заметен «чрезвычайный рост», и каждый месяц приближает «все ближе и ближе к цели», отметил Каланик. Он затруднился ответить на вопрос корреспондента РБК, когда именно заработает uberPool, но «совершенно точно — до конца года», сообщил Каланик.



*«Uber — моя четвертая компания, и большую часть времени я был маленьким и бедным предпринимателем. Но есть что-то волшебное в том, когда ты маленький и бедный и у тебя есть идея, в которую веришь ты и больше никто... Когда ты маленький, ты наполнен страстью к своему делу, потому что задачи и цели больше, чем ты сам».*

Трэвис Каланик, основатель и CEO Uber (на лекции в Москве)

\$

млрд

составила оценка стоимости Uber после очередного раунда инвестиций, в ходе которого \$3,5 млрд в компанию вложил фонд национального благосостояния Саудовской Аравии Public Investment Fund. \$12,9 млрд — общая сумма инвестиций в Uber за шесть лет существования компании.

## Оплата наличными

Uber начал принимать к оплате наличные деньги. В России в тестовом режиме услуга заработала в Москве и Санкт-Петербурге в июне этого года. Для компании это очень неординарный шаг: в абсолютном большинстве стран Uber работает строго по безналичному расчету.

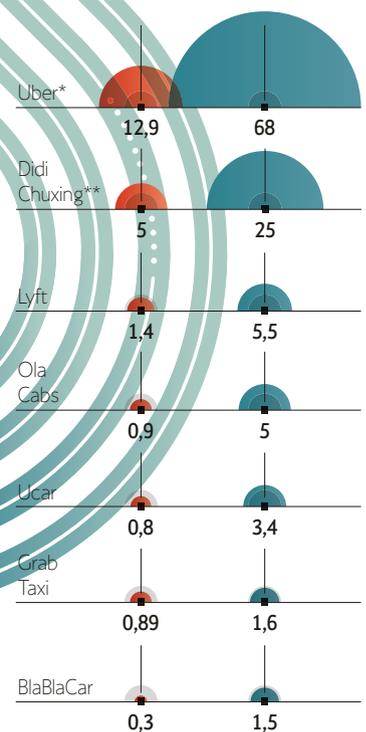
**Тем не менее в последнее время компания стала менять эту практику: ранее прием наличных к оплате Uber начал в Индии, Египте, Сингапуре и ряде других стран.**

\$1 млрд

вложила компания Apple в сервис Didi Chuxing (ранее Didi Kuaidi), главного конкурента Uber в Китае и второй по величине сервис онлайн-перевозок в мире по стоимости.

### Uber и конкуренты

● Привлеченные инвестиции | \$ млрд  
● Оценка стоимости | \$ млрд



\* Без учета отдельной компании UberChina с оценкой стоимости в \$7 млрд

\*\* Бывшая Didi Kuaidi

Источник: The Wall Street Journal

## ДЕНЬГИ

# \$12,7 млрд

составил объем чистого вывоза капитала из России частным сектором в январе—мае 2016 года: это вчетверо меньше того же показателя за первые пять месяцев 2015 года, сообщил ЦБ РФ.

# ₽214,9 млрд

— совокупный объем требований к Внешпромбанку на 2 июня 2016 года, рассказала РБК пресс-служба Агентства по страхованию вкладов (АСВ). Это почти втрое больше, чем первоначальный объем требований заявителей. Пока у АСВ есть не больше 5% этой суммы.



# ₽2,6 трлн

осталось в Резервном фонде на 1 июня 2016 года (на начало года было 3,6 трлн). 14 из 32 экономистов и аналитиков, опрошенных РБК, полагают, что средства Резервного фонда закончатся в 2017 году.



*«На отрезке до 25 лет мы точно будем жить в нефтяной эпохе. Революционные вещи в энергетике начнутся через 15–20 лет, потом мы постепенно перейдем в другую эру»,*

— сообщил Михаил Шишханов, совладелец группы БИН, в интервью РБК. Группа БИН объявила, что до конца года продаст на IPO до 49% акций своей компании «РуссНефть».

## ПРОЦЕНТЫ

# 12%

составила доходность инвестиций в сырье за первые шесть месяцев 2016 года, согласно Bloomberg Commodity Index, который объединяет показатели по 22 видам сырья. Доходность долгового рынка за то же время, как отмечает Financial Times, составила около 6%, фондового рынка — более 2%.

# 10,5%

составила ключевая ставка Банка России — Центробанк снизил ее впервые с июля 2015 года на 0,5 п.п.

# 5,7%

— такова средняя доля наличных денег в активах инвестиционных фондов, опрошенных Bank of America (опрошено 213 менеджеров фондов, управляющих активами на общую сумму \$654 млрд). Это рекордно высокий уровень за последние 15 лет.

## ТЕХНОЛОГИИ

# \$26,2 млрд

заплатит компания Microsoft за профессиональную соцсеть LinkedIn. Предполагается, что сделка будет закрыта до конца 2016 года.

# \$100 млн

— минимальная сумма, которую сооснователь Google Ларри Пейдж потратил на стартапы, разрабатывающие «летающие автомобили». Как выяснил Bloomberg, бизнесмен скрывал свое участие в этих проектах и угрожал выйти из них, если об этом станет известно. Агентство, в частности, назвало стартапы Zee.Aero и KittyHawk Model.

В марте 2016 года компания HTC сообщила, что за десять минут с начала продаж было реализовано

**15** тыс.  
очков Vive по \$799.

Таким образом, прибыль компании за десять минут составила около

**\$12** млн



# Руки-кисти

Виртуальный инструмент Tilt Brush позволяет рисовать вокруг себя 3D-объекты

Весной в продажу поступили очки виртуальной реальности HTC Vive. В комплект поставки входит уникальный графический редактор Tilt Brush, который разработала студия Skillman & Hackett, а потом приобрела компания Google. Когда вы надеваете очки, ваши руки превращаются в инструменты: левая — в переключатель разнообразных параметров, правая — в саму кисть. После этого мир вокруг зависит исключительно от ваших талантов и фантазий. Можно рисовать трехмерные дома, людей, предметы интерьера — все это будет объемным и многоцветным. Стоимость очков HTC Vive составляет порядка 100 тыс. руб. Официальные поставки в Россию планируются не раньше осени 2016 года



# 50

# ИСПОЛНЯЕТСЯ АВТОВАЗУ



## • **VAZ-2101**

С конвейера сошли первые автомобили VAZ-2101. Часть комплектующих для машины доставили из-за рубежа.

## • **«ТУР ЕВРОПЫ — 73»**

В этом году команды, выступавшие на VAZ-2101, упрочили успех, завоевав золотой и серебряный кубки в ралли «Тур Европы — 73».

## • **1000 000 АВТОМОБИЛЕЙ**

Выпущен миллионный автомобиль и сдан в эксплуатацию заводской испытательный полигон.



## • **«НИВА» В «ДАКАРЕ»**

«Нива» заняла третье место в ралли-рейде «Дакар».

1966

1971

1973

1977

1981



## • **СТРОИТЕЛЬСТВО ЗАВОДА**

Принято решение о строительстве нового автомобильного завода в Тольятти и подписано соглашение о сотрудничестве с компанией «Фиат», которая занялась разработкой автомобиля и производственной площадки. В это же время в Москве свою работу начали конструкторы ВАЗа, которые составили требования к будущему автомобилю, а потом испытали прототипы.



## • **РАЛЛИ В РИГЕ**

Состоялся дебют VAZ-2101 на спортивной арене на командном первенстве зимнего чемпионата СССР по ралли в Риге. Позже эта модель не раз принимала участие и в кольцевых гонках.

## • **«ТУР ЕВРОПЫ — 71»**

Выпущен стотысячный автомобиль. Автомобили VAZ-2101 стартовали в марафоне «Тур Европы — 71», маршрут которого проходил через 14 стран. По итогам ралли экипаж «VAZ-Автоэкспорт» завоевал второе место в командном зачете.

## • **VAZ-2121 «НИВА»**

Началось производство VAZ-2121 «Нивы». Автомобиль повышенной проходимости разрабатывали специально для сельских жителей. Позже «Нива» не раз успешно принимала участие в различных ралли-рейдах, в том числе и в гонке «Париж — Дакар».



ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ЗАВОДОВ СТРАНЫ ОТМЕЧАЕТ В ЭТОМ ГОДУ ЮБИЛЕЙ. РОВНО 50 ЛЕТ НАЗАД В ТОЛЬЯТТИ НАЧАЛОСЬ СТРОИТЕЛЬСТВО НОВОГО АВТОМОБИЛЬНОГО ЗАВОДА. ЗА ЭТО ВРЕМЯ В ИСТОРИИ АВТОВАЗА ПРОИЗОШЛО МНОЖЕСТВО ИНТЕРЕСНЫХ И ЯРКИХ СОБЫТИЙ!



- **VAZ-2108**

Началось серийное производство первого отечественного переднеприводного автомобиля VAZ-2108.



1982

1984

1986

- **15 000 000 АВТОМОБИЛЕЙ**

Выпущен 15-миллионный автомобиль.

1993

1995

- **ЦЕНТРЫ ДЛЯ ВЕТЕРАНОВ**

Организованы центры общения для ветеранов-«вазовцев». Ежедневно их посещают 60 человек, которые приходят сюда, чтобы пообщаться, посмотреть фильмы или взять книгу из библиотеки. Кроме того, в этом же году открыли исследовательский комплекс, где появилась крупнейшая в России аэродинамическая труба.

1998



- **РЕКОРД СКОРОСТИ**

Международная автомобильная федерация омологировала Lada-2105, построенную на Вильнюсской фабрике транспортных средств, для участия в ралли в группе В. Это первый серийный отечественный автомобиль, способный развить скорость 190 км/ч.

- **РАЛЛИЙНАЯ «ЛАДА ЭВА»**

В Вильнюсе разработали раллийный автомобиль на базе VAZ-2108 — «Лада Эва». От серийного автомобиля оставили только двери и оптику — конструкция кузова была полностью переработана. Мощность этой спортивной машины составила 300 л.с.



- **VAZ-2110**

Началось производство VAZ-2110. В скором времени вслед за седаном на рынок поступили хэтчбеки VAZ-2112 и универсалы VAZ-2111.



ЗА 50 ЛЕТ СВОЕГО СУЩЕСТВОВАНИЯ АВТОВАЗ ПРОШЕЛ НЕЗАБЫВАЕМЫЙ ПУТЬ. ЗА ЭТО ВРЕМЯ НА ЗАВОДЕ БЫЛИ СКОНСТРУИРОВАНЫ И ВЫПУЩЕНЫ ДЕСЯТКИ МОДЕЛЕЙ, КОТОРЫЕ СТАЛИ ЗНАКОВЫМИ ДЛЯ ИСТОРИИ ВСЕЙ СТРАНЫ.

- **ТЕХНИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ**

Принято решение об открытии Технического музея (ныне Парковый комплекс истории техники им. К.Г. Сахарова).



- **LADA KALINA**

С конвейера сошла первая Lada Kalina. Автомобиль выпускался с кузовом седан, хэтчбэк и универсал.



- **АЛЬЯНС**

Подписано соглашение с альянсом Renault Nissan.

2000

- **LADA REVOLUTION**

На выставке в Париже представлен концептуальный гоночный родстер Lada Revolution. Первую партию из 21 автомобиля выпустили уже через год. Вес машины составлял всего 650 кг. Lada Revolution получила атмосферный мотор мощностью 215 л.с.



2003

2004

- **38 МЛН ДОЛЛАРОВ ЗА LADA**

По оценке организаторов исследования «Наиболее ценные бренды России», стоимость бренда Lada составила 38 млн долларов США. А американский журнал Global Finance назвал АвтоВАЗ лучшей российской автомобильной компанией.



2005

2009

- **LADA GRANTA**

Стартовало производство Lada Granta. Название новой модели было выбрано по итогам конкурса «Народному автомобилю — народное название».



- **АВТОВАЗ И «ИЖАВТО»**

АвтоВАЗ приобрел завод «ИжАвто» в рамках проекта по увеличению производственных площадей.

2011



- **LADA LARGUS**

Создано совместное предприятие с альянсом Renault Nissan. С конвейера сошел первый совместный продукт — лицензионный Largus.

- **МОНОКУБОК**

Создан российский монокубок среди кузовных автомобилей Lada Granta.

## В ИЮЛЕ 2016 ГОДА ГЛАВНЫЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД СТРАНЫ ОТМЕЧАЕТ СВОЕ 50-ЛЕТИЕ

К своему юбилею АвтоВАЗ выпустил ограниченные версии двух моделей — Lada Vesta и Lada XRAY. Автомобили из лимитированной серии получили интерьер, выполненный в красно-черной гамме, новые колесные диски и специальные логотипы. Всего будет произведена тысяча таких машин и каждый покупатель получит диплом, подтверждающий, что автомобиль выпущен ограниченным тиражом.

2015

2012

2016

- **LADA VESTA**

Стартовало производство Lada Vesta.

- **LADA XRAY**

Началось производство Lada XRAY. Над концептом работала команда шеф-дизайнера Стива Маттина.



- **ПОДАРОК БОКСЕРУ**

Lada Vesta подарили американскому боксеру Флойду Мейвезеру перед началом мастер-класса в Москве, который вошел в Книгу рекордов Гиннеса как самая масштабная тренировка.

### LADA VESTA

Отличительная черта комплектации «50 Anniversary» — красный цвет кузова дополнен черными элементами. В контрастный цвет окрашены зеркала, крыша и стойки дверей. Кроме того, автомобиль получил новые черно-серебристые колесные диски, интерьер же украшен яркими декоративными вставками.

### LADA XRAY

Юбилейная версия этой модели также получила двухцветную окраску кузова и салона. На крышке багажника, на руле и приборной панели красуются шильдики, говорящие о принадлежности автомобиля к лимитированной серии. На спинки кресел и напольные коврики нанесена юбилейная символика.


**АВТОВАЗ**

# Индустрия развлечений

Текст: Алексей Яблоков

**\$18 429 613**

составил общий призовой фонд чемпионата в 2015 году

**\$6 634 661**

получил победитель чемпионата 2015 года, американская команда Evil Geniuses (EG). Ее капитан, 24-летний Питер «ррд» Дагер, заработал на игре в Dota 2 больше всех в мире — \$2 178 941 на четырех турнирах

**4 600 000**

человек одновременно наблюдали в онлайн за схваткой Evil Geniuses с китайской CDEC Gaming в финале чемпионата 2015 года

Международный чемпионат по игре Dota 2 («The International»), Key Arena, Сиэтл, США

**10 минут**

ушло на продажу билетов на «Ки-Арену», вмещающую 17 тыс. зрителей

Шоу-бизнес в растерянности: новые развлечения опровергают старую логику бизнеса. Videоблогер, говорящий о достоинствах новых трусов, собирает миллионы просмотров и миллионы рублей. Зрители предпочитают телевидению подкасты, блоги, стрим-каналы, а киберспорт выходит на большие арены. Даже кино можно снять не на «Мосфильме», а в собственном дворе. РБК попытался охватить взглядом картину индустрии развлечений и понять, что происходит с новыми и старыми зрелищами



**\$3 500 000 000**

составили в 2015 году продажи компьютерных игр через Steam, сервис цифрового распространения игр и программ, принадлежащий Valve

**\$238 000 000,**

по оценкам аналитиков SuperData Research, составила в 2015 году выручка от продаж Dota 2, которую получила компания Valve, организатор турнира

# Гедонизм по-русски Впечатления вместо еды

Российские потребители готовились сделать развлечения главной статьёй экономии. Но вместо этого урезали траты на продукты питания

Текст: **Анфиса Воронина**

Прошлой весной россияне готовились из-за кризиса экономить на эмоциях и новых впечатлениях: 37% говорили о планах урезать расходы на развлечения. Эта категория расходов была главной статьёй запланированной экономии, немного опережая путешествия. Пища материальная для россиян выглядела намного важнее: сокращать затраты на еду рассчитывали только 15%. На деле же еда оказалась для потребителей гораздо более значимой статьёй экономии: на ней экономят 43%. А на путешествия и развлечения сократил расходы только каждый пятый. Даже на рестораны урезание трат оказалось намного меньше заявленного: только 8% против «обещанных» 21% (все данные — «Ромир», всероссийский опрос 1500 человек проводился в марте 2015 и 2016 годов).

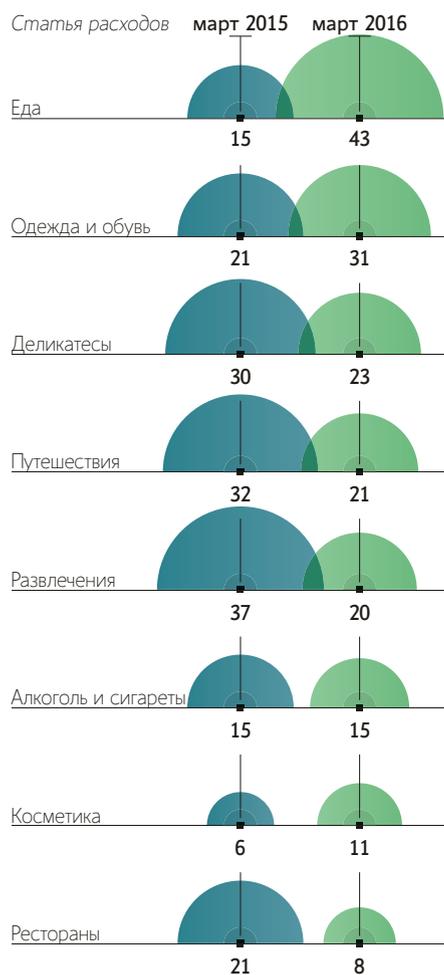
Раз развлечения для российских потребителей важны, несмотря ни на что, — значит, есть те, кому удастся на этом заработать.

РБК выбрал троих героев, которые придумали новые возможности потратить время и деньги для представителей среднего класса. Бизнесмен Дмитрий Анисимов не нашел организатора для новогоднего корпоратива — и организовал его сам. Из этого родился его новый бизнес — вечеринки, где учиться рисовать можно за бокалом вина. Продюсер Федор Елютин увидел на заграничном театральном фестивале авангардную пьесу и решил привезти ее в Москву — так родился Remote Moscow, а теперь и второй театральный проект бизнесмена — «Твоя игра». Наконец, Валерий Балакоев — партнером построил крупнейший крытый стрелковый комплекс в мире — «из любви к этому виду спорта», но все же с надеждой заработать. Инвестиции еще не окупались, но проект уже рентабелен.

## На чем сэкономить

2015–2016 | доля опрошенных, %

- Собирались экономить
- Экономили в течение года



\* Данные всероссийского опроса 1500 человек, проводился в марте 2015 и 2016 годов

Источник: «Ромир»



**RENAULT**  
Passion for life

# Renault KAPTUR

Время сделать выбор



# Талант не пропьешь Painty зарабатывает на арт-вечеринках

Дмитрий Анисимов придумал совместить рисование и походы в бар, не сумев найти организатора для корпоратива. Мероприятия Painty приносят ему 3 млн руб. выручки в месяц

Текст: Татьяна Одинцова

## 100

вечеринок провела Painty в 2015 году, в 2016 году уже прошло больше 160 мероприятий

## 3

млн руб. составила выручка проекта в июне 2016 года

## 40

тыс. руб. в месяц — зарплата ведущего, всего их шесть человек

## 500

тыс. руб. компания тратит каждый месяц на расходные материалы (краски, кисти, холсты) примерно на 1500 человек

Восемь часов вечера, Red Café на Садовой-Кудринской улице в Москве. Около 20 молодых людей, в основном девушек, в ярких фартуках рисуют на мольбертах картину под названием «Осень. Хорошо»: дерево с облетающими листьями на фоне из зеркально нанесенных полосок желтого, розового и фиолетового цветов. В конце мероприятия — фотосъемка и танцы с картинами: нужно, чтобы краска подсохла. Посетители — типичные офисные работники. **Только за июнь 2016 года такие вечеринки принесли петербургскому предпринимателю Дмитрию Анисимову около 3 млн руб. выручки.**

Выпускник факультета информационных и управляющих систем Балтийского университета Дмитрий Анисимов работал в Альфа-банке и Biglion, был эксклюзивным дистрибутором зонтов фирмы Blunt. Пытался развивать онлайн-агрегатор клининговых услуг GetTidy, но бизнес балансировал на грани рентабельности. Перед новым, 2015 годом Анисимов решил, что на корпоративе предложит каждому сотруднику написать картину. Но найти подходящие краски, мольберты и ведущего он тогда не смог. Офис GetTidy находится в Kokon Space — творческом кластере, где часто проходят разные мастер-классы, иногда люди рисуют с преподавателями. Анисимов решил, что арт-вечеринки, если их правильно организовать, могли бы быть востребованы.

На подготовку и запуск нового проекта ушло полгода и 1 млн руб., заработанный на продаже зонтов. Краска с нужными свойствами (должна легко смываться с любых поверхностей) нашлась только в США, где Анисимов ее заказывает до сих пор. Складываемые настольные мольберты, ткань для фартуков и покрытия столов, холсты на деревянных подрамниках покупают в Китае. **Бизнесмен**

**сразу решил, что его вечеринки — это не мастер-классы, поэтому в качестве ведущих нужны были не просто художники-педагоги, а аниматоры с художественным образованием.** Их Анисимов искал в соцсетях. После 50 собеседований выбрали двух художниц-ведущих. Для них предприниматель написал подробный сценарий-скрипт: что говорить, когда шутить.

Первая вечеринка Painty состоялась 7 августа 2015 года в Kokon Space. Она была бесплатной — позвали 30 друзей, коллег, блогеров, лидеров мнений. Вторая, уже платная, прошла в баре «Монополь». «Организаторы провели у нас две вечеринки. <...> Гости на мероприятии — интересные, молодые, красивые, платежеспособные, заинтересованные в винной культуре люди — в общем, аудитория наша. Не могу сказать, что заказы были многочисленными — в пределах 10 тыс. руб., но происходило все это не в рейтинговое время», — говорит Филипп Сотничук, директор по связям с общественностью «Ладога Дистрибьюшен» (управляет сетью маркет-баров и ресторанов «Монополь»). Бизнес-модель Painty простая: кафе предоставляет помещение и зарабатывает на выпивке, а Painty — на билетах (2 тыс. руб. — в Санкт-Петербурге, 2,5 тыс. руб. — в Москве, в цену входит все для рисования и готовая картина). Вскоре Анисимову удалось договориться об организации вечеринок с заведениями Ginza Project, рестораном «Невесомость» и др.

Первое время спрос был низким, но наступил декабрь — время корпоративов. Painty провела их для сотрудников Сбербанка, компаний EY, Vileda и Active Group Realty. «Все сотрудники радовались, словно дети, а у меня до сих пор картина, которую я тогда нарисовал, висит в офисе», — говорит гендиректор Active Group Realty Яков Волков.



«У нас люди кричат, танцуют, проходят конкурсы, мы не про то, как «научить человека рисовать», мы — об эмоциях», — говорит Дмитрий Анисимов о проекте Painty

ФОТО: ВЛАДИСЛАВ ШТИГЛО ДЛЯ РБК

Сегодня такие мероприятия приносят компании 20–30% оборота.

«Уже лет семь в различных клубах, кафе и антикафе устраиваются вечеринки в формате «своими руками». Например, в Москве проходили проекты «Читаем стихи и едим», «Вяжем за чашкой кофе», «Глина, керамика, салат», «Общий борщ», «Коктейли и красноречие» и куча подобных. Кому-то удается закрепиться на рынке, кто-то быстро уходит, — говорит владелец event-холдинга «КнязевЪ» Сергей Князев. — **Перспективен ли проект**

**Painty?** Все зависит от личности художника. Если он харизматичен, умеет общаться с аудиторией и организовать процесс увлекательно, люди будут ходить и рисовать».

Сейчас в базе у Painty более 100 картин. Клиенты стартапа отдают предпочтение современным пейзажам и изображениям животных. Названия картин Анисимов придумывает сам: «Первую картину я назвал «Осень. Хорошо». Никто не понимает, почему она так называется, но у меня была идея, что ты выпил и тебе так: «Осень! Хорошо». ■

# Театр для одного

## Remote Moscow и «Твоя игра» зарабатывают на зрителях, которые становятся актерами

Федор Елютин заставил москвичей во время спектакля ходить по городу. Новый проект, где зрители заходят в лабиринт в темной комнате, он рассчитывает привезти и в другие крупные города

Текст: **Валерия Житкова**



Отводя зрителю главную роль, спектакли продюсера Федора Елютина Remote Moscow и «Твоя игра» расширяют границы классического театра

ФОТО: АЛЕНА КОНДЮРИНА, ДЛЯ РБК

Театральные проекты Remote Moscow и «Твоя игра» основаны на тайне: зритель превращается в главного актера, но никогда не знает, какую роль ему придется сыграть. Первый сезон Remote Moscow уже принес его основателю Федору Елютину около 24 млн руб. выручки, а запустившаяся в конце июня «Твоя игра» обещает выручить 7,5 млн руб. за два месяца работы в столице.

Remote Moscow — это спектакль-путешествие по Москве для группы из 50 человек. Он начинается на Миусском кладбище, а завершается на крыше ЦУМа. Сценарий театральной постановки звучит в наушниках каждого участника. Все игроки слышат одни и те же команды: например, в метро изобразить балетное па, а на баскетбольной площадке — забить мяч в кольцо.

Remote родом из Германии — формат придумали режиссеры немецкого документального театра Rimini Protokoll Штефан Кэги, Хельгард Хауг и Даниэль Ветцель. В Москву проект привез Федор Елютин — выпускник РАНХиГС и Школы театрального лидера при Центре им. Вс. Мейерхольда. Идею Remote он подсмотрел на фестивале в Авиньоне.

К моменту запуска Remote Moscow проект уже работал в 17 городах Европы и в Санкт-Петербурге (тоже по лицензии). **Бюджет на запуск московского Remote составил \$100 тыс., большая часть из которых ушла на оплату лицензии, гонораров и перелета немецкой команды, занимающейся адаптацией спектакля для российской столицы.** Деньги на старт Елютин получил в виде грантов от швейцарского совета по культуре «Про Гельвеция», Гете-института и департамента культуры Москвы (в рамках проекта «Открытая сцена»).

Первая экскурсия Remote Moscow состоялась 30 мая 2015 года, участниками стали около 50 друзей Елютина. Рекламы проекту, по его словам, не потребовалось. «Любимое, они рассказывали друзьям, делились фото в «Инстаграме», волна поднялась сама собой и до сих пор обеспечивает нас полными группами на каждый сеанс», — говорит Елютин. Платную рекламу организаторы размещают только в соцсетях: именно там обитает их целевая аудитория — интеллектуальная молодежь и молодые семьи с детьми.

Сейчас экскурсии проводятся шесть дней в неделю по шесть сеансов на английском и русском

языках за день. Билет стоит от 1 до 1,6 тыс. руб. Кроме частных сеансов Елютин проводит корпоративные экскурсии (за прошлый год — около 20), стоимость которых доходит до 200 тыс. руб. Среди корпоративных клиентов Remote — Сбербанк, ЦУМ и «Михайлов и Партнеры». По расчетам РБК, за 2015 год Remote Moscow мог выручить 24 млн руб.

В штате проекта — около 15 человек: продюсеры, администраторы, гиды. Основную часть расходов составляют зарплатный фонд, аренда небольшого (20 кв. м) офиса в Китай-городе и реклама в соцсетях.

**Московская версия Remote стала самой популярной за всю историю проекта: за сезон-2015 сыграно 200 спектаклей, летом 2016 года пройдет еще 400. Сценарий спектакля всегда одинаков, и стать участником Remote можно, по сути, только один раз.** Поэтому век проекта недолог, считает эксперт в области новых театральных форм Ирина Мурзак. Поэтому в следующем году Елютин планирует отыграть последний сезон Remote и переключиться на новые проекты.

В июне он запустил новый спектакль «Твоя игра»: участник заходит в темную комнату в универсаме «Цветной» и становится единственным зрителем и главным героем спектакля. В отличие от Remote в «Твоей игре» задействованы профессиональные актеры. За красной кулисой «Твоей игры» скрывается своеобразный лабиринт, в котором, не пересекаясь друг с другом, могут находиться несколько участников. За час через кулисы могут пройти пять–шесть человек (для каждого сеанс длится 30 минут). Цена участия — 1,5 тыс. руб.

Новый проект тоже работает по лицензии. Впервые со спектаклем для одного человека Game of You бельгийской команды Ontroerend Goed Елютин столкнулся на фестивале в Эдинбурге. «Когда я вышел из зала, был так впечатлен, что решил непременно привезти эту штуку в Москву», — вспоминает Елютин. На старт предприниматель потратил около \$100 тыс. средств, полученных от работы Remote Moscow.

Первый сеанс «Твоей игры» состоялся в «Цветном» 25 июня. Большая часть тех, кто купит билет на новый спектакль, уже знакомы с Remote, предполагают основатели. «Мы изначально ориентировались на уже привлеченную аудиторию. Многие участники Remote хотели продолжения и спрашивали нас, что дальше», — рассказывает Евгения Петровская. «Твоя игра» тоже работает шесть дней в неделю. **Елютин планирует провести 5 тыс. спектаклей в Москве и начать гастрольный тур по стране.** Пока в планах привезти спектакль в Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар и Ростов-на-Дону. ■

## ₽24

млн — выручка Remote Moscow за 2015 год

## ₽45

млн планирует выручить проект за 2016 год

## ₽5

млн вложено в запуск Remote Moscow

## ₽7

млн составили стартовые инвестиции в проект «Твоя игра»

## 50

человек — численность экскурсионной группы Remote

## ₽1,1–1,6

тыс. — стоимость сеанса Remote Moscow

## ₽1,5

тыс. — цена получасового представления «Твоя игра»

# Дикий Запад в Подмоскovie

## «Объект» зарабатывает на стрельбе из 40 видов оружия

Пять лет назад бизнесмен Валерий Баликоев построил в Подмоскovie самый большой крытый стрелковый комплекс в мире, где помогает жителям столицы почувствовать себя Джеймсом Бондом или героями американских вестернов

Текст: Сирануш Шароян

В практической стрельбе есть классификационное упражнение El Presidente: стрелок стоит спиной к трем мишеням на расстоянии 10 м, по сигналу поворачивается, выхватывает из кобуры пистолет и поражает каждую мишень двумя выстрелами. После этого перезаряжает оружие и снова посылает в мишени по две пули. У опытных стрелков на все это уходит меньше четырех секунд.

12

тыс. кв. м — площадь комплекса

3,5

тыс. кв. м — стрелковая зона

75

тыс. посетителей прошло через тир за пять лет работы

40

видов огнестрельного оружия есть в тире

Практическая стрельба пришла в Россию из США, где ее изначально использовали для подготовки бойцов спецподразделений к применению оружия в реальной жизни. «Если вы занимаетесь стендовой стрельбой, вы просто стоите, спокойно целитесь. В жизни так не бывает», — рассказывает гендиректор «Объекта» Андрей Николаев. Упражнения в практической стрельбе изображают бой в помещении, на улице, в транспорте. «Вы бегаєте с оружием, мишени то появляются, то исчезают, вы приседаете, ложитесь, ползаете, прыгаете. Это настоящая мальчишеская игра, только в руках — настоящее оружие», — продолжает Николаев. «Разница с обычной стрельбой как между двухмерным и трехмерным миром», — уверен Баликоев.

В 2011 году он с партнером Виталием Малининым купил землю на МКАД и построил крупнейший в мире крытый стрелковый комплекс «Объект». «Это был такой стартап, который

создавался с надеждой, что из этого может получиться приносящий прибыль бизнес, но больше из любви к этому виду спорта, — рассказывает Николаев. — Наверняка можно было найти более выгодные бизнесы, которые можно построить на такой территории — овощехранилище или автосалон, но цель была другая».

Основателям пришлось потратиться на строительство галереи, которая была спроектирована специально для занятий практической стрельбой и потребовала разработки «массы технических решений», и на подготовку инструкторов, которых в России просто не было. «Сейчас комплекс рентабелен», — уверяет Николаев, но раскрывать финансовые показатели отказывается. Инвестиции в проект пока не окупились, признает он.

Николаеву нравится рассказывать, как взрослые, серьезные, успешные москвичи, приезжающие в комплекс, сразу превращаются в «недоигравших в детстве мальчишек». Большинство клиентов приходит не просто чтобы научиться стрелять, а именно с целью развлечься, уверен он.

«Есть фильмы о Джеймсе Бонде, о Диком Западе с Клинтом Иствудом, есть «Перевозчик» с Джейсоном Стэйтемом, есть фильмы о колумбийских наркобаронах, мы все их смотрели и хотели



В стрелковом комплексе Валерия Баликоева серьезные взрослые мужчины превращаются в «недоигравших в детстве мальчишек», которым хочется на время стать героями боев

ФОТО: ВЛАДИСЛАВ ШАТИЛО ДЛЯ РБК

почувствовать себя в роли этих героев», — рассказывает Николаев. По его словам, нигде в России, кроме этого клуба, нельзя пострелять из оружия, которое есть в «Объекте». В арсенале комплекса — около 40 видов огнестрельного оружия: швейцарские Sphinx, австрийские Glock 34, итальянские Beretta и др.

**Клиенты комплекса — в основном мужчины от 25 до 45 лет, среди них много бизнесменов, банкиров, есть федеральные министры и даже участники списка Forbes, отмечает Николаев.**

«Стрельба — удовольствие недешевое, для среднего класса и выше: час занятия в комплексе стоит около 5 тыс. руб. Танцами заниматься дешевле, но в сезон — с сентября до апреля — к нам надо записываться за пять дней, все время с 8 утра до часа ночи залы заполнены», — рассказывает он. В «Объекте» все они становятся мальчишками, участвуют в соревнованиях, наряжаются в какие-то пончо. Женщин-стрелков пока немного — около 10–15% от всех посетителей. «Это такие прекрасные Лары Крофт, приезжают к нам на спортивных байках», — говорит гендиректор «Объекта». ■

# Альфа-фестиваль 500 млн руб. на музыку и гаджеты

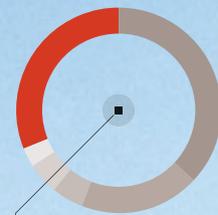
Как крупнейший частный банк создал самый дорогой в России фестиваль электронной музыки Alfa Future People и за счет чего рассчитывает его окупить

Текст: Анастасия Якорева, Анфиса Воронина

Сцена фестиваля Alfa Future People в 2015 году была самой высокой в РФ: ее высота около 28 м. Она почти в 1,5 раза выше сцены на Дне России на Красной площади

## Откуда приезжают на AFP

2015 | доля зрителей, %



- 37 Москва
- 19 Нижний Новгород
- 5 Санкт-Петербург
- 5 Казань
- 3 Уфа
- 31 Другие

Источник: данные организаторов



ФОТО: ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ ALPHA FUTURE PEOPLE

## Крупнейшие мировые фестивали электронной музыки

2015 | тыс. человек

Sunburn Гоа, Индия	350
Tomorrowland Бум, Бельгия	180
Ultra Music Майами, США	165
Sónar Барселона, Испания	119
Electric Daisy Carnival Лас-Вегас, США	100

Источник: данные организаторов, данные СМИ

В поле на берегу Волги — белая голова робота-андроида высотой с восьмиэтажный дом с красной буквой «А» на макушке. Челюсть андроида опускается вниз, внутри оказывается «диджейка» — диджейский пульт и сам диджей. Внизу двигается в ритм бита огромная толпа с восторженными лицами, в которой есть, например, люди в костюмах роботов и мышей. Так в прошлом году выглядела главная сцена фестиваля электронной музыки Alfa Future People (AFP), который с 2014 года организует Альфа-банк.

**AFP — самый дорогой музыкальный фестиваль в России, и конкуренты называют его бюджет «космическим». Дорого здесь все: и артисты из топ-10 мировых хит-парадов, и декорации, каких не строит больше ни один российский фестиваль, и инфраструктура. Ежегодный бюджет AFP, на котором в этом году ждут 50 тыс. человек, — почти 500 млн руб., а у почти 180-тысячного «Нашествия», по оценкам конкурентов, — около 150 млн руб., то есть на одного зрителя AFP тратит почти в 10 раз больше денег — около 10 тыс. руб. против примерно 1 тыс. руб. на «Нашествии». Зачем крупнейший частный российский банк щедро инвестирует в электронную музыку?**

## Техно вместо симфоний

В 1994 году Альфа-банк решил строить свой маркетинг на концертах знаменитых музыкантов — Рэя Чарльза, Пола Маккартни, Стинга. «Мы были банком московского масштаба, тратили на это десятки, сотни тысяч (долларов. — РБК), а получали огромный интерес, все просили билеты», — говорит РБК совладелец «Альфа-Групп» миллиардер Михаил Фридман.

Фридман и был автором этой идеи, вспоминает Александр Гафин, бывший начальник отдела маркетинга и рекламы и член совета директоров Альфа-банка. «Он очень увлекается музыкой, хорошо знает многие жанры и сам прекрасно играет на фортепиано», — говорит Гафин.

В начале 1990-х Россия, вспоминает Гафин, для западных артистов была темным пятном и поездка сюда «была равносильна поездке в воюющий Афганистан». «Многие наши клиенты знали западных звезд по записям и пластинкам, но вживую никогда их не видели», — говорит он.

Первым Альфа-банк привез Рэя Чарльза в 1994 году, через год — Элтона Джона. Концерт был двухдневным, и музыкант улетал ночевать в Париж, потому что боялся ночевать в Москве, вспоминает Гафин. Потом каждый год Альфа-банк привозил все новых звезд — Тину Тернер, Робби Уильямса, Aerosmith. «Мы всегда на этот деньги теряли, но мы считали, что это несопоставимые расходы по сравнению с тем эффектом, который мы получали», — отмечает Фридман.

В основном концертный маркетинг был нацелен на крупных VIP-клиентов и корпоративный бизнес. «Люди не были так избалованы, как сейчас. К нам обращались за помощью достать билеты на эти концерты люди совершенно из разных слоев общества: крупные чиновники, депутаты. Это давало возможность знакомиться с потенциальными клиентами и партнерами», — объясняет Гафин.

Практически каждый год банк устраивал по одному концерту. «Концепция была в том, чтобы привозить звезд, которые ни разу не были в России. Из таких к 2011 году остались только Radiohead и Lady Gaga», — говорит сменивший Гафина Виктор Шкипин (сейчас перешел в «ВымпелКом» на должность директора по развитию финансовых продуктов, но остается директором AFP). В 2011-м на свое 20-летие Альфа-банк «выкрутился» и провел световое 4D-шоу на Воробьевых горах, куда пришло 800 тыс. человек (мероприятие совпало с Днем города). Зарубежных звезд на шоу не было: из музыкантов ограничили Валерием Сюткиным и «Би-2».

В 2012-м Альфа-банк концертов не устраивал. В банке давно понимали, что из-за прихода новых конкурентов теряют в работе с розничными клиентами молодежную аудиторию и регионы, и отдел маркетинга искал новые идеи для продвижения. Фридман предложил провести фестиваль электронной музыки.

**«Идея у меня родилась, потому что мне дочка рассказала про фестиваль Tomorrowland, — вспоминает Фридман. — Я сам уже вышел из этого возраста, когда увлекаются электронной музыкой, но тем не менее слышал, конечно, про Ибицу».**

Tomorrowland, о котором Фридману рассказала его 16-летняя дочь, — это один из крупнейших электронных музыкальных фестивалей в мире. Обычно он проходит в окрестностях Антверпена в Бельгии. В прошлом году юбилейный, десятый фестиваль собрал больше 300 тыс. человек.

Шкипин уже организовывал 4D-шоу и концерт U2 в «Лужниках» и всегда был неравнодушен к электронике, поэтому идея ему понравилась и он взялся за реализацию. При этом Фридман

не ставил четких бизнес-задач, которых нужно достичь за счет фестиваля. «Установки конкретно зарабатывать деньги я не давал, — вспоминает он. — Я сказал: «Вы посчитайте, это вообще приемлемо для вас?» Они считали-считали, а потом говорят: «Мы готовы рискнуть». Ну давайте рискуйте».

Гафин, ушедший из Альфа-банка, к идее до сих пор относится скептически: он считает, что «большие деньги любят симфоническую музыку». Шкипин горячо возражает: «Это те люди, которые через пару-тройку лет будут активно брать кредиты, автокредиты и ипотеку, а те, кто слушает классическую музыку, — либо без денег, либо уже клиенты private banking».

## Пастух, \$300 и диджеи из топ-5

До того как Альфа-банк решил заняться электронной музыкой, самым масштабным электронным фестивалем на постсоветском пространстве был «Республика KaZантип», говорит диджей и продюсер Владимир Фонарев. Кроме «KaZантипа» существовали нишевые фестивали: например, Outline, ориентированный в основном на одно электронное направление — техно (в этом году отменен), мероприятия «Радио Record» (фестиваль-концерт «Пиратская станция», франшиза Sensation White и др.) и мероприятия, организованные Global Clubbing (Fruit Vibrations, Adventure The Music). Каждое из них собирало не больше одного-двух десятков тысяч человек.

**AFP по задумке организаторов должен был стать федеральным фестивалем, поэтому было решено проводить его за пределами Москвы.** Место искал тогдашний генеральный подрядчик фестиваля — компания Zerpelin и ее генеральный директор Дмитрий Ашман.

Поиски привели его на заброшенный аэродром на берегу Волги в Большом Козино Нижегородской области. «Нам нужна была точка, куда можно было бы добираться из всех городов, — рассказывает Ашман. — Нижний Новгород отлично подходил». Роль сыграло и то, что Ашман был давно знаком с вице-губернатором Нижегородской области Дмитрием Сватковским. Он от разговора с РБК отказался, но через пресс-службу передал, что «быстро нашел общий язык с Михаилом Фридманом».

Площадку под фестиваль готовили с нуля. «Наша первая инвестиция составляла \$300 — столько мы заплатили пастуху, чтобы он на месяц перегнал стадо на другую сторону поля, — вспоминает Шкипин. — Нам пришлось привезти 2 тыс. грузовиков со щебенкой, чтобы засыпать парковку. После этого часть щебенки растаскали местные жители. «Билайн» уложил оптоволоконный

кабель от Нижнего Новгорода — его перерубили экскаватором прямо во время фестиваля, так что все приходилось делать со скидкой на российские реалии».

**В лайнапе (списке выступающих первого фестиваля) было 19 артистов, пять из них, в том числе Skrillex, Avicii и Arty, были из топ-10 мирового рейтинга диджеев 2014 года по версии DjMag.**

В «Альфа-кемпинг» организаторы поставили несколько тысяч брендированных палаток Альфа-банка, в которых уже лежали спальник, пенка, бутылка воды и презервативы с символикой AFP. «Так не заморачивается ни один фестиваль», — гордится Шкипин.

В качестве промо команда фестиваля раздала бесплатно 1,5 тыс. билетов тогдашним выпускникам нижегородских вузов, устраивали розыгрыши билетов на «Европе плюс». В итоге получили то количество зрителей, на которое рассчитывали, — около 30 тыс. человек. Билеты в тот год стоили в среднем 2,5 тыс. руб.

В 2015 году фестиваль начал поднимать цены на билеты: 2,5 тыс. руб. они уже стоили только на самом старте продаж, а ближе к фестивалю цена доходила до 5 тыс. руб. Кроме этого фестиваль начал расширяться — вместо двух сцен было устроено пять (для сравнения, на Tomorrowland их в среднем 14), а музыкантов было уже более 100.

Хотя билеты и подорожали, на второй фестиваль приехало уже 40 тыс. человек, а сцена стала самой большой в стране. «Даже декорации для Дня России на Красной площади, которые мы делали, были меньше — 20 м», — говорит основатель компании-подрядчика AFP по декорациям, D-Construction, Павел Шлямин. После AFP 2015 года D-Construction пригласили делать декорации для крупнейшего зарубежного фестиваля (см. инфографику на с. 34) — Electric Daisy Carnival в Лас-Вегасе.

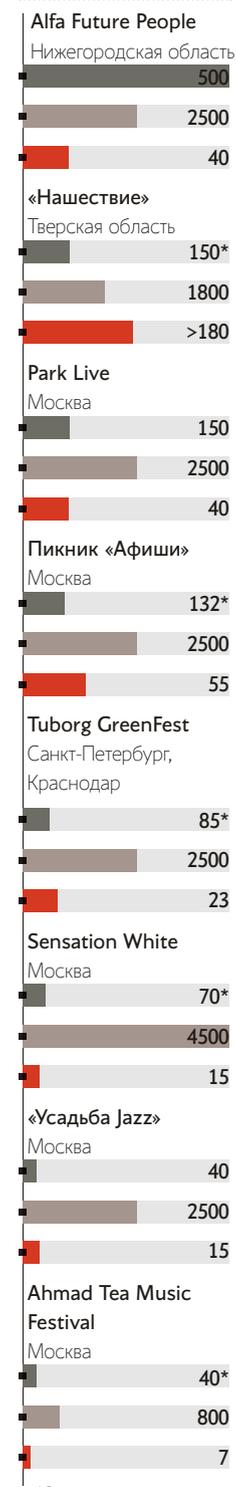
Из-за скачка курса доллара в 2015-м организаторам AFP пришлось быть скромнее в приглашении звезд: из первой десятки DjMag того же года не было никого, из топ-100 выступали Deadmau5 (25-е место), Steve Angello (31-е место), Snake (32-е место) и Paul van Dyk (41-е место). Но в подешевлении рубля нашлись и плюсы: на фестиваль поехали не только россияне, которые раньше ездили на электронные фестивали в Европу, но и иностранцы. Впрочем, доля покупок билетов из-за рубежа пока не превышает 5%, признает Шкипин.

Отчасти, чтобы не упустить этот шанс, в этом году команда фестиваля не стала экономить на артистах. **В 2016 году AFP пройдет одновре-**

Продолжение →

## Самые дорогие российские фестивали в 2015 году

- Бюджет, млн руб.
- Минимальная стоимость билета, руб.
- Число зрителей, тыс. человек



\*Оценка участников рынка  
Источник: данные организаторов

Продолжение →

**менно с Tomorrowland и частично повторит зарубежного конкурента в хедлайнерах: и там, и там будет выступать Axwell Ingrosso, Армин ван Бюрен, Dimitri Vegas & Like Mike и Martin Garrix.** «Билет на Tomorrowland в 2016 году стоит €270, — говорит Дмитрий Невелич, который едет на AFP уже второй раз. — Если ехать на AFP из Москвы, потратишь €150–200 со всеми издержками, при том что лайнап вполне сопоставимый».

ФОТО: ОЛЕГ ЯКОВЛЕВ ДЛЯ РБК



**Совладелец «Альфа-Групп» Михаил Фридман предложил создать Alfa Future People, узнав от дочери о фестивале Tomorrowland в Антверпене. Теперь он уверен, что из-за изменения структуры всего шоу-бизнеса фестивали танцевальной музыки как жанр перспективнее концертов мегазвезд. Звезд масштабов The Beatles, возможно, не будет уже никогда**

## Распознавание лиц, виртуальная реальность и диагностика рака

«Я где-то прочитал статью про фестиваль Burning Man, — говорит Фридман. — Там такая комбинация между фестивалем, всякими гаджетами, компьютерными делами, техникой. Мне показалось, что это интересно и для нас как для банка, потому что туда едет молодежь достаточно продвинутая, как правило уже не бедная, более или менее успешная».

**Как и хотел Фридман, AFP стремится стать крупной техновыставкой. Технозона на фестивале за два года выросла с одного до пяти шатров.** В этом году здесь покажут шлемы виртуальной реальности Oculus Rift, печку Biolite, которая позволяет преобразовать энергию горения дров в электрическую, российского робота Apy Walker, электроскутеры, технологии для «умного дома» и нейропилотирование тараканов-киборгов, которыми можно управлять при помощи мысли. Также на фестивале будет работать «распознавание лиц» — при помощи российского приложения FindFace зрители, давшие согласие на это, будут идентифицированы и получают свои фото с фестиваля.

Большинство гаджетов и устройств команда AFP закупает и привозит сама, рассказывает Анастасия Ярынич, ответственная за работу с технологическими партнерами: «Мы мониторим все последние конференции, выставки и Kickstarter, выбираем новинки. Примерно за месяц до фестиваля заказываем все, что нужно». Часть партнеров привозит свои разработки самостоятельно — в основном это касается российских компаний.

С партнерами у AFP бартерные отношения: «Мы им место в выставочном шатре, они нам — презентацию технологии», — поясняет Ярынич. Чем более интересна нам технология, тем больше мы готовы идти навстречу».

«Мы считаем, что участие в AFP должно привлечь новых посетителей на наш квест и заинтересовать представителей из других регионов в сотрудничестве», — делится наде-

ждами представитель компании — организатора квестов виртуальной реальности Fribrum Дарья Скворцова.

**Кроме технологий на AFP есть много видов спорта — от волейбола до американского футбола.** «Еще мы делаем большой шатер вместе с Центром профилактики рака, там идет обследование на серьезные заболевания — на онкологию, гепатит, СПИД и т.д. В обычном мире такой тест стоит около 1,5–2 тыс., а у нас его делают бесплатно», — рассказывает Шкипин. Это его личная инициатива: несколько лет назад из-за поздней постановки диагноза от рака умер его близкий родственник.

Технофестивалей в России пока меньше, чем музыкальных, но их популярность набирает обороты. В Москве, например, в формате техноярмарок уже проходят Geek Picnic и Фестиваль науки, в этом году на совместном фестивале «Радио Рекорд» и «ВКонтакте» в Санкт-Петербурге тоже будет зона инноваций.

Брендам фестивальное продвижение интересно, говорит представитель Lenovo в России и СНГ Марат Ракаев. Последние три года Lenovo устраивает свой музыкальный фестиваль Lenovo Fest в нескольких российских городах. «Городские ивенты с точки зрения эффективности для бренда — на втором месте после телевизора», — говорит он.

Окупить затраты на покупку и привоз гаджетов организаторы пытаются за счет того, что часть технологических развлечений (например, виртуальная реальность) платная (стоит от 100 до 400 руб.). Но Шкипин надеется, что технологии и спорт сделают вклад в общий имидж фестиваля, а тот уже привлечет спонсоров в целом на мероприятие.

«Мы сознательно примерно треть денег (около 160 млн руб. — РБК) тратим на дневные мероприятия. Изначально мы понимали, что не так сложно сделать что-то массовое, где люди сами собой занимаются и водку из багажника пьют, а можно действительно приморочиться. Это стоит дорого, но дает простое следствие: с тобой начинают работать более серьезные партнеры, которым интересна эта аудитория», — говорит Шкипин.

## Как отбить 500 млн руб.

**Организация AFP в первый год обошлась Альфа-банку примерно в \$10 млн. Потом сумма в долларах уменьшилась из-за скачка курса, в рублях оставшись примерно прежней — около 500 млн руб. (Шкипин настаивает, что каждый год эта сумма уменьшается).**

Окончание →



Директор AFP Виктор Шкипин рассчитывает, что в 2017-м фестиваль выйдет в ноль. А Фридман планирует сделать электронику отдельным бизнесом

Окончание →

«Четверть денег мы тратим на артистов, треть — на дневные мероприятия, 15–20 млн руб. — на рекламу, остальное — на инфраструктуру, охрану и логистику», — говорит Шкипин. Затраты на охрану периметра фестиваля он называет «огромной статьей расходов», не называя конкретной суммы. Обычно бюджет фестивалей делится иначе: треть — на артистов, треть — на инфраструктуру и треть — на рекламу. Но на рекламе Шкипин экономит: мало использует наружку, а интернет-рекламу закупает у агентств по контрактам Альфа-банка с большими скидками.

Фридман рассчитывает, что АФР выйдет на окупаемость в отличие от концертов, которыми банк занимался с середины 1990-х. **«Начинать такого рода мероприятие нужно только в том случае, если ты убежден, что это в худшем случае станет безубыточным»,** — говорит Фридман. — Если это глубоко убыточное [мероприятие], то пять лет ты его сделаешь, а на шестой год будет тяжелая ситуация: надо будет резать расходы, и первой жертвой падет фестиваль. А мы хотим делать что-то, что жило бы долго». Один из сотрудников Альфа-банка, попросивший об анонимности, улыбается: «Это не был бы наш акционер, если бы он не хотел это окупить».

Организаторы других музыкальных мероприятий в один голос говорят, что не знают, как «отбить» почти 500 млн руб. «По стандартной фестивальной модели этот проект окупить невозможно», — говорит Григорий Таран, коммерческий директор Global Clubbing. «Абсолютно нереально», — соглашается продюсер «Нашествия» Юрий Донцов.

Шкипин уверен, что АФР в 2017 году выйдет в ноль, то есть Альфа-банк вернет свои годовые затраты. Основных источников дохода у любого фестиваля два — продажа билетов и взносы спонсоров. Так же рассчитывает заработать и команда АФР, хотя обычно «брендированные» фестивали других спонсоров не привлекают.

**В прошлом году за счет других спонсоров и продажи билетов АФР выручил примерно 250 млн руб., покрыв половину затрат Альфа-банка, утверждает Шкипин. В этом году он рассчитывает покрыть расходы уже на 60–70%. По расчетам РБК, билеты в этом году должны принести примерно 200 млн руб.**

Спонсоры без учета Альфа-банка должны принести больше 100 млн руб., ожидает Шкипин. В списке спонсоров 2016 года, например, MasterCard, «Билайн», производитель жевательной резинки Mentos, часовой бренд Tag Heuer, вода Perrier, энергетический напиток Effect. В прошлом году спонсорский взнос составлял, по словам Шкипина, \$30–100 тыс. (2–7 млн руб.

по среднегодовому курсу). В этом году, по его словам, сумма выросла в разы. «Но величина взносов очень разная, — уточняет он. — Есть крупные спонсоры, которые дают по полмиллиона долларов, но если у кого-то есть миллион рублей, то мы не отказываемся и от этого».

MasterCard в качестве спонсорского взноса предоставляет фестивалю браслеты с функцией бесконтактной оплаты PayPass. Организатор одного из конкурирующих фестивалей считает, что в денежном эквиваленте такой взнос мог бы составить до €600 тыс. До этого MasterCard с музыкальными фестивалями в России не сотрудничал. «На других фестивалях все покупали за кэш, им это было неинтересно. Мы сразу объявили, что у нас территория без наличных», — рассказывает Шкипин. Представитель MasterCard называет сотрудничество с АФР «очень успешным». «Зрители — это активная молодежь, люди, которые во многом определяют будущее и ищут для себя новые возможности, и все они на практике могут опробовать современную платежную технологию», — объясняет он. Но «продуктовое» партнерство, как в случае с MasterCard, скорее исключение. Абсолютное большинство партнеров оплачивает свой взнос деньгами, утверждает Шкипин.

**Максимум зрителей, которых фестиваль может принять на нынешней площадке, — 75–80 тыс. человек. Выходит, потолок дохода от билетов при нынешних ценах — около 300 млн руб. Чтобы окупить расходы, спонсоры должны принести Шкипину около 200 млн руб., или почти \$3 млн. Конкуренты считают эту сумму нереальной.** «У нас поиском спонсоров занимаются 70 человек, и все равно гораздо большую часть денег фестиваль зарабатывает на билетах», — говорит Донцов.

Больше половины бюджета спонсоры приносят, например, «Пикнику «Афиши», но при этом фестиваль никогда не собирал больше \$1,5 млн с учетом пакета генерального спонсора и всех более мелких пакетов, говорит бывший программный директор «Пикника «Афиши» Юрий Сапрыкин. «Во-первых, мы не пикник городского масштаба, а федеральный рейв, а во-вторых, мы уже собираем больше \$1,5 млн», — парирует Шкипин.

## Эта музыка будет вечной

Если первый фестиваль Альфа-банк провел с помощью Zeppelin, то для второго Шкипин уже набрал собственную команду, которую банк выделил в отдельную «дочку» — ООО «АФП». В перспективе АФР может стать вполне самостоятельным бизнесом. «Я думаю, что можем создать какую-нибудь структуру и представители менеджмента смогут стать совладельцами этого



АФР пытается объединить музыку, технологии и спорт, чтобы привлечь молодую аудиторию. Это потенциальные клиенты, которые через пару-тройку лет будут брать в Альфа-банке автокредиты, кредиты на образование, ипотеку и пользоваться мобильным банком

проекта, — говорит Фридман. — Это скорее перспектива, четкого плана нет, но если менеджмент построит этот бизнес, да еще и прибыльный, то мы будем настроены на то, чтобы они за свою работу получали не только зарплату, но и часть прибыли».

Сейчас в ООО «АФП» работает около 20 человек. Среди них есть люди, которые отвечают за букирование артистов, поиск партнеров для зоны технологий и зоны спорта, кейтеринг и продажу билетов, три человека отвечают за работу со спонсорами и партнерами, есть ответственные за бытовые и технические райдеры артистов, застройку территории, кемпинг и парковку.

«АФР для меня — одно из самых запоминающихся событий с точки зрения организации, — говорит диджей Владимир Фонарев, выступавший на АФР в 2015 году. — Все функционировало как часы: в распоряжении артистов машина, они точно знают время выступления, пресс-конференций. Есть человек, который ведет артиста и решает все вопросы и по выступлению, и по логистике».

Продажи билетов организаторы АФР тоже взяли в свои руки: в этом году сделали свой собственный «движок» для продажи, чтобы не платить комиссию агентам (она может составлять около 10%, по оценке основателя Data Insight Бориса Овчинникова). В итоге через собственный сайт ООО «АФП» продало 90% билетов. По расчетам РБК, экономия могла составить около \$250 тыс.

Вокруг АФР Шкипин начал выстраивать и другие мероприятия. «С одним фестивалем мы пока в минусе, поэтому мы стараемся добирать какими-то другими активностями, которые создадут общую рентабельность», — говорит он.

В 2015 году прошла первая премия диджеев Alfa Future Awards. В этом году пройдет VIP-фестиваль АФР в Сочи. ООО «АФП» купила права на проведение шоу Армина ван Бюрена в марте 2017 года в «Олимпийском». Кроме того, как утверждает Шкипин, АФП выступает как субподрядчик на чужих корпоративных мероприятиях. Но что из этого будет приносить деньги, пока неясно.

Конкуренты уже думают, что с финансовым ресурсом Альфа-банка команде АФР удастся захватить российский рынок событий в области электронной музыки. **«При полном отсутствии конкурентов, имея такую финансовую подушку, Альфа-банк может монополизировать рынок, — считает Ашман. — Скорее всего, в краткосрочной перспективе это не очень выгодно, но в долгосрочной это очень большой рынок». На Западе EDM (Electronic Dance Music) уже занимает 30–40% всего музыкального рынка, говорит он.**

Таран оценивает аудиторию электронной музыки в России примерно в 6 млн человек, и хорошо, если 1% ее регулярно ходит на какие-либо мероприятия. Но Шкипин считает, что «его» аудитория шире: «Все, кому интересен содержательный и качественный отдых и технологии». «Ниша гораздо больше, чем многие о ней думали. Мы надеемся, что рано или поздно часть публики будет приезжать на фестиваль, днем ходить по техноярмарке, а вечером уезжать, потому что музыка не нравится», — говорит он.

Другие игроки на рынке электроники присутствие Альфа-банка уже почувствовали. «Если букинг-агент обращается к артисту с просьбой выступить на фестивале, который носит имя серьезной коммерческой структуры, такой как Альфа-банк, то гонорар вырастает в N раз, — утверждает Таран. — Skrillex в первый год получил баснословный гонорар, в три раза превышающий нормальный. Теперь, если кто-то захочет его привезти, шансы сделать это за вменяемые деньги очень низки». Гонорар Skrillex, который входил в топ-10 рейтинга диджеев, мог составить более €500 тыс., допускает один из организаторов электронных фестивалей, попросивший об анонимности.

**«Больше €600 тыс. мы пока никому не платили, — отвечает Шкипин. — Но, черт возьми, это большие деньги за часовой сет». Для сравнения, гонорар проекта Сергея Шнурова («Ленинград» — один из наиболее коммерчески успешных российских музыкальных проектов) приближается, по мнению Донцова, к €100 тыс. Гонорары западных звезд уровня Red Hot Chili Peppers исчисляются миллионами евро, говорит Сергей Мельников из продюсерского агентства «Мельница.**

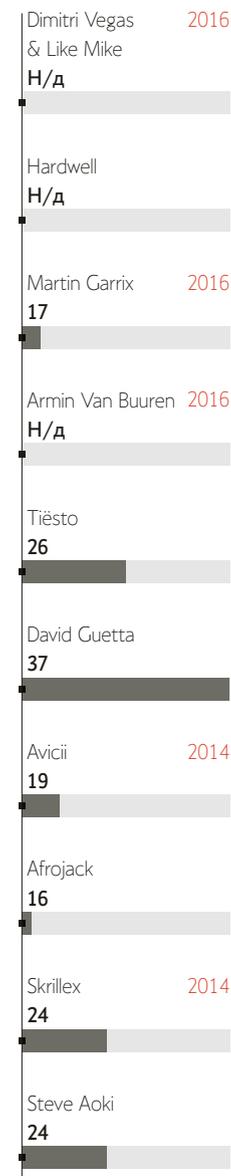
«Клубы могут переживать, но они просто не могут себе позволить взять звезд уровня Skrillex: их математика это не отобьет, — говорит Шкипин. — Надо будет билеты продавать за \$200, но никто их не купит на электронику за такие деньги».

Впрочем, долго конкурировать за одного артиста вряд ли придется. Новые звезды в электронике появляются гораздо чаще, чем в других жанрах, говорит Фонарев. Фридман, хоть и не увлекается электроникой, уловил этот тренд. «Структура шоу-бизнеса меняется, и сейчас звезд такого масштаба, которые были раньше, по определению не будет, — рассуждает он. — Слишком много каналов коммуникации с людьми. Жанр концертов мегазвезд, которые мы делали раньше, умирает по технологическим причинам. Жанр фестивалей более живуч в таких обстоятельствах, а танцевальная музыка будет существовать практически вечно. С момента, когда под камлания шаманов люди танцевали, почти ничего не изменилось».

## Самые популярные и дорогие диджеи мира

2015 | заработок, \$ млн

● Участники АФР, год



Источники: DJ Mag 2015, Forbes.com



# ШКОЛА-ПАНСИОН В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ: КУДА ПОЙТИ УЧИТЬСЯ

*Есть распространенное мнение, согласно которому, дать ребенку хорошее образование сегодня не сложно, если у него есть способности, а у его родителей — финансовые возможности. Но, как и в любой области, в сфере образования много нюансов. И к выбору учебного заведения стоит подойти максимально серьезно.*

Существует много вариантов для выбора: государственная или частная школа, гимназия, школа-пансион, лицей. И каждый из этих вариантов можно рассматривать как в своей стране, так и за границей. Сегодня дети из России имеют возможность учиться практически в любой стране: США, Канада, Великобритания, Швейцария, Германия, Франция, Мальта, Кипр и другие страны Европы и даже Азии.

Большинство родителей отдают предпочтение российскому среднему образованию, поскольку оно до сих пор считается одним из самых лучших. В этом случае нужно изучить рейтинги престижных школ и гимназий и выбрать подходящую.

Среди государственных заведений фаворитами являются знаменитые школы Мильграма, Тубельского, Пинского и Ямбурга, среди частных — Московская экономическая школа, «Премьер», «Самсон», лицей «Столичный». Среди частных школ-пансионов наиболее известна Ломоносовская школа.

В этих заведениях высокий уровень образования, много внимания уделяется творческому развитию детей, выявлению и реализации талан-

тов. В этих школах учатся дети российских чиновников, политиков, звезд спорта и шоу-бизнеса, успешных бизнесменов.

И это удобно, если семья живет в Москве. В другом случае ребенку придется искать опекуна либо он будет учиться в пансионе. Кроме того, часто стоимость обучения в частных российских школах выше, чем за границей.

По этим причинам обучение за границей становится все более популярным. В том числе этот вариант выбирают родители, которые хотят погрузить ребенка в языковую среду, подарить опыт общения с учениками и учителями из Европы.

Например, очень популярно обучение в Англии. Проблема здесь кроется только в том, что, вернувшись в Россию, ребенок не сможет продолжить обучение в российской школе, так как образовательные программы в Англии и России слишком разные.

Еще один недостаток — это невозможность поступить в российский вуз, ведь для этого необходимы результаты ЕГЭ, который можно сдать только в России. Детям, получившим образование за границей, будет крайне сложно к нему подготовиться.



В рамках официального визита в Республику Мальта руководитель Россотрудничества Константин Иосифович Косачев посетил школу-пансион Malta Crown



Магистр Мальтийского ордена в окружении учеников школы-пансиона Malta Crown

Набережная города Марсаскала, где находится школа-пансион Malta Crown

Есть и финансовый фактор — обучение за границей стоит дорого. Помимо внушительной ежегодной платы за обучение, нужно учитывать затраты на проживание, питание, дополнительное образование, личные расходы и поездки в гости к сыну или дочке.

Есть альтернативный вариант, который дает возможность продолжить обучение как за границей, так и в России, — заграничная школа-пансион, где дети обучаются в том числе и по российским стандартам.

Например, частная российская школа-пансион Malta Crown на Мальте. Обучение в этой школе дает ребенку возможность получать российское образование, проживая в европейской стране. Школа существует уже довольно давно, и ее выпускники одинаково успешно поступают как в европейские, так и в российские вузы. С некоторыми ведущими российскими вузами, такими как ВШЭ или МГУ, Malta Crown давно и плодотворно сотрудничает.

Экономически образование в этой школе-пансионе достаточно выгодно: цены на обучение в Malta Crown на 30—40 % ниже, чем во

многих европейских и российских учебных заведениях того же уровня. Условия проживания и обучения здесь отличаются в лучшую сторону, а в остальном — все то же самое, что и в пансионатах Старого Света, включая индивидуальный подход к каждому ребенку, развитие его личностных качеств и погружение в европейскую культурную среду.

Дети в школе обучаются с русскоязычными преподавателями по программе, соответствующей российским стандартам, и поэтому без проблем сдают ОГЭ и ЕГЭ. На время сдачи экзаменов дети приезжают в Россию, и ученики 9-х и 11-х классов проходят аттестацию. Вместе с тем выпускники сдают и международные экзамены по английскому языку (IELTS<sup>1</sup>) или могут, отучившись, как все европейцы, в 12-м классе по программе Международного Бакалавриата, получить IB DIPLOMA<sup>2</sup>, что дает возможность поступить в ведущие европейские колледжи и университеты.

Выбор школы для ребенка во многом влияет на его будущее, и к этому вопросу стоит подходить основательно. Как говорится, хорошо, когда есть из чего выбирать!

<sup>1</sup>IELTS (International English Language Testing System) — международная система оценки знания английского языка.  
<sup>2</sup>IB Diploma — международный диплом о полном среднем образовании, который признается университетами по всему миру.



# Интересное кино

## Как работает концерн «Мосфильм»

Весной глава киноконцерна «Мосфильм» Карен Шахназаров обратился к Совету Федерации с призывом создать государственный центр киноиндустрии — воссоздать советскую систему Госкино. Только это позволит сделать наш кинематограф рентабельным, говорил Шахназаров, приводя в пример государственный «Мосфильм», который, по его словам, не получает денег из бюджета и работает как рыночное предприятие. РБК разобрался, как устроена самая известная кинофабрика страны



На натурной площадке  
№1 режиссер  
и гендиректор  
киноконцерна  
«Мосфильм» Карен  
Шахназаров снимает  
фильм «Анна Каренина»

Текст:  
**Светлана Рейтер,  
Алексей Яблоков**

**₽5 млрд**

выделило в 2015 году Министер-  
ство культуры РФ на поддержку  
кинопроизводства,  
₽3 млрд из них — через Фонд  
кино (40% из этих денег выделяет-  
ся на возвратной основе)

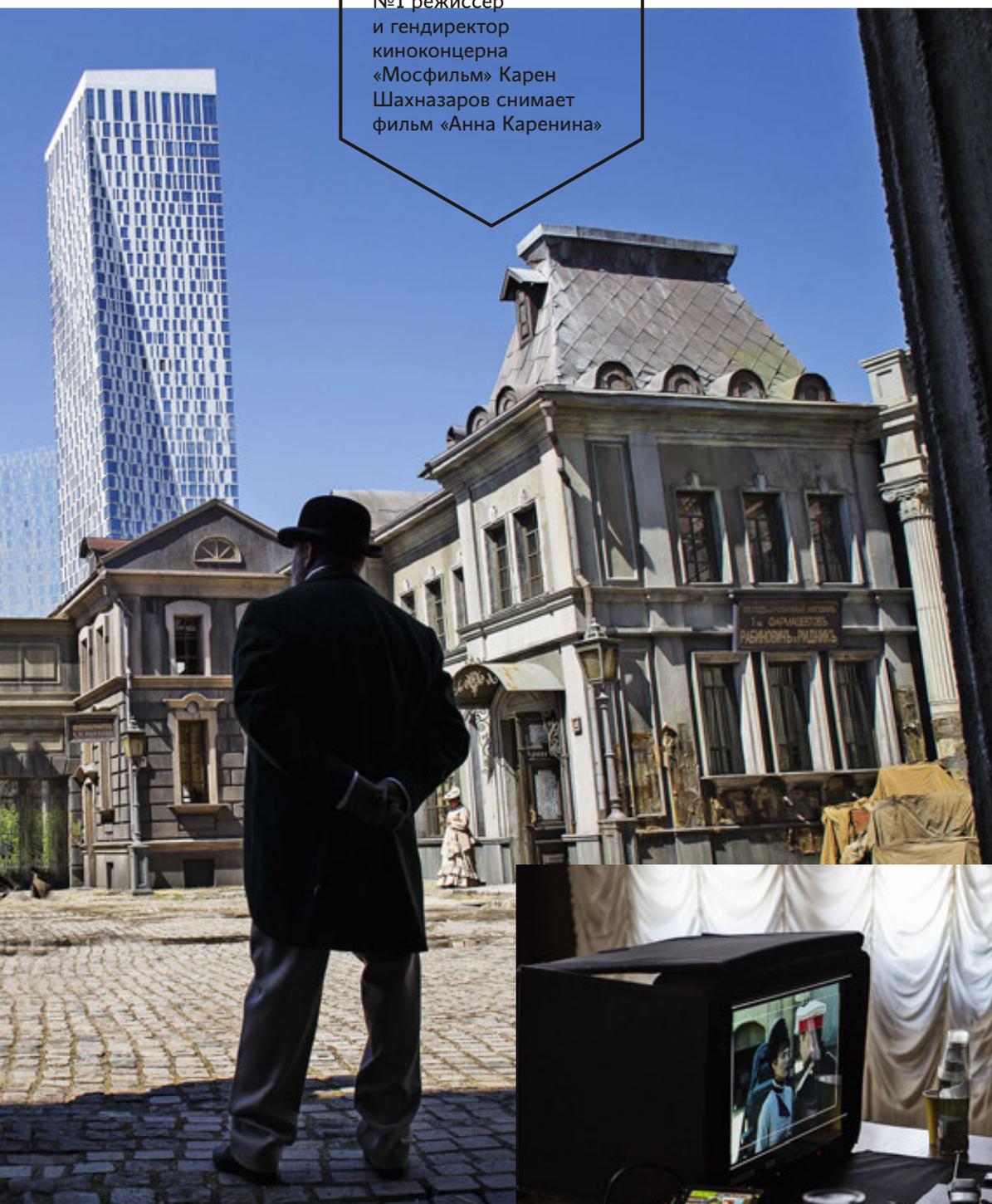


ФОТО: АНТОН БЕРКАСОВ ДЛЯ РБК



ФОТО: АНТОН БЕРКАСОВ ДЛЯ РБК

**\$166**

млн, по данным Forbes, был готов заплатить в 1997 году Владимир Гусинский за 49% акций киноконцерна «Мосфильм»

**₽243**

млн составили в 2015 году доходы «Мосфильма» от проката и показа художественных фильмов

**8**

кинокартин профинансировал «Мосфильм» с 2014 по 2016 год за счет собственных средств

Середина дня. Под палящим солнцем гендиректор «Мосфильма» режиссер Карен Шахназаров по заказу телеканала «Россия» снимает многосерийный фильм «Анна Каренина» (создается за счет средств «России», «Мосфильма» и частного инвестора). Натурная площадка №1 изображает старинный Санкт-Петербург — он состоит из пары десятков фанерных зданий, облепленных серым гипсом. Площадку возвели в 2003 году для съемок другого шахназаровского фильма — «Всадник по имени Смерть». Тогда она изображала старую Москву, но за последние 13 лет успела побывать многими городами. По данным Счетной палаты, на производство «Анны Карениной» «Мосфильм» выделил около 296 млн руб.

В ожидании очередного дубля (сцена объяснения Карениной с Вронским) актеры массовки, разряженные в платья и сюртуки, слоняются по брусчатке, старательно огибая кучи свежего навоза. Один кавалер внушает спутнице, что необходимо «всего лишь зарегистрировать юридическое лицо». В инвалидной коляске ассистенты катят старца в цилиндре и темных очках с надписью «Real 3D». Рядом с площадкой, в крытой повозке, запряженной парой лошадей, Вронский в мундире и при сабле нервно набирает кому-то СМС.

Режиссер, укрывшись в одном из фанерных зданий, отсматривает предыдущие дубли. Идти до натурной площадки ему недалеко: рабочий кабинет Шахназарова располагается в главном корпусе, на площади имени Сергея Бондарчука. Окна приемной выходят в сад, который возделывал еще режиссер Довженко. Стены украшают дипломы, поздравления, тут же фотография, на которой президент Владимир Путин дружески поправляет Карену Георгиевичу галстук.

## Главный режиссер

Шахназаров в общих чертах обрисовывает корреспондентам РБК положение дел на студии. **В штате — 721 человек. Только за 2015 год «Мосфильм» заплатил 620 млн руб. налогов. В производстве на «Мосфильме» сейчас около 90 проектов,** сообщили РБК в пресс-службе киноконцерна. В целом доходов хватает, хоть государство и не дает концерну ни рубля.

Доверенное лицо Путина, человек со стойкими симпатиями к СССР, Шахназаров занимает пост главы «Мосфильма» без малого 20 лет. До него

директором кинофабрики советских грез был режиссер и продюсер Владимир Досталь: он руководил «Мосфильмом» с 1987 по 1998 год и оставил в наследство Шахназарову непростое хозяйство.

В то время, вспоминает Шахназаров, на студии работали подпольные цеха по розливу водки, а павильоны были разрушены. Досталь предлагал акционировать киностудию и продать часть акций олигарху Владимиру Гусинскому, главе холдинга «Медиа-Мост». Среди членов правления «Мосфильма» идея акционирования не была популярной: Карен Шахназаров, Вадим Абдрашитов, Владимир Меньшов и Владимир Наумов категорически выступали против продажи студии.

По словам Шахназарова, Досталь настаивал на продаже, а когда сделка не состоялась, в 1998 году покинул «Мосфильм», перейдя на работу продюсером в «Медиа-Мост». По информации Forbes, в 1997 году Гусинский был готов заплатить за 49% акций кинокомпании около \$166 млн. «Я не знаю, кто и что говорит о Гусинском. С вами общаться на эту тему я не буду», — заявил Владимир Досталь корреспонденту РБК.

Третейским судьей в споре выступил Анатолий Лысенко — в то время глава «Общественного телевидения» был руководителем комитета по СМИ в правительстве Москвы при Юрии Лужкове. **«Я им тогда помогал, их же уже фактически купил Володя Гусинский. Я уговаривал Юрия Михайловича помочь им остаться на свободе, — рассказывает Лысенко, — говорил, что это будет позором для всего правительства Москвы, если «Мосфильм» превратится в «Мост-фильм».**

Свой визит на студию вместе с Лужковым Лысенко помнит в деталях: «Первой нас встретила огромная крыса, которая нагло шла по коридору. Кошмар, конечно». По словам Лысенко, тогдашний мэр пообещал студии материальную поддержку. Один из участников той встречи утверждает, что речь шла о помощи в размере \$17 млн. Сам Лысенко назвать цифру затруднился. Юрий Лужков не ответил на вопросы РБК.

В пресс-службе «Мосфильма» корреспонденту РБК сообщили, что в 1998 году был заключен договор между киноконцерном и комитетом по телекоммуникациям и средствам массовой информации правительства Москвы. По нему студии полагалась целевая помощь в размере 106 млн руб. — на съемки фильмов и реконструкцию материально-технической базы. Однако из этой суммы, сказали РБК в пресс-службе, «Мосфильму» выделили всего 30 млн руб.

Деньги от города «Мосфильм» получил уже при новом руководителе — Шахназарове. Его выбрали тайным голосованием. **«Мы были уверены, что победит режиссер Георгий Данелия, но по-**

**бедил Карен. Он был активным, на тот момент молодым. У него были свои идеи и планы»,** — вспоминает один из участников голосования. В 2001 году распоряжением правительства за киноконцерном «Мосфильм» был закреплен статус ФГУПа, которое Шахназаров и возглавил.

Новый директор начал активно реконструировать помещения и обновлять технику. На техническую модернизацию «Мосфильма», признавался Шахназаров в разговоре с Forbes, ушло порядка \$40 млн. Это обновление стало возможным в том числе благодаря девелоперскому проекту, который инициировал Шахназаров: в апреле 2002 года правительство Москвы одобрило предложение ФГУП «Киноконцерн «Мосфильм» о проектировании и строительстве жилого дома с нежилыми помещениями на земельном участке на улице Пырьева, предоставленном «Мосфильму» в аренду на 49 лет. Финансировала строительство компания «Инрестрой», выделившая Мосфильму \$1,5 млн и 30 квартир для сотрудников, говорит Шахназаров. Выделенные деньги, по его словам, целиком ушли на новую технику.

## Дорогая земля

«Карен во всех интервью утверждает, что не берет ни рубля бюджетных средств. Но ему это и не нужно: у него есть отличный кусок земли в 34 га, который «Мосфильм» до сих пор кормит. Так что спокойно можно открывать навороченные звуковые студии и сдавать площади в аренду», — утверждает собеседник РБК, близкий к руководству киноконцерна «Мосфильм».

**Формально хозяином обширной территории в одном из престижных районов Москвы «Мосфильм» не является: 34 га земли закреплены за ним на праве долгосрочной аренды,** сообщил РБК представитель Росимущества. За «Мосфильмом» на праве хозяйственного ведения закреплено свыше 100 объектов недвижимого имущества, ответили РБК в пресс-службе киноконцерна.

Год назад использование госимущества «Мосфильмом» инспектировала Счетная палата. В отчете, опубликованном в сентябре 2015 года, аудиторы указывают: в период с 2012 по 2014 год было заключено всего 12 договоров аренды с участием Росимущества. Объем средств, полученных киноконцерном по договорам, составил около 80 млн руб. На аренду приходится 5% от годового дохода «Мосфильма», рассказывал РБК Шахназаров (сейчас на студии девять арендаторов, сообщили РБК в пресс-службе концерна).

Аудиторы отмечали: часть помещений структуры «Мосфильма» получают бесплатно. Так, в 2015 году помещения производственно-технической базы общей площадью 904,1 кв. м были предоставле-

ны на безвозмездной основе ООО «Киностудия «Курьер» и ООО «Мосфильм-мастер» на основании приказов гендиректора «Мосфильма» Карена Шахназарова. Суть приказов — запуск «Мосфильмом» в производство собственных кинокартин — «Охота на дьявола» (производство фильма приостановлено) и «Анна Каренина».

Договоры на производство двух фильмов заключены «Мосфильмом» с ООО «Мосфильм-мастер» и ООО «Киностудия «Курьер». Общая сумма, выделенная киноконцерном на производство, превышает 446 млн руб., указывается в отчете. Согласно базе данных «СПАРК-Интерфакс», руководителем ООО «Мосфильм-мастер» является член профкома «Мосфильма» Евгений Бейлин; до 2013 года совладельцем компании также был заместитель директора «Мосфильма» Владимир Рясков. А учредителем ООО «Киностудия «Курьер» до 2013 года был сам Карен Шахназаров. Сейчас в качестве директора и соучредителя компании указана штатный сотрудник «Мосфильма», директор съемочной группы Галина Шадур. На вопросы корреспондента РБК она не ответила.

«Мосфильм» практически не снимает фильмов собственного производства, кроме самого Карена. Киноконцерн в основном работает на оказание услуг», — сетует гендиректор продюсерской киностудии «РИТМ» Юрий Кушнерев. С ним спорит депутат Госдумы от фракции «Единая Россия» и режиссер Станислав Говорухин: входящая в состав «Мосфильма» киностудия «Вертикаль», которой он руководит, в 2015 году запустила в производство фильм «Домик на юге» режиссера Веры Сторожевой. Согласно договору с ООО «Киностудия «Вертикаль», указывают аудиторы, «Мосфильм» выделил на картину около 71 млн руб. «На «Мосфильме» мы снимаем все время», — добавил Говорухин.

В отчете аудиторов перечислены фильмы, снятые структурами концерна за счет «Мосфильма» с 2012 по 2015 год: четыре фильма из пяти снимало ООО «Киностудия «Курьер»; в пятом фильме, «Дорога на Берлин», Карен Шахназаров выступил в качестве одного из сценаристов и продюсеров. Помимо этого в 2012 году Федеральный фонд социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонд кино), в попечительский совет которого входит глава «Мосфильма» Шахназаров, «выделил 30 млн руб. на прокат фильма режиссера Шахназарова «Белый тигр», сообщил РБК представитель фонда. Эта сумма была предоставлена на возвратной основе.

**Шахназаров на вопрос корреспондента РБК, почему основную часть кинокартин на студии снимала «Киностудия «Курьер», отвечает просто: я профессиональный режиссер, почему я не имею права снимать фильмы?**

Продолжение →



ФОТО: ЕВГЕНИЙ ОДИНОКОВ / МИА «РОССИЯ СЕГОДНЯ»

**Владимир Меньшов, режиссер самой популярной картины, снятой на «Мосфильме», «Москва слезам не верит», вспоминает: «В советское время «Мосфильм» был таким ульем, который постоянно гудел. Каждая комната была занята съемочной группой: одновременно снимались картины, заканчивалось производство, начиналось производство — порядка 100 фильмов одновременно в работе»**

Продолжение →

## Рабочий и колхозница

Официальной датой создания «Мосфильма» считается 30 января 1924 года — тогда на экраны вышел фильм режиссера Бориса Михина «На крыльях ввысь». Фильм о героических авиаконструкторах снимали на «Москинокомбинате»; комбинат, созданный из двух студий под руководством Александра Ханжонкова и Иосифа Ермольева, позже переименовали в «Мосфильм».

«В советское время «Мосфильм» был таким ульем, который постоянно гудел. Каждая комната была занята съемочной группой: одновременно снимались картины, заканчивалось производство, начиналось производство — порядка 100 фильмов одновременно в работе», — вспоминает актер и режиссер Владимир Меньшов, снявший на киностудии фильмы «Москва слезам не верит» и «Ширли-Мырли».

«Мосфильм» строили по принципу студии, подобной Голливуду, — рассказывает бывший президент кинокомпании «Амедиа» Александр Акопов. — Эйзенштейн и Александров съездили в Штаты и решили построить что-то похожее, забыв о том, что Москва совсем немножко другая». Единственное, что намекает на сходство киноконцерна с Голливудом, — аккуратно стриженные лужайки и гольф-кары. По дорожкам организованно ходят туристы, разглядывая памятник неизвестной девушке с хлопучкой и павильоны из белого кирпича. **В них постоянно снимают телешоу и сериалы: «Куприн», «Новогодний огонек», авторскую программу Владимира Соловьева, «Танцы со звездами», «Ледниковый период», «Без страховки» и новое шоу пародиста Максима Галкина — «МаксимМаксим».**

По словам трех источников РБК в руководстве российских продакшен-компаний, закупочная стоимость эпизода сериала на федеральных телеканалах обходится в 8–10 млн руб., а часового телешоу — порядка 6 млн руб. Аренда одной смены съемочного павильона в московских студиях в среднем составляет порядка 100 тыс. руб., говорят собеседники РБК.

Первый сезон сериала «Оптимисты» по заказу телеканала «Россия» режиссер Алексей Попогребский снимал всю весну. «В нашем блоке постоянно делали передачи Владимира Соловьева. Я некоторое время вздрагивал, натываясь в примерной на табличку «В. Жириновский», но потом привык», — смеется Попогребский.

По мнению главы компании «Метрафилмс», продюсера Артема Васильева, «Мосфильм» превратился в бюро услуг. «В советское время студия получала от государства деньги, на эти деньги

силами студии и на студии производилось кино, которое пользовалось бешеной популярностью и приносило огромную прибыль, — ностальгирует он. — Сейчас, если фильм соберет миллион зрителей, это большое достижение, три — полное счастье. Тогда 30–40 млн человек считались абсолютной нормой. «Мосфильм» был Голливудом, потом кино кончилось. Сейчас ты просто покупаешь у студии услуги и арендуешь оборудование».

## Искусство в массы

**С 2012 по 2014 год на производственной базе «Мосфильма» было снято 535 картин и телепередач, подсчитали аудиторы; лишь пять из них были созданы самим «Мосфильмом», а доля от их проката составила чуть более 1% доходов концерна от проката своих картин — большую часть таких доходов обеспечили фильмы, снятые до 2000 года.**

Эти упреки выводят Шахназарова из себя: он уже объяснял и Счетной палате, и журналистам, что концерн работает как кинофабрика, которая не столько создает собственные проекты, сколько обслуживает сторонние. Этот капиталистический путь, по мнению гендиректора, выбрал не он сам — его выбрала страна, и этот путь привел к тому, что «Мосфильм» работает так, как работает любая студия в мире, например Warner Brothers.

Финансовые показатели «Мосфильм» не раскрывает. Согласно последним данным «СПАРК-Интерфакс», выручка концерна в 2014 году составила около 990 млн руб., чистая прибыль — свыше 487 млн руб. Часть денег «Мосфильм» зарабатывает на аренде: поскольку ФГУП подчиняется Росимуществу, любой договор аренды должен быть оформлен при участии этого ведомства. Среди девяти арендаторов, с которыми у «Мосфильма» оформлен договор через Росимущество, — Государственный центральный музей кино (помещение для хранения фондов и музейных предметов), ООО «Караван Палас» (предприятия общепита), ООО «Пролаб-Центр» (фотоуслуги), ООО «Агентство ФТМ, Лтд» (литературное агентство).

По данным «СПАРК-Интерфакс», на территории «Мосфильма» (по адресу: Мосфильмовская улица, д. 1) зарегистрировано 54 организации. Только на двух этажах производственного корпуса корреспонденты РБК насчитали свыше 40 табличек с названиями разных компаний: ООО «Январь Продакшн», «Первый А», «Соливе», «Арс Видере», «Кремлин Филмз», «Профит» и другие.

На каком основании эти организации сидят на «Мосфильме»? В отчете Счетной палаты указано, что помимо договора аренды (с участием Росимущества) организациям могут предоставлять

Окончание →

54

организации

зарегистрированы в настоящее время на территории киноконцерна «Мосфильм»

Источник: «СПАРК-Интерфакс»

102

объекта недвижимого имущества закреплено за ФГУП «Киноконцерн «Мосфильм» на праве хозяйственного ведения

₽16,5

тыс. за смену (четыре часа) составляет стоимость аренды главной оркестровой студии плюс услуги звукорежиссера — от ₽1 тыс. в час

₽42,9

тыс. в сутки стоит аренда павильона №1 (1858 кв. м)

₽22,8

тыс. в сутки — стоимость аренды павильона №3 (858 кв. м)

Карен Шахназаров  
мечтает о новом  
Госкино, но не хочет  
его возглавлять. Он  
считает, что и так поднял  
из руин крупнейшую  
кинофабрику страны



Для сравнения: самый кассовый фильм российского проката 2015 года, «Звездные войны: Пробуждение силы» в нашей стране посмотрело «всего» 5,8 млн человек

## Блокбастеры «Мосфильма»

число зрителей | млн человек



1980

«Москва слезам не верит»

Владимир Меньшов

84,4



1969

«Бриллиантовая рука»

Леонид Гайдай

76,7



1966

«Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика»

Леонид Гайдай

76,5



1979

«Экипаж»

Александр Митта

71,1



1968

«Щит и меч»

Владимир Басов

68,3

Источник: kinopoisk.ru

Окончание →

помещения на основании договора об оказании производственно-технических услуг. Проще говоря, если у кого-то возникает желание запустить свой проект на территории «Мосфильма», он может подать заявку, подписать договор и получить в пользование офисное помещение или комнату для хранения реквизита.

Как объяснили РБК два источника в руководстве продюсерских компаний, снимающих офисы на «Мосфильме», **такой договор позволяет получить сравнительно недорогой офис в центре Москвы, в удобном месте, с охраняемой территорией и парком. Про аренду речи не идет: «Мосфильм» оказывает производственные услуги.**

Согласно стандартному договору (есть в распоряжении РБК), ежемесячная стоимость «производственно-технических и иных услуг» составляет около 60 тыс. руб. без учета НДС. Кроме того, организация, снимающая помещение, обязана перечислить «Мосфильму» аванс в размере 100 тыс. руб. и при производстве фильма использовать только мосфильмовские мощности — операторскую технику, тон-студию, парк автомобилей, услуги декораторов и т.д. График работ в договоре не обозначен, так что теоретически «производство фильма» может растянуться (договор действует год, после чего может быть продлен или расторгнут).

«Я постоянный арендатор, и что творчески здесь делаю, какие именно проекты, не имеет особого значения, — объясняет продюсер Елена Яцура (компания «ТриКита»). — Но формально мы не имеем права ничего не делать: если киностудия вошла, она должна что-то производить. «Мосфильм» очень заинтересован в том, чтобы мы пользовались студийными ресурсами, техникой, потому что проверяющие органы их упрекают за то, что появляется кинокомпания, заявляет фильм в производство, а потом сидит на площадях «Мосфильма», не пользуясь его мощностями».

«Ты вносишь предоплату 100 тыс. руб., и, если не берешь у «Мосфильма» технику, эти деньги сторают, — уточняет Алексей Агеев, продюсер компании «КиноТрест». — Но оборудование брать на «Мосфильме» нам невыгодно, поэтому мне выгоднее, чтобы эти 100 тыс. прогорели, ведь пространство в 60 квадратов, две комнаты почти в центре Москвы, запросто не снимешь».

Режиссер и член правления «Мосфильма» Владимир Меньшов уверен: большая часть табличек с названиями компаний на дверях осталась с давних пор. **«Давно все студии перестали снимать что-либо, — убежден Меньшов. — Людей нет в коридорах. Ничего не происходит... Производ-**

**ственный корпус «Мосфильма» пуст. Я каждый раз иду к своему кабинету по пустому этажу.**

## Творческий резерв

Один этаж «Мосфильма» поделен между киностудиями, которыми руководят члены правления киноконцерна, — это бывшие творческие объединения, существующие на «Мосфильме» десятки лет. За каждым членом правления, сообщили РБК в пресс-службе «Мосфильма», закреплен личный кабинет, прочие площади предоставляются на общих основаниях. Личные кабинеты являются основным предметом спора между Счетной палатой и правлением «Мосфильма»: по мнению аудиторов, в помещениях сидят не столько начальники, сколько сотрудники сторонних организаций, которые возглавляют члены правления киноконцерна. «Художественный руководитель кинокомпании «РИТМ» Георгий Данелия как член правления «Мосфильма» имеет право на 100 кв. м, где мы и обитаем, — кипятится глава продюсерской компании «РИТМ» Юрий Кушнерев. — **Мы сидим в кабинетах, полируем сценарии, работаем с авторами. Разные люди к нам приходят, пьют чай, едят сушки, раньше водку пили, теперь не пьют. Вы мне скажите, почему это должно волновать Росимущество?!»**

«Зачем вам знать, кто сидит в моем кабинете?» — нервничает Владимир Меньшов в разговоре с РБК. После паузы он признается: да, там сидят «его ребята», вот только им работать сейчас не над чем. Недавно Министерство культуры отказало Меньшову в финансировании двух проектов. «Еще полгода, и кабинет можно заколачивать», — сокрушается режиссер.

Свою последнюю картину («Магнитные бури») режиссер Вадим Абдрашитов снял на «Мосфильме» в 2003 году: сейчас «Киностудия «Арк-Фильм», в которой Абдрашитов работает художественным руководителем, оказывает производственные услуги сторонним компаниям. Последние крупные проекты «Арк-Фильма» увидели свет около десяти лет назад — телесериалы «Дальнобойщики», «Московские окна», «Дети Арбата» и фильм «Тарас Бульба». «Но жизнь продолжается, и сейчас мы, получив поддержку Фонда кино, начинаем работу над фильмом «7 пар нечистых», проект которого представляется нам весьма интересным и перспективным», — не унывает Абдрашитов.

Фильм «Сволочи» (2006 год), реклама стирального порошка с участием Леонида Якубовича — перечисляет работы своей студии Юрий Кушнерев. Помедлив, он вспоминает еще одну работу — телефильм «Бедная крошка» Евгения Гинзбурга с участием Олеси Судзиловской, Марии Ароновой и Армена Джигарханяна. На экраны лента не вышла. «Это музыкальная версия «Дюймовочки»,

ФОТО: KINOPOLSK.RU (2), МИА «РОССИЯ СЕГОДНЯ» (3)

ее сначала хотели по телевидению показать, но все каналы отказались, — рассказывает Кушнерев. — Потом мне один продюсер говорит: «Да ты сам этот фильм видел? Там у тебя восстание на болоте, лягушки бастуют против жабы-президента и держат в руках плакат «Долой президента!». Какой канал это покажет? — сказал мне этот продюсер. Фильм один раз вышел на ТВЦ в пять утра, вот и все».

**Министерство культуры денег на производство кинокартин в последние четыре года «Мосфильму» не выделяло, сообщил РБК представитель ведомства. На поддержку российского кинопроизводства в целом в эти годы министерство ежегодно тратило в среднем около 5 млрд руб.**

## Доходы и расходы

«Альтернатив «Мосфильму» нет, — убежден режиссер Попогребский. — Нам для съемок нужно было построить МИД 60-х годов, в котором работает отдел внешнеполитической рекламы — все красиво, все пизоны, у них такой интересный чердачок, и они периодически вылезают на крышу покурить. То есть нам нужны были огромные масштабы, удобное расположение и чистый звук. Мы нашли на «Мосфильме» и то, и другое, и третье».

При этом организация съемок на «Мосфильме» до сих пор устроена так, как в советские времена. Попогребский описывает ее устройство лаконично: «Ты приходишь, и люди, как будто из мультфильма «Фильм! Фильм! Фильм!», задают тебе вопросы: «Так, дети будут?» — «Будут». — «Нужны справки, прививки». Или: «Животные будут?» — «Нет». — «А птица в клетке? Птица будет?» И дальше: «Огонь будет? Если да, нужны пожарные». Мы огонь не планировали, но у нас была сцена, романтический ужин. Я предложил для интима маленькую свечку зажечь. И ровно в этот момент обход, бежит главный пожарный с криком: «Если свечка на площадке зажжена, на съемке обязательно должен дежурить наш пожарный».

**«Шахназаров застрял в реальности 30-летней давности. Блин, да там идешь по коридору, и из каждой второй комнаты крики: «Да зачем мне ваш компьютер, я 30 лет в кино!» И весь «Мосфильм» так устроен: это огромная территория, но она занята прудом, автомойкой, еще чем-то. А они могли бы построить декорацию «Улица Москвы», она бы у них была заполнена на 20 лет вперед, потому что в Москве на улице нельзя снимать перестрелки, взрывы», — рассуждает один из продюсеров, снимающих на «Мосфильме». Помимо недостатка натуральных площадок собеседник РБК жалуется на «совет-**

скую кормежку» в местных кафе, отсутствие кофе навынос, «наждачную туалетную бумагу» в санузлах и «советский дух» на киностудии.

В том виде, в котором «Мосфильм» находится сейчас, он существует только благодаря тому, что мне удалось сохранить за 11 лет моей работы, горячится бывший директор «Мосфильма» Владимир Досталь. По его словам, основу благосостояния «Мосфильма» по-прежнему составляет знаменитый «золотой фонд» киностудии — киноконцерн является обладателем исключительного права на 1381 произведение. «Эти фильмы я с кровью отбивал», — вспоминает Досталь.

**«Золотой фонд» с завидной периодичностью показывают на телеканалах. Стоимость одной минуты хронометража составляет от 1500 до 15 тыс. руб., расценки утверждены приказом «Мосфильма» от 18 декабря 2014 года. По словам Шахназарова, в конце 1990-х годов прибыль от «золотого фонда» составляла свыше 90% годового дохода «Мосфильма». Сейчас эти деньги составляют порядка 30% дохода киноконцерна, 65% приходится на производственную деятельность. Оставшиеся 5% приносят экскурсии и официальная аренда.**

## Большие надежды

Весной Карен Шахназаров убеждал членов Совета, что без поддержки государства российский кинематограф проиграет «борьбу за умы» американским кинокомпаниям, которые доминируют на мировом рынке.

**«Если не нарастить производство фильмов и не превратить российскую киноиндустрию в одну из важных киноиндустрий мира, мы можем проиграть эту борьбу навсегда», — обещал Шахназаров. С этим связана идея глобальной перестройки российской киноиндустрии, которую разрабатывает и проповедует генеральный директор: создать структуру, отчасти похожую на Госкино, Министерство кинематографии советского образца. Это министерство, в толковывает Шахназаров, взяло бы на себя одновременно функции департамента по кинематографии Минкульта и Фонда кино. Шахназаров возглавлять новую структуру не хочет, говоря, что его стараниями и так поднята из руин главная государственная кинофабрика.**

Идея Шахназарова пока остается без ответа. В настоящий момент внесение изменений в существующую систему распределения средств на кинематографию на повестке дня не стоит, сообщил РБК представитель Министерства культуры. ■

**При участии Яны Милуковой и Людмилы Подобедовой**

## Фабрика кино

2012–2014 | штук



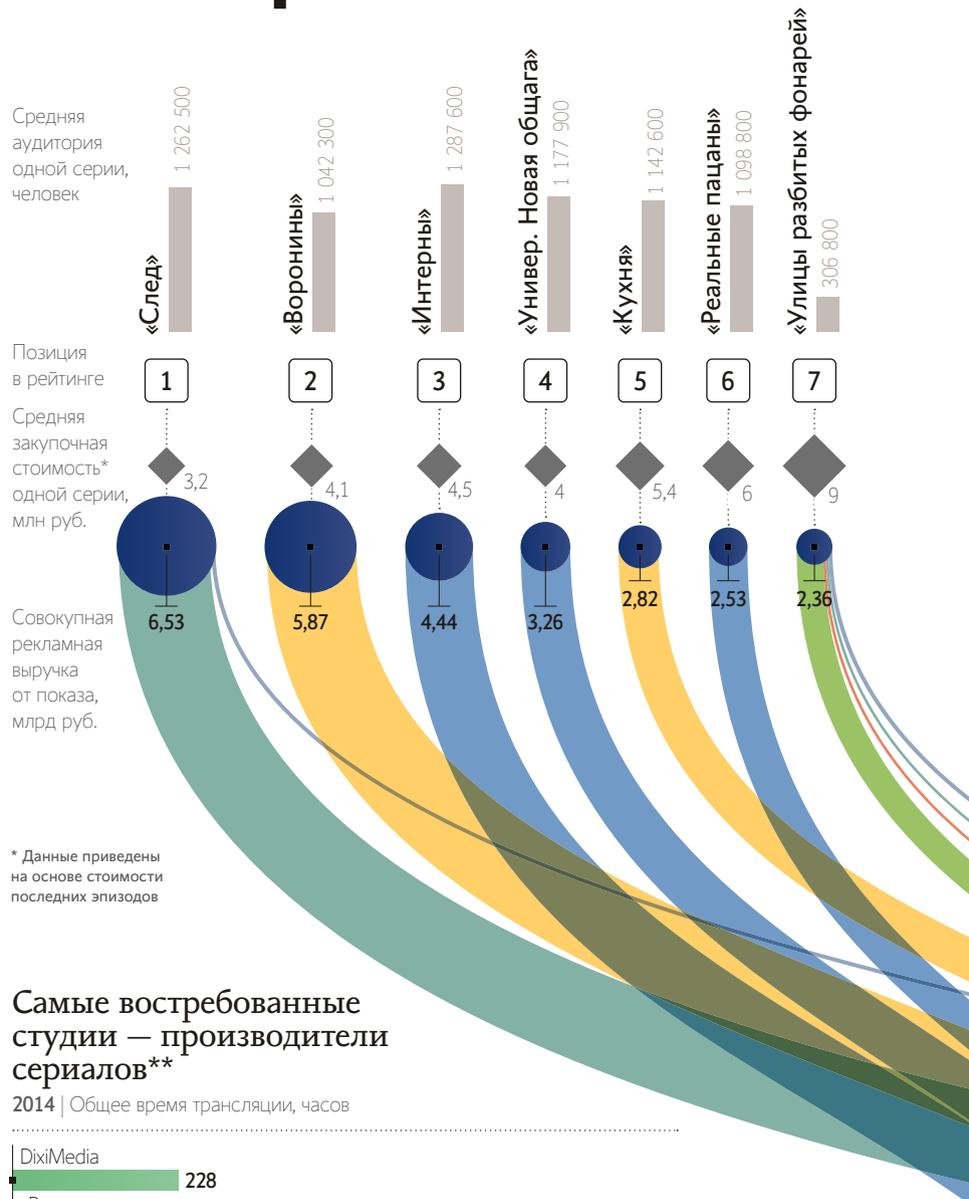
Источник: Счетная палата

# Российские сериалы

Крупнейшую рекламную выручку, которую собрали за последние пять лет сериалы, транслируемые на российском ТВ, имели отнюдь не лидеры по аудитории, а те, что вышли на экраны давным-давно и пережили несколько циклов трансляций

Подготовили **Мария Жолобова,**  
**Светлана Рейтер**

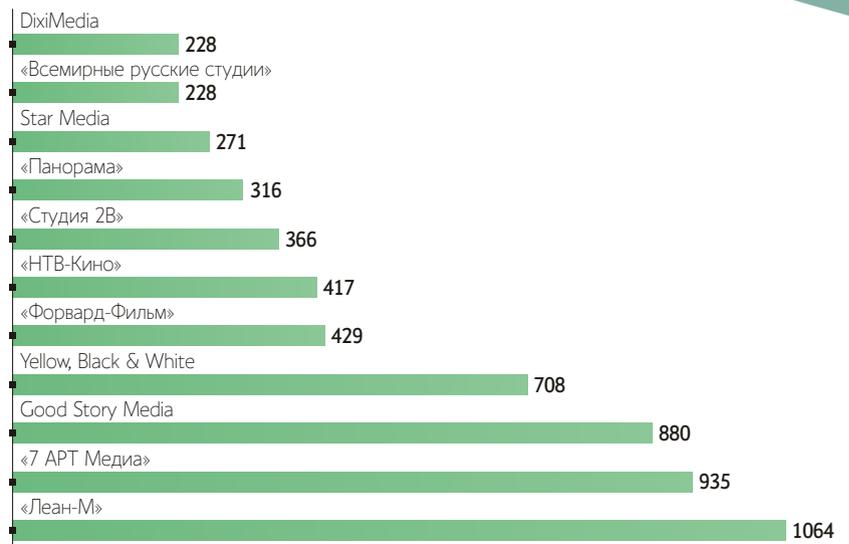
В 2015 году, по данным KVG Research, число сериалов, прошедших стадию продакшена и вышедших в эфир либо положенных на полки телетрансляторов, составило 236 штук. Но, когда компания Etat Control International (ECI) подсчитала для РБК рекламную выручку, которую собрали за последние пять лет сериалы, транслируемые на российском ТВ, выяснилось, что большинство из топ-50 — далеко не премьерный контент. Средний год премьерного выхода сериалов из рейтинга — 2008-й. В рейтинге есть даже «Дикий ангел» — аргентинская теленовелла, впервые показанная на российском ТВ еще в 1999 году. Интересно, что ренкинг сериалов по рекламной выручке никак не коррелирует с топом по количеству просмотров за тот же период. По данным «TNS Россия», среди 50 лидеров по количеству телезрителей в основном сериалы, которые транслировал по большей части «Первый канал». Почти в половине случаев главные герои этих сериалов — сотрудники правоохранительных органов, спецслужб или военные, и также почти в половине сериалов место действия — СССР. Рекламную выручку обеспечивает количество прогонов сериала: чем больше, тем она, соответственно, выше, объясняет Дмитрий Кураев, генеральный директор российского офиса ECI. Привлекает деньги рекламодателей и качество аудитории: на верхних строчках рейтинга — ориентированные на молодежную аудиторию «Интерны», «Универ» и «Реальные пацаны».



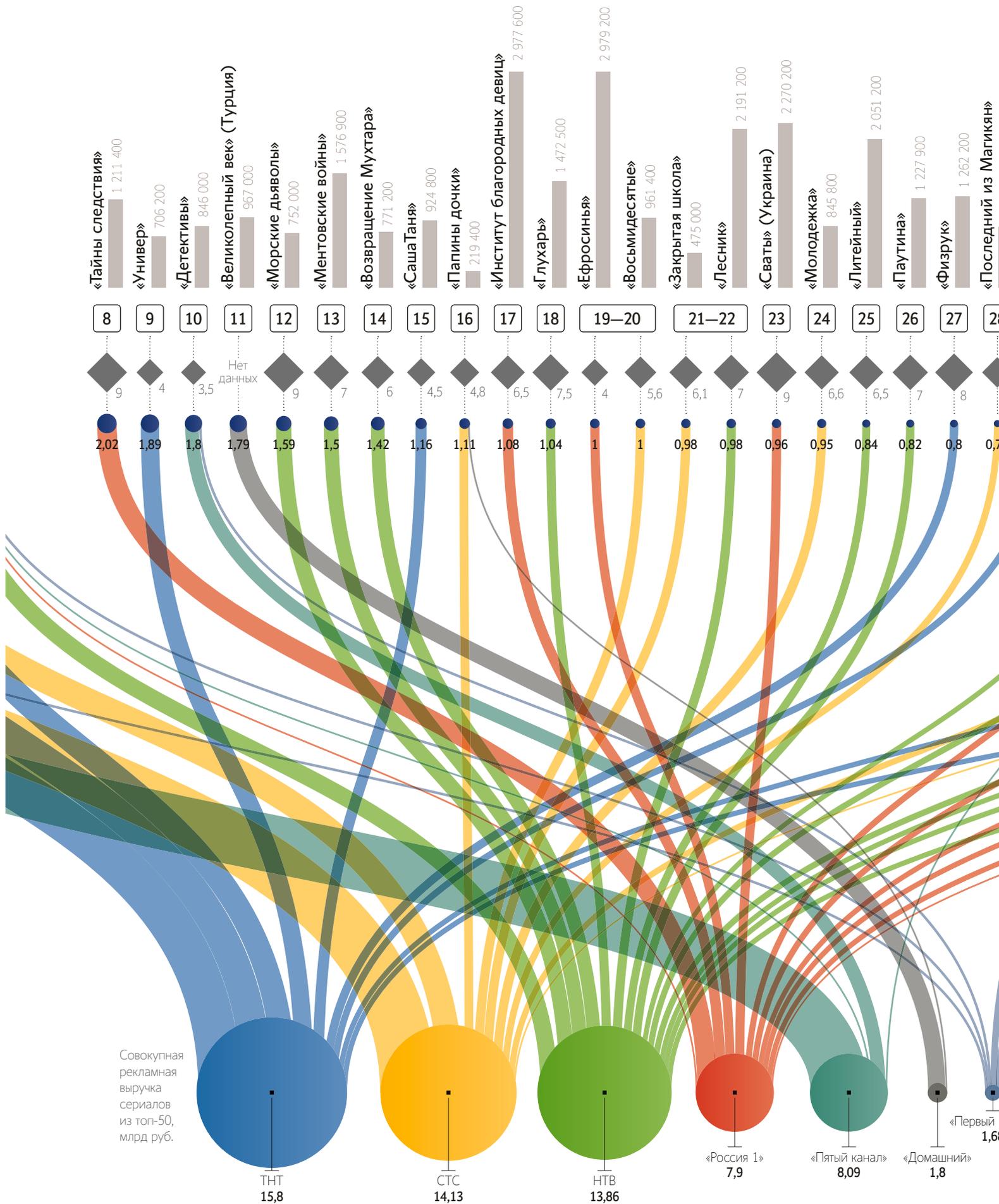
\* Данные приведены на основе стоимости последних эпизодов

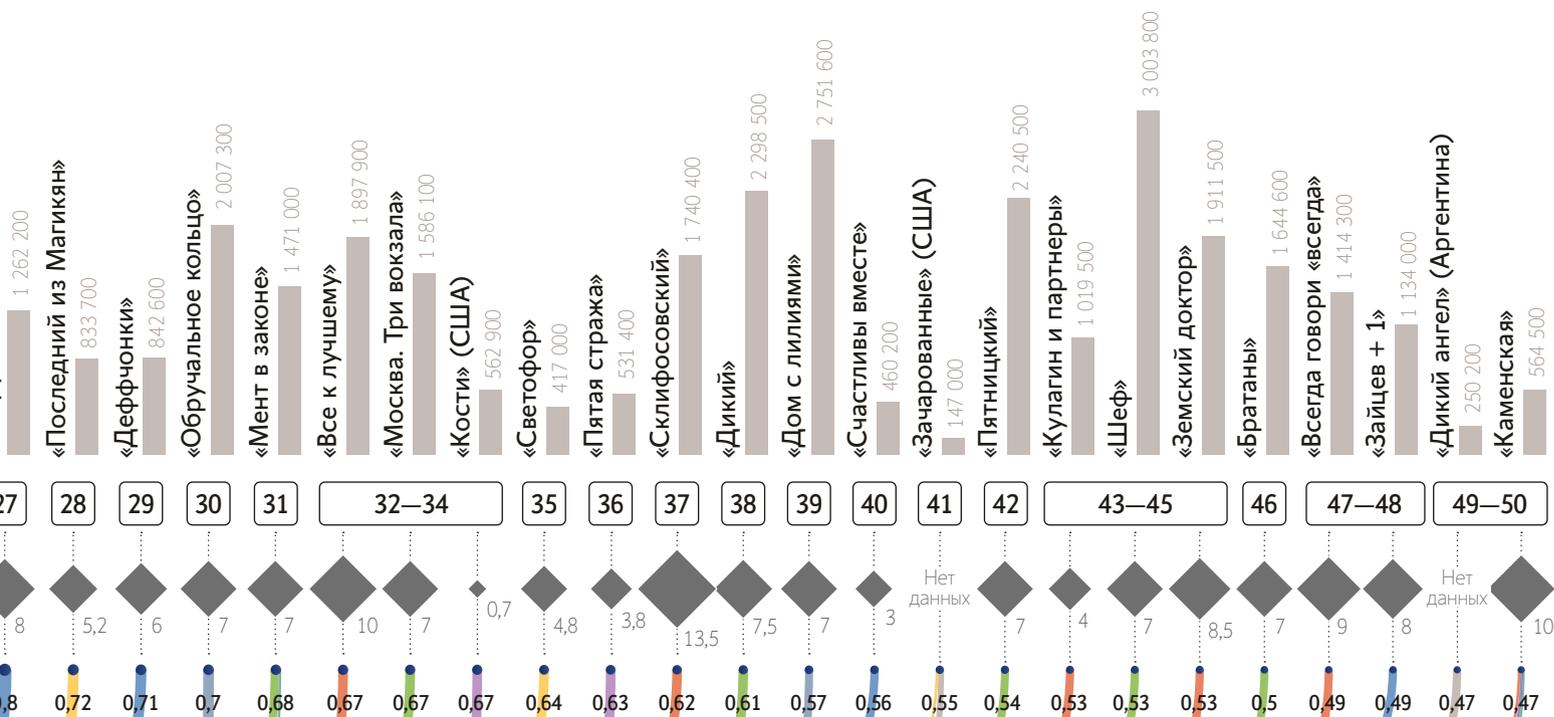
## Самые востребованные студии — производители сериалов\*\*

2014 | Общее время трансляции, часов



\*\* Расчет по девяти крупным каналам в 2014 году



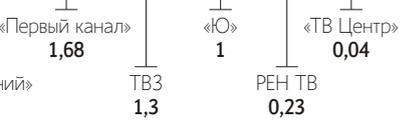


# ₽28,7 млрд

Совокупная рыночная стоимость премьерных эпизодов сериалов в рейтинге на основе опросов продакшен-компаний, телеканалов, экспертов, продюсеров и других игроков рынка. Не учитывался зарубежный контент

## Как мы считали

То, какие сериалы принесли телеканалам больше всего выручки за последние пять лет, для РБК выясняла компания ECI, специализирующаяся на медиааудите. Затем «TNS Россия» подсчитала, какую аудиторию в среднем собирал перед экранами каждый эпизод этих сериалов. Средняя закупочная стоимость одной серии была получена путем опроса продюсеров, специализирующихся на сериальном контенте: они называли РБК примерный диапазон закупочной цены премьерного показа, для удобства эти данные в каждом случае были приведены к среднему показателю.



Источники: ECI Rus, kinopoisk.ru, KVG Research, «TNS Россия», АЦ VI

Хорошая компания



Citadele banka

Путь в Еврозону ваших интересов



Удобные  
расчеты



Надежные  
вклады



Современные  
технологии

+371 67010345 / info\_ru@citadele.lv / east.citadele.lv  
АО "Citadele banka", Латвия. Лицензия FKTK №06.01.05.405/280 от 30.06.2010  
Деятельность на территории РФ не осуществляется



Citadele

# Пять звезд видео

## Как зарабатывают герои интернета

Звезды российского интернета пока отстают от «офлайновых» знаменитостей по доходам, но не по известности, пусть и почти целиком среди юных пользователей. Популярность видеоблогеров уже привлекла внимание законодателей: в мае глава комитета Госдумы по экономической политике, инновационному развитию и предпринимательству Анатолий Аксаков предложил ввести для них патенты и создать специальный реестр. РБК разобрался, чем занимаются главные российские герои видеоблогов, и оценил доходы их каналов

Текст: **Настя Березина**

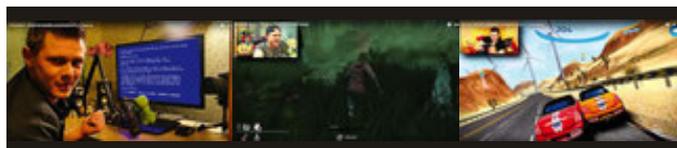


### EeOneGuy

Лидер по числу подписчиков

**Число подписчиков\***: 8 208 696 (+138% за год)  
**Число просмотров**: 1 776 245 435 (+168% за год)  
**Ежемесячный доход канала**: 1,22–4 млн руб.

В мае 2016 года в лидеры вырвался 20-летний уроженец Украины Иван Рудской, известный как EeOneGuy. Его аудитория на YouTube на 700 тыс. человек больше, чем у Максима Голополосова, создателя «+100500». EeOneGuy снимает обзоры видеоигр, клипы, отчеты о поездках, юмористические ролики. С марта 2013-го он разместил 265 видео.



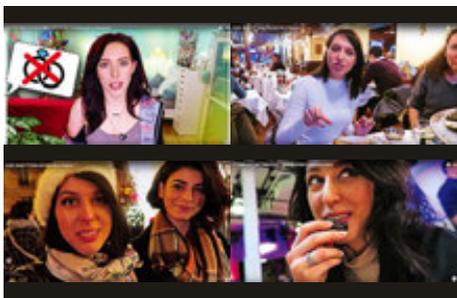
### Frost

Лидер по числу просмотров

**Число подписчиков**: 5 249 388 (+71,9%)  
**Число просмотров**: 2 014 617 129 (+72%)  
**Ежемесячный доход канала**: от 652,5 тыс. до 2,137 млн руб.

С октября 2012 года 21-летний Юрий Frost из Нижнего Новгорода выложил на своем канале 1033 видео. Своей аудитории Frost предлагает обзоры видеоигр, а также юмористический контент. Популярность канала видеоблогера сопоставима с официальными каналами российских мультфильмов «Фиксики» и «Смешарики».

\* Здесь и далее данные по числу подписчиков и просмотров на 20 июня 2016 года, по ежемесячному доходу канала — с июля 2015 года по июнь 2016-го.



## The KateClapp

Самая популярная девушка-видеоблогер

**Число подписчиков:** 4 490 895  
(+48,5%)

**Число просмотров:** 456 829 739  
(+57,8%)

**Ежемесячный доход канала:**  
92–300 тыс. руб.

Аккаунт The KateClapp появился на YouTube в конце 2010 года, с тех пор его автор, 23-летняя Екатерина Трофимова, записала 325 видео. Первый канал FoggyDisaster она создала в 2008 году. Для своих 1,5 млн подписчиков она записывает юмористические видео и пародии. Но известность Екатерине принес lifestyle-канал TheKateClapp. В 2016-м «Катя Клэп» стала лицом школы блогеров Garnier, сотрудничала с журналом Glamour. В ее роликах можно заметить продукцию известных марок — от чая Dilmah до сумок Michael Kors. Кроме рекомендаций «Катя Клэп» предлагает своей аудитории и бьюти-боксы — Likes.



## Wylsacom

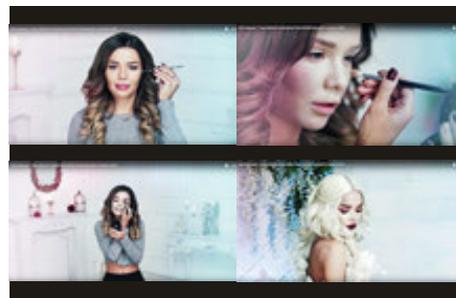
Самый популярный видеоблог о технологиях

**Число подписчиков:** 1 668 447  
(+85,8%)

**Число просмотров:** 326 642 532  
(+85,5%)

**Ежемесячный доход канала:**  
126–412 тыс. руб.

На сегодняшний день это единственный видеоблог рунета о технологиях, который преодолел отметку в 1 млн подписчиков. Канал заработал в конце июля 2011 года, главный герой и основатель видеоблога — москвич Владимир Петухов. Большая часть его блогов посвящена продукции компании Apple. Сейчас над проектом работает целая команда. Она также делает сайт, тематический аккаунт в Twitter и подкаст в iTunes, а также летсплеи на отдельном канале Wylsacomgames.



## Maria Way

Самый популярный бьюти-блогер

**Число подписчиков:** 2 919 693  
(+60,4%)

**Число просмотров:** 183 871 324  
(+64,5%)

**Ежемесячный доход канала:**  
95 000–309 864 руб.

Аккаунт Mary Way появился в апреле 2012 года. За это время на канале размещено 106 видео. Девушка предлагает аудитории не только видеоконтент, но и Maria Way Box — наборы косметики с доставкой по всей России (цена бокса — 890 руб.). Помимо этого Мария Вэй вместе со Стасом Давыдовым («This is хорошо») и Анатолием Вассерманом сотрудничает с брендом Pulpru (в России выпускается под маркой «Добрый», входит в портфель Coca-Cola). В начале июня она представила коллекцию одежды для магазина BeFree. Осенью 2016 года состоится премьера фильма «Дизлайк», где блогер играет одну из главных ролей.

## Как мы считали

Доход канала рассчитывался на основе среднемесячного числа просмотров и данных агентств Abrikos Media, Progression и Grape. Авторы каналов от общения с РБК отказались. По словам директора по маркетингу сети партнерских программ VSP Group Сергея Стрельцова, в России монетизируется порядка 25% просмотров на YouTube. Общий доход блогера и его команды зависит от условий контракта с партнерской программой, пояснил он.

У топовых видеоблогеров (более 1 млн подписчиков) 50–90% доходов могут составлять рекламные контракты, говорит сооснователь Players Константин Волгапов. Они приносят брендам не менее 300–500 тыс. руб. в месяц, но в целом объем гонорара может составить до 2–3 млн руб.

в месяц. Чаще всего с блогерами заключают пакетные контракты: блогеры публикуют не только ролики, но и посты в социальных сетях, а также приглашаются на разные мероприятия.

Средняя цена договора зависит от формата интеграции и аудитории. По словам гендиректора digital-агентства Blueberry и биржи видеоблогеров Vlogster Гайка Мкртчян, EeOneGuy редко делает рекламные интеграции. Не может похвастаться большим количеством рекламных контрактов с крупными брендами и Frost. «Аудитория этих каналов очень молодая и считается неплатежеспособной, поэтому реклама в таких блогах не интересна брендам с хорошими бюджетами», — говорит Мкртчян.

# Только «Хардкор» В Голливуд через интернет



Текст: Наталья Суворова  
Фото: Андрей Ковалев для РБК



Илья Найшуллер был одним из десяти человек, исполнивших роль главного героя своего дебютного фильма

АССИСТЕНТ ФОТОГРАФА: ТИМУР ИВАНОВ; ГРИМЕР: ИРИНА ШЕРЕМЕТЬЕВА; СТИЛИСТ: ТАТЬЯНА КОВАЛЕВА, БЛАГОДАРИМ ШОУ-РУМ ПРОЕКТ 3.14 И SUMOSHOW ЗА ПРЕДОСТАВЛЕННУЮ ОДЕЖДУ

«Мне казалось, что хороший режиссер должен снимать серьезные фильмы. А потом я подумал: не надо быть никем, надо делать то, что нравится, — говорит режиссер и музыкант Илья Найшуллер. — Если нравится играть в солдатики, давай сделаем кино для 15-летнего чувака, какое я бы сделал для себя 15 лет назад»

# 10

млн. просмотров на YouTube в первые 10 дней собрал видеоклип Bad Motherfucker, из которого родилась идея фильма

# \$255

тыс. на графику и звук собрали продюсеры фильма через платформу Indiegogo.com

Источники: Box Office Mojo, kinopoisk.ru

Фильм Ильи Найшуллера «Хардкор» (Hardcore Henry в международном прокате) вышел на экраны более чем в 30 странах в апреле 2016 года и собрал \$14,3 млн — очень хороший результат для картины, съемки которой обошлись примерно в \$3 млн (не считая рекламного бюджета). Сам фильм стал возможен благодаря успеху вирусного видео, появившегося из-за музыки, которой Найшуллер занялся в то время, когда еще хотел быть серьезным режиссером.

## «Я-то знал, что я классный»

«Я хотел сделать фильм, который люди будут смотреть и потом говорить друзьям: ты видел, нет? Садись, ты сейчас ох\*\*еши!» — откровенно описывает Найшуллер идею «Хардкора», отпивая пряный чай латте и затягиваясь электронной сигаретой. Последнюю впервые увидел у актера Тима Рота, которого встретил в Калифорнии и уговорил сняться в эпизоде своего дебютного фильма, добавляет он как бы к слову.

Режиссером Найшуллер мечтал стать с детства. «Мой отец был реаниматологом на скорой помощи, а на стороне торговал пиратскими кассетами, у нас дома было огромное количество этих кассет. Мама сказала: не смотри ужасы и порнографию». И я по этому принципу смотрел все», — вспоминает он.

Поступив в Гуманитарный институт телевидения и радиовещания им. М.А. Литовчина, Найшуллер бросил его через полтора года, устроившись работать на «Мосфильм»: «Прошел хитро систему пропусков и каждый день искал, кому нужен помощник. Бил в хлопущки, носил кофе, был асси-

стентом, переводчиком, водителем». Параллельно Найшуллер писал сценарий для большой шпионской драмы и играл жесткий инди-рок в созданной им в 2008 году группе Biting Elbows. Именно для своей группы в марте 2013 года он снял клип на песню Bad Motherfucker — короткометражный боевик, в котором герой отбивается от многочисленных врагов в офисе и на улицах города. Ролик, снятый на видеокамеру GoPro, закрепленную на лице главного героя, что дает «вид из глаз», как в компьютерных играх, стал вирусным и в первые десять дней набрал более 10 млн просмотров.

Во сколько обошлись ему съемки мини-фильма, Найшуллер не раскрывает, говорит лишь, что из-за финансовых затруднений снимали почти год. Изначальный спонсор отказался от контракта, увидев кадры, в которых собаку выкидывают из окна: на тот момент у Ильи уже была половина снятого клипа и долг в 350 тыс. руб., которые он занял для съемки.

Помощь пришла откуда не ждали: спонсором ролика стал австрийский производитель водки Neft, якобы созданной сибирскими нефтяниками: узнаваемая бутылка этой водки появляется в руке у главного героя. «Они дали мне сумму, которая полностью покрыла ролик», — вспоминает Найшуллер (производители водки отказались от общения с РБК).

На следующий день, после того как клип был размещен на YouTube, Найшуллер получил в Facebook сообщение от человека, с которым на тот момент не был знаком: «Очень здорово у вас получился Bad Motherfucker. Хотел бы поговорить с вами. Тимур». Еще через неделю он

Продолжение ➔

# Лучший корпоративный банк

по версии  
GLOBAL BANKING & FINANCE REVIEW

**Банк Авангард** в кратчайшие сроки открывает счета в российских рублях и иностранной валюте юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, резидентам и нерезидентам РФ в 75 городах России.

## Овердрафт от 11%\*

Автоматическое кредитование расчетного счета при недостаточности средств

## Расчеты 24/7

Внутрибанковские платежи, контроль счетов, прием документов — круглосуточно

## Зарплатный кредит 11%\*

Целевая кредитная линия на выплату зарплаты в размере ФОТ

## Наличные операции

Проведение наличных операций с Cash-Card в любом офисе/банкомате Банка

## Как открыть расчетный счет

1

**Заполнить** заявление online

2

**Загрузить** необходимые документы

3

**Прийти в Банк** с оригиналами документов

**За подключение и обслуживание интернет-банка плата не взимается**



Банк основан в 1994 году



100 офисов в Москве



30 офисов в Санкт-Петербурге



Более 100 тыс. корпоративных клиентов



300 офисов в 75 городах России



\*Валюта — рубли РФ. Обеспечение: поручительство или залог. Условия для овердрафта / для зарплатного кредита: срок (с автопродлонгацией) 3 года / 1 год; срок непрерывной задолженности 65 дней / 25 дней; ставка (% годовых): с 1-го по 7-й день 11%, с 8-го по 14-й 14%, с 15-го — 17% / 11%; доп. комиссия 75 р. за каждые 10 000 р., необеспеченной задолженности на последний день месяца (~ 0,75%) / без комиссии; мин. сумма лимита не менее 150 000 р. / 100 000 р., но не более ФОТ; пересмотр лимита: ежемесячно / ежеквартально, в зависимости от размера чистых кредитовых оборотов по счету; неустойка 0,25% / 0,15% от суммы задолженности за каждый день просрочки.

Лучший Корпоративный Банк России по версии финансового портала «Глобал Бэнкинг энд Файнэнс Ревью».

# БАНК АВАНГАРД

[www.avangard.ru](http://www.avangard.ru)

8 (800) 555 99 93

Продолжение →

и второй продюсер клипа Екатерина Кононенко сидели в Лос-Анджелесе в офисе у автора послания, режиссера Тимура Бекмамбетова, обсуждая детали съемок полнометражного фильма.

«Это было для нас как мечта, которая неожиданно стала реальностью. Двое молодых людей, режиссер и продюсер, вдруг ни с того ни с сего оказываются в Лос-Анджелесе на переговорах с огромным количеством агентов, которые делают нам разные заманчивые предложения», — вспоминает Екатерина Кононенко.

Правда, Найшуллер вовсе не был так уверен, что на основе ударного, но короткого клипа может получиться не менее эффектный полуторачасовой фильм. «Агенты наперебой предлагали мне сотрудничать, а я спрашивал у них: ребят, вы понимаете, что это клип, может, я ничего больше не сделаю? То есть я-то знал, что я классный. Но откуда они это знают? Они же даже не видели другие работы», — смеется он.

Собеседники Ильи сомневались в нем гораздо меньше. **«Я был не просто парень из России, а парень, который сделал ролик, который смотрит весь мир. Я встречал в Штатах абсолютно разных людей, от продавцов гитар до режиссеров мирового уровня, которые жали мне руку и говорили, что надеются, что «Хардкор» будет такого же уровня, как этот ролик»,** — говорит Найшуллер.

Несмотря на сторонние предложения, по словам Кононенко, после разговоров с Бекмамбетовым было решено не продавать права на будущий фильм, а сделать его самостоятельно и в партнерстве с Тимуром. «Не было ощущения, что взрослый и могущественный продюсер нас берет под свое крыло и мы перед ним трепещем», — говорит Екатерина.

Найшуллер признается, что если бы не Бекмамбетов, ему бы не пришлось в голову снимать веселый и кровавый боевик. «Я писал очень серьезное кино — шпионское, драматическое, психологическое, и после него переключиться на такой фан было сложно», — поясняет он. Снимать большой фильм решили все на ту же камеру GoPro.

## Внебюджетный эксперимент

Изначально продюсеры «Хардкора» планировали уложиться в бюджет в размере 100 млн руб., но на момент подписания контракта было непонятно, во сколько обойдутся артисты, музыка и каскадерские трюки, говорит Екатерина Кононенко. «Поскольку это был эксперимент, никто еще не делал такого кино и на этапе договоренности не было окончательного сценария,

непонятно было, сколько будет трюков и каскадерских сцен. Илья придумывал совершенно головокружительные вещи, и мы понимали, что бюджет будет расти», — рассказывает она.

**На производство фильма в первые два года ушло около 200 млн руб. Около половины вложил Тимур Бекмамбетов, остальное — российские инвесторы, которых привлек Найшуллер** (их имена он назвать отказался). «Это были знакомые знакомых знакомых, которые инвестировали в кино. Конечно, им проще было принять решение, когда я сказал, что у меня уже есть часть денег от Тимура», — говорит Илья.

Снимать решили в Москве — могли бы и в Голливуде, но весь мир уже видел в кино, как выглядит Лос-Анджелес. Российская столица с этой точки зрения показалась Найшуллеру менее заезженной. По задумке, зритель видит весь «Хардкор» глазами главного героя, киборга Генри, который спасает от злодеев свою жену. При этом сам Генри вообще не появляется в кадре со стороны, поэтому главным «лицом» фильма является Джимми, сообщник киборга. Его сыграл модный южноафриканский актер Шарлто Копли, до этого снявшийся в фильмах «Район №9», «Олдбой» и «Малефисента».

Копли был знаком с Бекмамбетовым и видел клип Vad Motherfucker, а потому заинтересовался проектом, говорит Найшуллер. «Я панически не делю думал, что это будет за персонаж, от которого Шарлто не сможет отказаться. Потом понял, что актер не откажется сыграть сразу много ролей, и придумал идею, что Джимми постоянно перевоплощается. И он, конечно, сразу загорелся, потому что любит персонажей, он, что называется, характерный актер», — вспоминает он. В роли злодея согласился сняться Данила Козловский, в эпизодах мелькают Сергей Шнуров, Кирилл Серебренников и Тим Рот в роли отца Генри — последний, по словам Найшуллера, сам предложил ему сыграть небольшое cameo.

Но за неделю до начала съемок Шарлто Копли внезапно отказался участвовать, мотивировав отказ тем, что у режиссера не хватит денег и опыта и фильм не успеют доснять до начала его съемок в «Роботе по имени Чаппи» Нила Бломкампа. Найшуллер, в панике прилетевший в Берлин его уговаривать, обнаружил, что актер уже передумал и оставляет договоренности в силе: оказалось, что его уговорил рискнуть актер Джордж Клуни, с которым тот накануне ужинал.

«По словам Шарлто, Клуни сказал: если получится полная ахинея, фильм даже не выйдет или его никто не посмотрит. Зато если получится что-то нормальное, его реально посмотрит весь мир, так что надо соглашаться», — рассказывает Найшул-

Продолжение →

ФОТО: АЛЕНА КОНДОРКИНА ДЛЯ РБК



**Тимур Бекмамбетов, продюсер, основатель кинокомпании Bazelevs, увидел видеоролик на песню Vad Motherfucker на YouTube, после чего предложил Илье Найшуллеру снять на GoPro полнометражный фильм. Выступил инвестором и сопродюсером фильма, а компания Bazelevs занималась его прокатом в России**

A close-up portrait of a man with dark hair, wearing a white collared shirt. His face is covered in blood, which is dripping down his forehead, nose, and cheeks. The blood is also smeared on his shirt, particularly around the collar and on the right side. The background is plain white.

«Когда мы  
2,5 недели снимали  
финальную сцену  
с киборгами  
на крыше, мы  
в день выливали  
по 40–50 литров  
искусственной  
крови — на  
массовку, на пол,  
на стены. Это была  
очень сложная  
съемка», —

признается Илья Найшуллер



**Екатерина Кононенко, продюсер, познакомилась с Ильей Найшуллером еще в студенческие времена. Была сопродюсером видеоклипа на песню Vad Motherfucker, а также совместно с Ильей занималась разработкой полнометражной шпионской драмы, когда поступило предложение от Тимура Бекмамбетова снять «Хардкор». Руководила производством фильма в качестве продюсера. Помимо «Хардкора», участвовала в продюсировании картин «Любит не любит» Клима Шипенко (2014) и «Кислород» Ивана Вырыпаева (2008).**

Продолжение →  
лер. «Я взял с собой водку Neft как маленький сувенир и оставил ее в гостинице, где останавливался Джордж. Не знаю, он выпил ее или нет, но я написал ему: спасибо, что подсказали Шарлто не отказываться от моего фильма», — смеется он.

По словам режиссера, Копли не стал заламывать высокий гонорар, согласившись получить часть от прибыли. «Актеры такого уровня живут в сетевых отелях, ездят на представительских машинах с охраной, поэтому райдер Шарлто обошелся нам дороже, чем его гонорар», — вспоминает Екатерина Кононенко.

В качестве рекламных спонсоров через компанию Bazelevs привлекли уже знакомых австрийских водочников Neft, а также производителя минеральной воды «Архыз» и спортивной одежды Reebok (компания не ответила на вопросы РБК). По словам Найшуллера, продакт-плейсмент составил всего 5–10% в общем бюджете фильма, потому что съемки затянулись: вместо предполагаемых полутора лет от начала съемок до выпуска фильма на экраны прошло три года и одна неделя.

Когда уже был готов первый вариант монтажа фильма, продюсеры решили привлечь дополнительное финансирование на доработку фильма через краудфандинговую кампанию на платформе Indiegogo.com. В зависимости от размера пожертвования пользователям предлагались подарки — от футболок и постеров с символической «Хардкора» до упоминания в титрах. Через платформу удалось собрать почти \$255 тыс., потраченные затем на звук, графику, музыку и прочий постпродакшен, говорит Найшуллер: «Для кино это мало, но для краудфандинга это топ 1% всех кампаний. И потом прибыль в рекламном смысле, которую эта кампания принесла, огромна, потому что об этом писали все».

Постпродакшен для фильма составил около 25% от общей стоимости, его делали в общей сложности 13 компаний. «Одна компания не могла бы потянуть 1800 кадров для обработки, тем более с нашим бюджетом», — поясняет Илья. По его словам, многие производители шли навстречу и делали скидки: например, графику в сцене погони на машинах бостонская компания Zero VFX согласилась выполнить всего за \$100 тыс., хотя средняя цена была \$350–400 тыс. «Они просто хотели show reel (образец съемки для портфолио. — РБК) и верили, что это будет большое кино», — говорит Найшуллер.

## «Дикое насилие в виде шутки»

Hardcore Henry стал одним из первых в мире полнометражных фильмов, практически

полностью снятых на камеру GoPro. Главный герой с камерой на лице за весь фильм не говорит ни слова, все действие происходит вокруг него, зато этого действия очень много: драки, погони, взрывы, убегание от танка и падение с облаков в стеклянной капсуле. Съемки каскадерских сцен в фильме заняли 90 смен, на которые ушла основная часть бюджета, вспоминает Найшуллер.

Основные трюки выполнила команда каскадеров из Тулы под руководством Александра Стеценко, которую в фильм пригласил второй режиссер Заур Засеев. Как рассказал РБК Стеценко, благодаря использованию GoPro все трюки ставились немного иначе, чем обычно. «С одной стороны, команда обеспечения трюка могла прятаться за камерой. Поскольку камера была на каскадере, мы знали, куда камера смотрит и что она видит, и это сильно упростило жизнь», — вспоминает он. Тем не менее такая камера отдаляет дистанцию, и все трюки пришлось выполнять в очень тесном контакте. «Если снимать обычной камерой, то машины гонятся друг за другом на расстоянии 3 м, и это выглядит нормально. А здесь нам приходилось подезжать буквально на 50 см, чтобы создать нужный эффект», — говорит Стеценко.

Из-за особенностей съемки на GoPro графика к фильму подорожала на 35–40% к первоначальному бюджету: в отличие от профессиональных кинокамер софт для создания графики не делает автоматическую обработку видео с GoPro, и все приходилось дodelывать вручную. Зато компания GoPro бесплатно снабжала команду «Хардкора» камерами, софтом и круглосуточной поддержкой в лице специально выделенного инженера.

«Мы были седьмыми в мире, кто получил такой софт. До нас его получали Джордж Лукас, Майк Бэй, чуваки, которые делали Need for Speed, — одним словом, все серьезные люди. И тут такие начинающие ребята из Москвы: мол, у нас есть шлемы и мы хотим побегать. Когда делаешь интересный фильм, люди сами подтягиваются», — говорит Найшуллер.

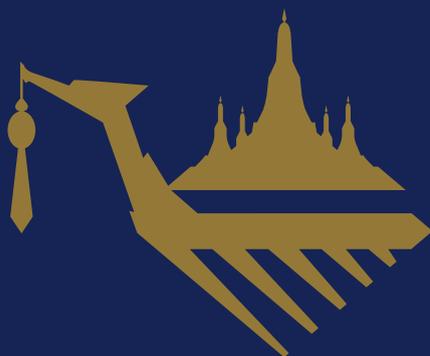
Снимать решили на английском языке. «На русском было бы нелогично. Зачем себя ограничивать странами СНГ, если можно ограничить себя всем миром?» — считает режиссер. Это помогло фильму стать успешным в международном прокате, говорит директор департамента развития кинопрокатчика «Двадцатый век Фокс СНГ» Николай Борунков. «Для американского и вообще западного зрителя очень важно, чтобы был не только язык, но и культурные особенности, культурные ценности, понятные их обществу. Выпускать исключительно национальные картины в США очень сложно, там очень плохо в принципе рабо-

Окончание →

Organized by



Department of International Trade Promotion  
Ministry of Commerce, THAILAND\*



# 58<sup>th</sup> BANGKOK GEMS & JEWELRY FAIR\*

Приглашаем принять участие в выдающемся  
региональном событии,  
посвященном открытию  
Ювелирной выставки драгоценных  
камней и изделий.

## 7-11 Сентября, 2016

Чалленжер Холл, ИМПАКТ  
Мыанг Тонг Тхани  
Бангкок, Таиланд

[www.bkkgems.com](http://www.bkkgems.com)

Для получения дальнейшей информации,  
пожалуйста, обращайтесь:

Коммерческий отдел  
(Торговое представительство)  
Посольство Королевства Таиланд  
Адрес: 115054, Космодамианская  
набережная 52 корпус 1, 10 этаж

T : +7 499 653 5989  
F : +7 499 653 6959  
E : [moscow@thaitrade.ru](mailto:moscow@thaitrade.ru)  
: [bkkgems@ditp.go.th](mailto:bkkgems@ditp.go.th)  
FB : [bangkokgemsofficial](https://www.facebook.com/bangkokgemsofficial)



THINK THAILAND

Окончание →  
тает европейское кино как таковое и российское в частности», — отмечает Борунков.

После некоторых раздумий Найшуллер отказался от очень серьезного тона картины и переписал сценарий. «Я хотел, чтобы люди смеялись не над нами, а с нами, поэтому фильм работает по всему миру. Когда в кадре дикое насилие, а потом неожиданно шутка, у тебя из-за контраста ярче все ощущения», — говорит режиссер. Кроме того, он хотел сделать фильм максимально качественным и насыщенным экшеном. «Я думал, что люди должны о\*\*\*ть от экшена. Они должны смотреть фильм и думать: я такого никогда не видел! Я придумывал, и у меня дух от этого захватывало, потому что я сам никогда такого не видел», — объясняет Найшуллер.

По данным сайта **Box Office Mojo**, **Hardcore Henry** вышел более чем в 30 странах и собрал в мировом прокате более \$14,3 млн, из которых \$9 млн приходится на США и \$2,7 млн — на Россию и СНГ. Мог бы собрать больше, если бы не ограничение для просмотра 18+ и рейтинг R, присвоенный фильму из-за обилия кровавых сцен и обсценной лексики, считает Кононенко. Смягчать рейтинг продюсеры не захотели, хотя фильм во многом рассчитан на подростков, говорит она: «Есть насилие-насилие, а есть насилие-аттракцион. И мы работаем в плоскости аттракциона».

## Самый важный — второй

Права на международный прокат фильма выкупила за \$10 млн основанная в 2014 году небольшая американская компания STX Entertainment, прокат по России купил Bazelevs Тимура Бекмамбетова. «Эстимейт по прокату был несколько завышен, но в итоге все остались довольны», — говорит Кононенко. — Мы не совершили головокружительного переворота в мировом кинематографе, но наши дистрибьюторы и мы окупили затраты».

По словам Ильи Найшуллера, после покупки прав компания STX вложила в доработку фильма еще порядка \$600 тыс.: фильм переозвучили, добавили графику и пересняли финальную сцену, тем самым доведя итоговый бюджет с учетом постпродакшена до более чем \$3 млн. Отдельной строкой шли расходы на рекламу, которые оплатил Bazelevs в России и STX в США: по словам Кононенко, рекламный бюджет был сопоставим с производственной частью фильма.

По данным портала kinopoisk.ru, сборы по России составили 175 млн руб. — внушительная сумма сборов для боевика-триллера, говорит Николай Борунков из «Двадцатый век Фокс СНГ».

«В этом жанре редко когда картины зарабатывают принципиально больше — триллер на границе с хоррором с элементами нетрадиционной подачи. Этот фильм сложно классифицировать в ту или иную категорию, но для данного жанра и для данной картины это весьма успешный коммерческий результат», — считает Борунков.

Сейчас продюсеры фильма возлагают большие надежды на его продажи онлайн (с 12 июля) и на DVD и Blu-ray, которые начнутся 26 июля. «Целевая аудитория в понятии американцев — видеогеймеры — не ходит в кинотеатры. Есть куча примеров, когда фильмы для видеогеймеров не собирали ничего в кино, поэтому сейчас для «Хардкора» начинается самое интересное», — надеется Илья.

Новая известность дает новые возможности, и пока Найшуллер-режиссер побеждает Найшуллера-музыканта (Илья продолжает играть в группе).

«Когда вышел Bad Motherfucker, Pixies (американская альтернативная группа. — РБК) передала нам через агентство: мол, мы дадим вашей группе разогреть нас в Нью-Йорке и Лос-Анджелесе, но тебе за это придется снять нам клип. Очень выгодное предложение, но из-за «Хардкора» пришлось отказаться: во время съемок другой жизни нет», — говорит режиссер.

Найшуллер очень серьезно готовится к следующему фильму. «Самое сложное — это первое кино, самое важное — второе, потому что оно показывает, если тебе просто повезло с первым», — говорит он. В июне этого года он вместе с продюсерами Екатериной Кононенко и Рубеном Адамяном основал компанию Versus Pictures — ООО «Кинокомпания «Белый зонт», с помощью которой планирует заниматься поиском и непосредственно производством фильмов в России и США (там Найшуллер зарегистрировал фирму вместе с еще одним сопродюсером «Хардкора» Ингой Вайнштейн-Смит).

Оставшуюся часть гонорара от «Хардкора» (его Илья не раскрывает) Найшуллер вложил в разработку двух сценариев: один из них — для хоррор-триллера в соавторстве с российским сценаристом Николаем Куликовым, автором сценариев к фильмам «Экипаж», «Горько», «Легенда №17». Второй — 8-серийный «шпионский» телевизионный фильм на английском вместе с американским сценаристом Уиллом Стюартом.

Конкретных продаж или заказов пока нет, но они будут, если будет классная идея, считает Найшуллер. «Сегодня искусство — это то, что относительно легко сделать, но не так просто придумать. Поэтому ты решаешь, как придумывать, и идешь делать, все инструменты есть», — говорит Илья. ■

**\$14,3**

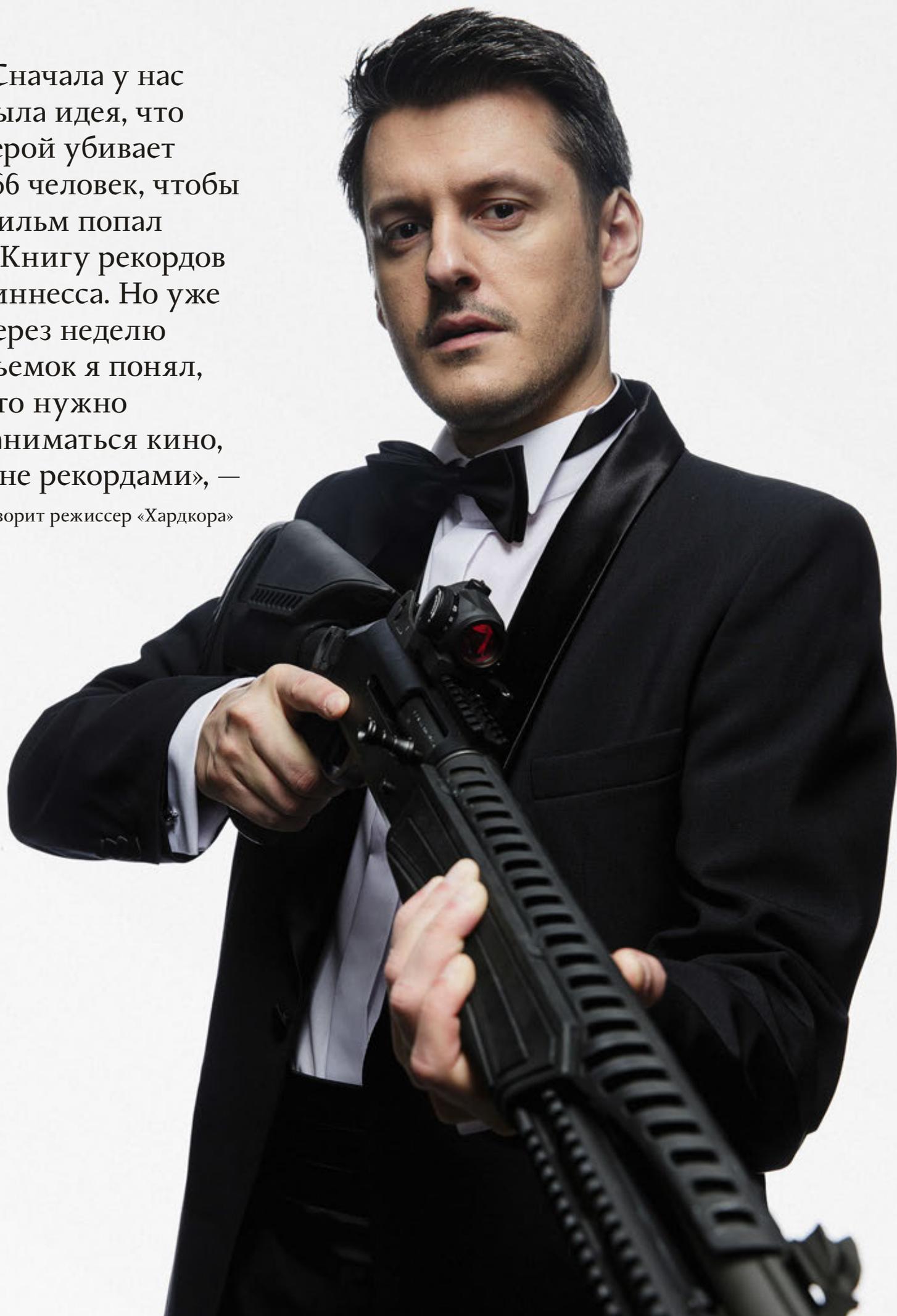
— сборы фильма  
в мировом прокате

**₽175**

млн — сборы  
в России

Источники: Box Office Mojo,  
kinopoisk.ru

«Сначала у нас была идея, что герой убивает 166 человек, чтобы фильм попал в Книгу рекордов Гиннеса. Но уже через неделю съемок я понял, что нужно заниматься кино, а не рекордами», — говорит режиссер «Харджора»



**\$3**

млн — примерный бюджет фильма «Хардкор» без учета расходов на рекламу

**3**

года заняли съемки фильма

**90**

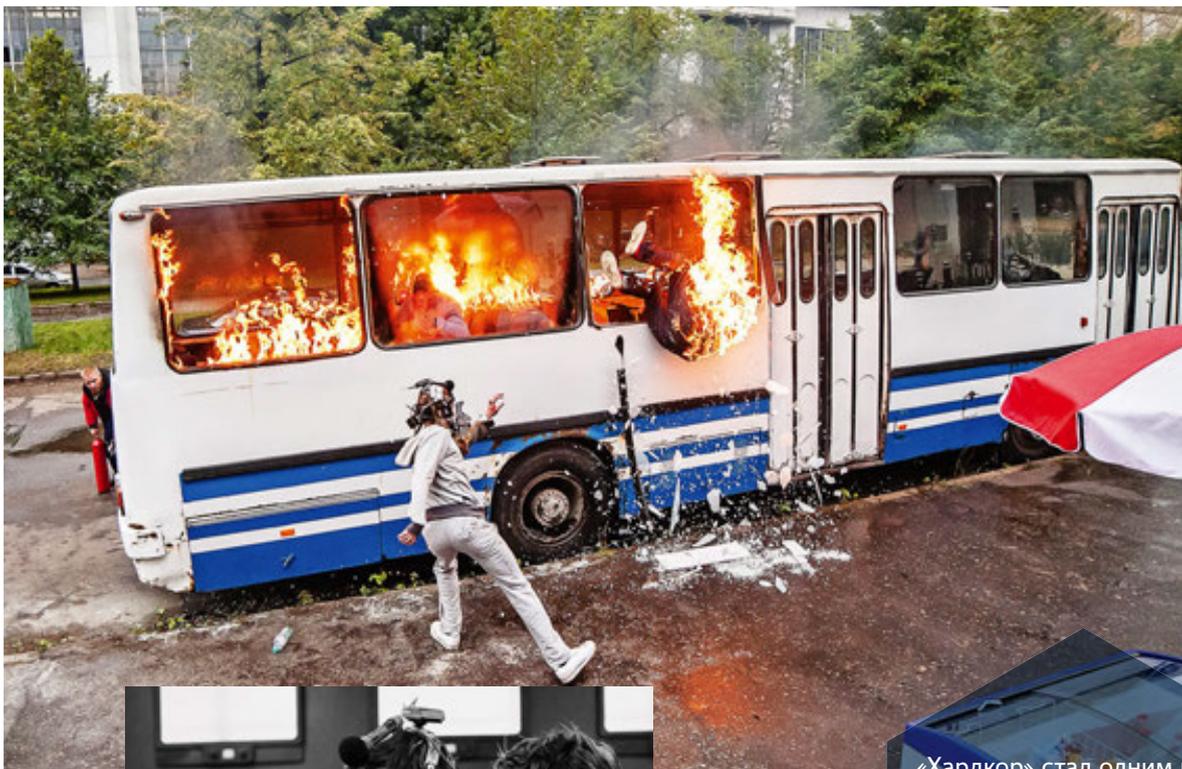
каскадерских смен было использовано в съемках фильма

**10**

каскадеров и операторов, а также сам Илья Найшуллер исполнили роль главного героя

Источники: IMDb, данные продюсеров





«Хардкор» стал одним из первых фильмов, почти полностью снятых на видеокамеру GoPro. В ходе съемок разбили не один десяток камер, вспоминает Илья Найшуллер



ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА ИЛЬИ НАЙШУЛЛЕРА

# Бизнес на старости

## Как и почему изменился «банк для пенсионеров»

Как маленький Совкомбанк стал большим на кредитах для людей, которым было не принято давать займы, и почему с началом финансового кризиса стал еще больше, войдя в российский топ-20?

Текст: Юлия Полякова

17 декабря 2014 года — черный день для российских финансов. ЦБ РФ резко поднял ключевую ставку — на 6,5 п.п., до 17%. Курс валют зашкалил, на рынке началась паника. Регулятор ввел беспрецедентные меры поддержки банков, которые неделю занимались «латанием дыр» — попытками остановить отток вкладов и поддержать баланс. Тогда же Moody's первым из трех международных рейтинговых агентств объявило о росте вероятности введения правительством России моратория на погашение внешних долгов. Moody's также не исключило дефолта правительства по собственным обязательствам, а агентство S&P поставило суверенный рейтинг России на пересмотр с негативным прогнозом — в сторону «мусорной» зоны.

**25 декабря 2014 года иностранцы ушли на каникулы, а вернувшись через неделю, начали массивную распродажу российских ценных бумаг.** «По обе стороны океана инвесторы скидывали бумаги по любым ценам. Дисконт был 10%», — вспоминает сооснователь, акционер и первый зампред Совкомбанка Сергей Хотимский.

Наблюдательный совет Совкомбанка собрался еще 29 декабря, просмотрев 30 крупнейших эмитентов на предмет установления на них лимитов. Со 2 января 2015 года все казначейство банка работало с утра до ночи, скупая бумаги на дне. Со 2 по 10 января Совкомбанк купил бонды на \$500 млн, уже к концу января за счет роста бумаг в цене эта стратегия принесла банку прибыль \$50 млн.

«Мы не единственные, кто работал в те дни. Но банков, успевших и повысить лимиты, и обеспечить работу казначейства без выходных, почти не было. Много бумаг скупили, например, российские олигархи со своих частных западных счетов, — говорит Хотимский. — Почему? Потому что у них система принятия решений — мгновенная. Они сами хозяева своим деньгам, они сами принимают решения быстро и эффективно. Вот и мы к деньгам банка относимся по-хозяйски».

### Очередь в банкиры

«Первый бизнес? В 14 лет за деньги стоял за других людей в очередях», — вспоминает Сергей Хотимский. Если серьезно, в конце 1990-х у выпускника Международного университета в Москве была маленькая компания, занимавшаяся регистрацией фирм. «Настоящим» бизнесом тогда занимался старший брат Дмитрий, который был совладельцем холдинга, состоящего из нескольких комбинатов — мясного, молочного и хлебного. Сергей иногда помогал брату покупать активы. В частности, молочные заводы в Тимашевске и Волгограде были впоследствии проданы компаниям «Вимм-Билль-Данн» и «Юнимилк».

**В 2001 году в возрасте 23 лет Сергей вместе с приятелем Михаилом Клюкиным купили в Костромской области БуйКомБанк.** Банк был

Продолжение ➔

**19,3**

млрд руб. составила прибыль Совкомбанка за 2015 год

**18,5**

раза — таков рост прибыли банка за 2015 год

Источник: отчетность Совкомбанка по МСФО

A man in a dark blue short-sleeved shirt and dark trousers is sitting on a red boat. He is looking to his right with a slight smile. The boat is on a wooden dock. In the background, there are several red kayaks stacked on a wooden rack. The sky is filled with dramatic, golden clouds, suggesting a sunset or sunrise. The water is calm and reflects the light from the sky. The overall mood is serene and contemplative.

Сергей Хотимский  
стал совладельцем  
Совкомбанка в возрасте  
23 лет: тогда у него еще  
было старое название —  
БуйКомБанк

ФОТО: ВЛАДИСЛАВ ШАТИЛО ДЛЯ РБК

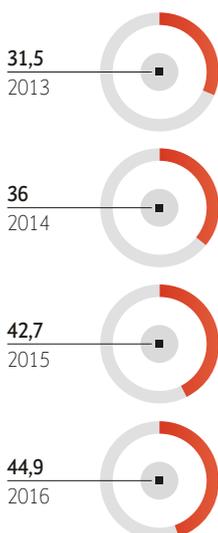


## Совкомбанк

На 1 января 2016 года банк занял 20-е место по активам (523,6 млрд руб. по РСБУ), поднявшись за год на 20 позиций. Активы выросли за счет ценных бумаг (почти 50% активов): в основном это облигации. За 2015 год портфель облигаций вырос в 2,5 раза, до 227 млрд руб. Объем межбанковских кредитов увеличился почти с нуля до 77,1 млрд руб.

### Доля облигаций в активах Совкомбанка\*

2013–2016 | %



\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

Продолжение →

открыт в 1990 году в городе Бусе, в нем работало около десяти человек. Плана всерьез заняться банковским бизнесом не было, признается Хотимский. «Идея была — купить банк в регионе за \$200 тыс., перевести в Москву, получить генеральную лицензию и продать за \$1 млн. Чистая спекуляция, — вспоминает Сергей. — Миллион — это были для нас какие-то бесконечные деньги, как сейчас по восприятию, наверное, миллиард». План простой, но денег не было, добавляет он: «У меня \$25 тыс. и у Миши [Клюкина] — \$25 тыс., а надо было \$300 тыс.». Хотимский и Клюкин стали искать партнеров. Среди тех, кто решил войти в проект, был основатель галереи «Совком» Юрий Тюхтин. Председателем правления банка стал Николай Журавлев, впоследствии лидер регионального отделения «Единой России», который до ухода владел чуть менее чем 2%. В 2011 году Журавлев стал сенатором от Костромской области и покинул этот пост, говорит с РБК он отказался.

Деньги в итоге собрали, банк купили, но спекуляция не удалась. «Проверить все это мы планировали за полгода. Однако «по дороге» мы влюбились в банковский бизнес и остались в нем навсегда», — вспоминает Хотимский.

**Весной 2004 года БуйКомБанк, переименованный в Совкомбанк, получил генеральную лицензию ЦБ РФ, но до 2007-го находился далеко за пределами первой сотни банков и специализировался на малом и среднем бизнесе.** Хотели зарабатывать больше, но в корпоративном секторе конкурировать небольшому региональному банку было нереально, говорит Хотимский. «Мы при этом поняли, что научились эффективно привлекать деньги вкладчиков. У нас было хорошо с ликвидностью. Вопрос был в том, куда эти деньги разместить с максимальной выгодой», — поясняет он. И Совкомбанк решил стать розничным.

### Несущийся поезд

В 2007 году на Совкомбанк вышла тогда еще крупная израильская группа Kardan. В России она владела банком «Региональный кредит» и кредитным брокером АРКА с большой офисной сетью за Уралом. Брокера Kardan хотела продать.

До кризиса 2008-го кредитные брокеры были в моде: они выступали посредниками при выдаче кредитов гражданам и хорошо знали потребительскую аудиторию, но не занимались вкладами. Совкомбанк и Kardan решили, что могут быть полезны друг другу. В июне 2007 года владельцы Совкомбанка и входящая в Kardan голландская компания TBIF Financial Services BV договорились о создании холдинга. Совкомбанк стал владельцем 100% группы АРКА, а Kardan получила половину Совкомбанка, внося в его капитал в общей слож-

ности \$65 млн наличными. С учетом оценки стоимости АРКА израильцы заплатили за 50% банка, около \$100 млн, говорит Хотимский.

**В 2008 году, сразу после покупки АРКА, владельцы Совкомбанка решили отказаться от малого и среднего бизнеса и сосредоточиться на рознице, подумав, что модель монолайнера будет максимально рентабельной.** «Скажу честно, мы не были тогда специалистами в рознице, абсолютно. У нас были ощущения, что в ней хорошо разбираются люди, у которых мы купили бизнес. Мы пользовались их базой — компетенциями, навыками, технологиями», — отмечает первый зампред Совкомбанка. Кризис 2008 года показал, что в новом бизнесе все работает далеко не так хорошо, как хотелось бы. Kardan этот кризис вообще подкосил: если в 2007 году рыночная капитализация группы доходила до \$1,5 млрд, то в июне 2016 года она составляла \$94 млн. Израильская группа вышла из Совкомбанка в 2012 году, продав свою долю Хотимскому и партнерам за \$130 млн.

«Мы оказались в несущемся поезде: вот мы в рознице, риски растут, потери тоже, вокруг огромное число крупных конкурентов, и мы, мелкие, что-то пытаемся делать», — вспоминает председатель правления и совладелец Совкомбанка Дмитрий Гусев, однокурсник Михаила Клюкина по Финансовой академии при Правительстве РФ, который пришел в банк в 2007 году из Deloitte. Он отвечает за организационные вопросы бизнеса, Сергей Хотимский — за операционные, управляют банком вместе. Совкомбанк также столкнулся с тем, что все выгодные ниши в рознице уже были заняты: в стране активно работали такие розничные банки, как «Русский стандарт», «Восточный экспресс», Хоум Кредит энд Финанс Банк. «Русский стандарт» в 2009 году, согласно его годовому отчету, был одним из лидеров POS-кредитования (кредиты на покупку товаров, которые выдаются населению в торговых точках). По состоянию на 31 декабря 2009 года кредитные программы «Русского стандарта» были представлены в 27,3 тыс. торговых точек практически во всех регионах России, указано в годовом отчете банка. У «Хоум Кредита», по данным отчетности банка, на тот момент было 32,8 тыс. пунктов продаж в магазинах более чем в 1200 городах. У «Восточного экспресса» было 360 отделений в 38 регионах. Основной акцент, сообщила пресс-служба «Восточного», был сделан на малые города с населением 60–150 тыс. человек.

В свою очередь **владельцы Совкомбанка пошли совсем в маленькие города с населением от 5 тыс. до 100 тыс. человек, выбирая те, где конкурентов не было.** Банк создавал мини-офисы площадью 7–10 кв. м (у «Русского стандарта» в эти годы были офисы площадью 100–150 кв. м, у «Восточного» — 50–60 кв. м). По сути, это

Продолжение →

## Теперь в вашем планшете!



Новое  
в бизнесе:  
люди, тренды,  
рейтинги



## Акционеры

В Совкомбанке три типа акционеров. Во-первых, акционеры-менеджеры. Во-вторых, акционеры, которые владеют довольно большими пакетами и активно работают в наблюдательном совете. Это председатель наблюдательного совета Михаил Кучмент (бывший совладелец сети магазинов «М.Видео», совладелец сети мебельных гипермаркетов Hoff), сооснователь Совкомбанка Михаил Ключин и Алексей Фисун (совладелец проекта «Рига Лэнд»). В-третьих, «пассивные» акционеры, которые, как уверяет сооснователь, акционер и первый зампред Совкомбанка Сергей Хотимский, полностью доверяют «активным». Число таких акционеров, по словам Хотимского, варьируется в зависимости от потребности банка в инвестициях: **«Когда нам, например, нужно профинансировать сделку, а у действующих акционеров денег не хватает, мы, как правило, привлекаем новых частных инвесторов. Можем привлечь на сделку пять-шесть человек, которые затем постепенно выходят из нашего бизнеса с премией».**

Продолжение →

просто стол, стул, сотрудник и два автомата по приему и выдаче наличных — cash in и cash out, объясняет Гусев. «Тогда это была революция, — говорит он, — согласитесь, офисы 100–150 кв. м и 7 кв. м очень по-разному окупаются».

По словам Гусева, точка Совкомбанка стоила меньше 1 млн руб. «Допустим, мы сделали офис не в том месте, ошиблись и через три-пять месяцев поняли, что он нам не приносит деньги. Ну и что? Взяли аппараты, разорвали договор аренды и переехали в другую точку. Окупается точка одной сделкой за день», — поясняет председатель правления. До сих пор 70% точек Совкомбанка расположено в небольших населенных пунктах.

**Второе маркетинговое решение Совкомбанка было еще более революционным: банк решил выдавать займы пенсионерам — людям, которым большинство других финансовых организаций кредитов не давали.** «Сначала рынок смотрел на нас, как на дурачков. Коллеги крутили пальцами у виска и говорили: как можно кредитовать людей в 75 лет — они же скоро умрут?» — вспоминает Хотимский.

## Выход на пенсию

Вообще-то ставку на пенсионеров владельцы банка сделали еще в 2002 году, когда БуйКомБанк стал Совкомбанком, переехав в Кострому. «Мы решили, что, если у нас будет «советское» название, пенсионеры нам доверят свои деньги», — поясняет Хотимский.

Со временем выяснилось, что пенсионеры — хорошие и верные клиенты (сейчас их доля среди всех вкладчиков банка составляет 76%). Они умеют откладывать деньги, несут их в банк, и у них есть располагаемый доход, который они могут тратить на уплату процентов по кредиту, рассуждает первый зампред Совкомбанка.

Не то чтобы кредиты пенсионерам не давал вообще никто. Например, «Восточный экспресс» предоставлял займы части пенсионеров — предельный возраст заемщика для получения кредита у банка был 65 лет. «Но какого-то отдельного кредитного продукта для этой категории клиентов мы не запускали», — сообщила пресс-служба «Восточного». «Русский стандарт», как рассказал РБК на условиях анонимности его бывший топ-менеджер, пытался выдавать POS-кредиты пенсионерам, но понял, что этот вид кредита им неинтересен, да и процентная ставка «за возраст», который считался повышенным риском, была больше, чем у более молодых клиентов.

**Начиная работать с Kardan, менеджеры Совкомбанка, подняв статистику, увидели, что**

**кредитов пенсионеры берут очень мало: их доля составляла около 3% от всех заемщиков. «Но мы посмотрели внимательно: они все гасят!» — говорит Гусев.**

Категория пенсионеров и людей старшего возраста кардинально отличается от рынка в среднем, утверждает Хотимский: это намного более дисциплинированные и качественные заемщики по всем показателям риска. Само принятие решения о кредите у пенсионера сильно отличается, объясняет он: такой клиент 100 раз подумает, зачем берет кредит, для чего, как будет его отдавать. А работающие пенсионеры, особенно в регионах, часто располагают большими доходами, чем их работающие родственники.

«Дальше мы мыслили просто: если это такие хорошие клиенты, то как нам сделать так, чтобы они брали не мало, а много? — вспоминает Хотимский. — Банальная мысль: давайте попробуем дать рекламу на ТВ. Денег у нас было мало, мы могли себе позволить только пятисекундный ролик на региональных каналах. Ролик был такой: «Кредиты пенсионерам. Номер телефона. Совкомбанк».

Масштабная кампания на федеральных каналах, лицом которой стал актер Борис Щербаков, появилась только в 2010 году. Но, как утверждают Хотимский и Гусев, даже первая скромная реклама дала свои плоды: в Совкомбанк пришло огромное количество клиентов. В течение года после этого доля пенсионеров достигла 40% в кредитах и стала основным драйвером роста.

В 2012 году в Совкомбанк пришел Андрей Спиваков, который с тех пор возглавляет розницу. Андрей был совладельцем блока пакетов акций и первым лицом динамично развивающегося в то время АлтайЭнергобанка. «Поэтому уговаривать его присоединиться к нашей команде пришлось несколько лет», — уточняет Хотимский. В итоге Спиваков продал свои акции и перешел в Совкомбанк. Именно Андрею, подчеркивает Хотимский, удалось построить систему управления рисками, которая позволила банку не уйти в минус по рознице даже в 2015 году, когда продажи кредитов рухнули вдвое.

## «Новая сберкасса»

Для пенсионеров в Совкомбанке сделано буквально все, от дизайна до манеры общения сотрудников с клиентами. «За четкое нишевое позиционирование мы расплачиваемся тем, что у нас с молодежью очень тяжело. Например, мы обслуживаем пенсионеров без очереди, людей помоложе это бесит, — рассказывает Хотимский. — Причем их не подгоняем: можем послушать историю, как дочка заболела, как что-то случилось. Это не создает молодежи комфорта в нашем офисе».

**В отделениях Совкомбанка нет ничего яркого, модного — специально, уточняет Хотимский: «По своему облику отделения должны напоминать госконторы». Общаться с людьми старшего возраста учат: в банке работает около 50 тренеров, сотрудники проходят тренинги, участвуют в вебинарах.**

Не способные научиться отсеиваются постепенно, добавляет Хотимский: «У нас, если у тебя не очень хорошие показатели, ты очень мало получаешь, если хорошие — очень много. Те, кто результат дать не может, находятся под таким прессингом и зарабатывают так мало, что сами уходят».

Но пенсионеры становятся все более продвинутыми, и у банка есть приложение для смартфона под названием «Мобильная сберкнижка». «Это упрощенный мобильный банк, переработанный в логике старшего поколения. Несколько огромных кнопок: нажал на одну — оплатил газ, нажал другую — перевел деньги внуку, — привел пример Хотимский. — Мы — модифицированная сберкасса. Мы должны все время идти вперед, но на несколько шагов позади наших конкурентов в использовании гаджетов, модных терминов, продвинутых продуктов».

Недавно у Совкомбанка появился опасный конкурент в этой нише: 31 марта этого года начал работу Почта Банк, новый розничный банк, созданный группой ВТБ и «Почтой России» на базе Лето Банка. Фокус Почта Банка — пенсионеры. За два месяца работы во многом благодаря рекламным роликам с актером Сергеем Гармашем знание бренда Почта Банка достигло 50% опрошенных компаний Analytics-Russia по заказу банка. Посещаемость сайта банка в ходе рекламной кампании увеличилась на 60%, а количество запросов «Почта Банк» в поисковой системе «Яндекс» выросло с 4 тыс. до 130 тыс. в неделю, сообщила пресс-служба банка со ссылкой на Analytics-Russia.

Хотимский и Гусев признают, что конкурировать с банком, который планирует переформировать 42 тыс. почтовых отделений в банковские, будет весьма непросто. Но Совкомбанк задумался о диверсификации бизнеса задолго до запуска конкурента и совсем по другой причине.

## Монолайнер

Заметные проблемы у российских розничных банков начались в 2014 году. В связи с повышением Банком России ключевой ставки кредиты для граждан резко подорожали, доходы населения стали падать, многие заемщики перестали аккуратно вносить платежи, что привело к росту просрочки у банков. Вдобавок банки существенно ужесточили требования к заемщикам, поэтому стали выдавать меньше займов.

По итогам 2014 года убытки по МСФО «Русского стандарта» составили 16 млрд руб., «Ренессанс Кредита» — 15,6 млрд руб., «Восточного экспресса» — 10,7 млрд, «Связного» — 7,6 млрд, «Хоум Кредита» — 4,5 млрд, ОТП Банка — 1,8 млрд руб. Прибыльными оказались только Тинькофф Банк (3,5 млрд руб.) и Совкомбанк (1 млрд руб.).

Еще в конце 2013 года Хотимского и Гусева, по их словам, вызвал к себе управляющий отделением Банка России по Костромской области, где зарегистрирован Совкомбанк. «Ребят, у вас же хороший банк? Хороший. Но с вашей бизнес-моделью, если вы останетесь «монолайнером», нам будет сложно поддерживать с вами нормальные отношения. Слишком большие риски, говорит, и дальше будет только хуже», — пересказал Хотимский содержание разговора. Банк России не дает комментариев о действующих банках.

**Корпоративно-инвестиционный блок владельцы Совкомбанка решили создать еще в 2012 году, предложив возглавить это направление Михаилу Автухову, в то время управляющему директору инвестбанка «Открытие Капитал».** «Я не был готов делать поворот в карьере. Но мысль о том, что мне дадут карт-бланш и я смогу вести бизнес так, как лучше всего его понимаю, меня с тех пор не покидала», — говорит Автухов. Переговоры с ним велись в несколько этапов, и лишь к середине 2015 года Автухов вышел в Совкомбанк на должность первого зампреда правления. За месяц собрал команду из 40 человек, куда вошли специалисты из «Открытия», «ВТБ Капитала», «Уралсиба», Росбанка. Какую компенсацию обещали Автухову, неизвестно, но он и Сергей Хотимский утверждают, что деньги были не главным аргументом.

«Сработала, как магнит, наша корпоративная культура: быстрое, эластичное принятие решений, прямой контакт с собственниками, — объясняет Хотимский. — Менеджеры банка являются крупными, хотя и не контролирующими собственниками. Я управляю банком, Дмитрий [Гусев] управляет банком, мой брат управляет банком, и мы — акционеры, мы принимаем решения».

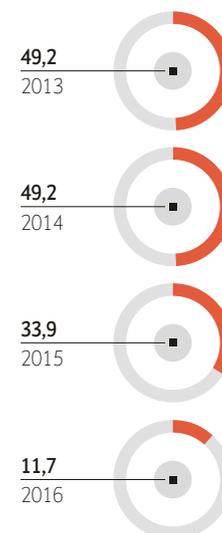
«Акционеры, которые в Совкомбанке не являются «ежедневными» менеджерами, очень плотно вовлечены в процесс управления банком через наблюдательный совет, — добавляет Автухов. — Каждый лимит, каждое решение — все хоть и проходит через набсовет, но очень быстро, ноль пробуксовки и бюрократии». Пресс-служба «Открытия» не стала комментировать его переход, отметив, что это было его «личное решение».

**Облигациями Совкомбанк занимается с 2009 года, за это направление изначально отвечал Дмитрий Хотимский.** До кризиса

Окончание →

## Доля кредитов физическим лицам в активах Совкомбанка\*

2013–2016 | %

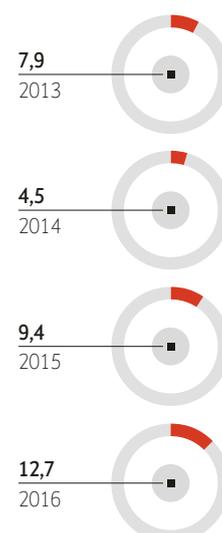


\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

## Доля кредитов предприятиям в активах Совкомбанка\*

2013–2016 | %



\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

## Размер активов Совкомбанка\*

2008–2016 | млн руб.

13 912,5  
2008

23 546,6  
2009

34 522,2  
2010

43 271,2  
2011

55 629,1  
2012

91 878,6  
2013

123 369,5  
2014

204 414,4  
2015

505 346,0  
2016

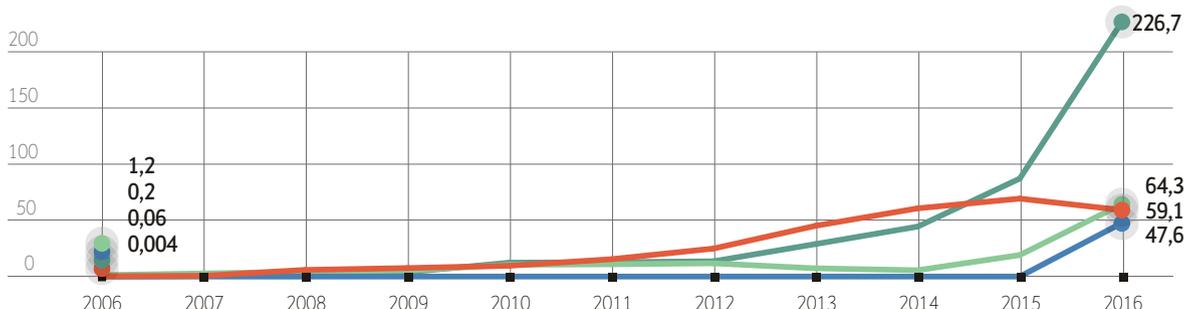
\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Активы-нетто, данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

## Структура активов Совкомбанка

2013–2016 | млрд руб.

● Кредиты физическим лицам ● Кредиты субъектам РФ ● Кредиты предприятиям ● Облигации



\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

### Окончание →

2008 года был собственный хедж-фонд в США — IGI, — занимавшийся акциями и commodities (биржевыми товарами). С российскими акциями фонд не работал, говорит его брат Сергей, но после 2008 года в России открылись новые возможности в области облигаций, Дмитрий бросил Нью-Йорк и вернулся в Россию. Сейчас он является акционером Совкомбанка (ему и Сергею принадлежит около 40% акций), занимает пост советника председателя правления и управляет принадлежащим банку портфелем облигаций с фиксированным доходом.

## Новый бизнес

Согласно данным Sбonds, Совкомбанк по итогам 2015 года вошел в пятерку лучших организаторов рыночных выпусков облигаций и занял второе место после «ВТБ Капитала» по муниципальным размещениям. Такого результата банку, известному благодаря рекламе «пенсионных» кредитов, удалось достичь всего за неполный год, а до 2015-го Совкомбанк вообще не занимался организацией таких размещений.

Лидерский состав организаторов рыночных выпусков долго был стабильным, в него входили государственные Sberbank CIB (Сбербанк), «ВТБ Капитал» (ВТБ) и Газпромбанк, говорит управляющий портфелем облигаций «Райффайзен Капитала» Константин Артемов. «Приблизиться к ним — серьезный успех для частного игрока», — считает он. По данным Sбonds, на 1 января 2016 года объем совместных рыночных размещений Sberbank CIB и Сбербанка составил 208,8 млрд руб. (доля на рынке — 15,9%), Газпромбанка — 174,5 млрд руб. (доля — 13,3%), а Совкомбанка — 111,3 млрд руб. (доля на рынке — 8,5%).

После событий конца 2014 года у банка появились и крупные корпоративные заемщики.

«По сути, произошло импортозамещение. Раньше Совкомбанк не мог пойти в крупнейшие российские компании и сказать: «Давайте я вам дам кредит», — с нами бы никто не стал разговаривать», — отмечает Хотимский. По его словам, Совкомбанк не мог конкурировать по размеру ставок по кредитам с ведущими международными банками, которые имели огромные лимиты на Россию. «То, что они не забирали, жестко контролировали госбанки, что-то традиционно доставалось Альфа-банку (крупному частному банку. — РБК)», — добавляет Хотимский, а капитал Совкомбанка не позволял обсуждать с крупными клиентами серьезные сделки.

Дело в том, что иностранные банки, которые кредитовали крупнейшие компании России через синдикаты, выпуски евробондов, собственные балансы и фонды своих клиентов, ушли из-за санкций. Госбанки не могут или не успевают рефинансировать все, и у банков размера Совкомбанка появилась возможность вступать во взаимоотношения с крупнейшими компаниями, говорит Хотимский: «Чем мы и воспользовались». **Теперь у банка очень большая доля активов в кредитовании субъектов Федерации, муниципалитетов и крупнейших российских компаний: почти все его корпоративные клиенты — с государственным участием.**

За два последних года доля розницы в активах банка сильно упала. Согласно отчетности по МСФО, активы Совкомбанка на 1 января 2016 года составляли 468,1 млрд руб. — за два года они выросли в 3,8 раза. При этом, если на 1 января 2014-го розница в активах банка составляла 49,4%, то через два года — 14,5%, хотя портфель кредитов физлицам за это время даже вырос. Кредитов юрлицам в начале 2014-го у банка почти не было, тогда как к 1 января 2016 года они занимали уже четверть портфеля активов. Доля ценных бумаг в активах за этот период выросла с 35,6 до 44,2%.



Председатель правления Дмитрий Гусев пришел в Совкомбанк в 2007-м из компании Deloitte. Сейчас он отвечает за организационные вопросы бизнеса

ФОТО: ВЛАДИСЛАВ ШАТИЛО ДЛЯ РБК

## Главная ставка

Если судить по структуре активов, Совкомбанк уже не является просто «банком для пенсионеров». Какая связь между такими разными бизнесами, как кредиты пожилым людям, займы крупным компаниям и муниципальными облигациями?

**«Весь наш баланс и в активах, и в пассивах состоит из чего-то, связанного с государством. Потому что в России все, что не связано с государством, очень ненадежно», — говорит Сергей Хотимский.** Ставка на пенсионеров — это тоже ставка на государство, потому что именно оно платит им пенсию, а муниципалитеты не будут брошены на произвол судьбы даже в случае технического дефолта, развивает он свою мысль. В отношениях с бизнесом Совкомбанк старается сосредоточиться на компаниях too big too fail, которым то же государство не даст упасть. Среди таких Хотимский называет «Северсталь» и АвтоВАЗ.

**Бизнес Совкомбанка растет не только органически. В феврале 2014 года банк за \$200 млн купил 100% акций GE Money Bank у корпорации GE.** В марте 2015 года стал владельцем банка ICICI, который, изменив название на Современный коммерческий ипотечный банк (СКИБ), специализируется на выдаче и обслуживании ипотечных кредитов и на предоставлении

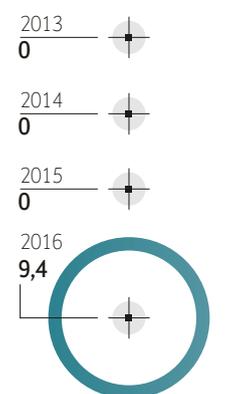
банковских гарантий. Его Совкомбанк купил за \$30 млн. В сентябре 2015 года Совкомбанк стал санатором Экспресс Волга Банка. Этот банк сейчас входит в топ-50 по активам. Ранее он принадлежал финансовой группе «Лайф»: ее головным банком был Пробизнесбанк, у которого летом прошлого года ЦБ отозвал лицензию, в том числе из-за размещения денег в «рисованные» ценные бумаги.

О планах Хотимский и Гусев говорят осторожно. «Нам не хватает способностей разработать стратегический план на много лет или какие-то суперпередовые технологии, — поясняет Сергей Хотимский. Мы действуем от квартала к кварталу. Например, два дня назад у нас был совет директоров. Я презентовал стратегию: она на 180 градусов отличалась от того, что я презентовал три месяца назад. Тогда были планы вернуться в малый и средний бизнес, но теперь я понял, что вновь сформировалась благоприятная среда в рознице и нужно вновь прежде всего развивать именно ее».

По-другому, считает Хотимский, в России делать бизнес сложно. **«Многолетние планы терпят коллапсы не потому, что они плохие, а потому, что в России очень быстро меняется ситуация.** Мы мыслим достаточно примитивно, быстро направляя ликвидность, капитал и усилия туда, где в моменте высокая отдача», — заключил совладелец Совкомбанка. ■

## Доля кредитов субъектам РФ в портфеле активов Совкомбанка

2013–2016 | %



\* Отчетность Совкомбанка по РСБУ. Данные на 1 января соответствующего года

Источник: «Интерфакс-ЦЭА»

# Деньги на ринге

## Зачем Андрей Рябинский тратит миллионы на бокс

«Я изначально хотел просто дать денег и все — идите, сделайте. Но в итоге пришлось заниматься всем самим, и сейчас у нас работают ребята, которые занимаются боксом как работой. А для меня это хобби», — говорит совладелец группы компаний МИЦ и основатель промоутерской компании «Мир бокса» Андрей Рябинский

Текст: Валерий Игуменов, Роман Асанкин

Торги за право провести бой между украинцем Владимиром Кличко и россиянином Александром Поветкиным проходили в мае 2013 года в Панаме — их результат был полной неожиданностью. Фирма братьев Кличко K2 заявила о готовности заплатить двум боксерам \$6,01 млн, немецкая Sauerland Promotion, имевшая подписанный контракт с Поветкиным, — \$7,13 млн. Но победила на торгах фирма Hrunov Promotions, которую учредил менеджер российского боксера Владимир Хрюнов: она предложила \$23,23 млн.

Огорошенный менеджер Кличко Бернд Бенге в интервью газете Bild назвал цифру «абсурдной» и заявил, что потребует выплатить чемпиону его долю гонорара — 75% этой суммы — еще до боя. Для сильно уступающего американскому европейского рынка профессионального бокса сумма выглядела несоразмерно огромной, к тому же Хрюнов ранее никогда не проводил бои с подобным гонорарным фондом. Но он и не утверждал,

что это его деньги: средства выплатило ООО «ОблСтройФинанс», входящее в строительную группу компаний МИЦ, основным владельцем которой является Андрей Рябинский.

**«Когда Саша должен был проводить бой с Кличко, стало понятно, что его просто сольют, то есть деньгами выкупят этот тендер и заберут бой в Германию, где он закономерно проиграет»,** — заявил Рябинский в интервью РБК. Рябинский — боксер в прошлом и вице-президент Федерации профессионального бокса в настоящем. Группа компаний МИЦ и ранее выступала спонсором боксерских поединков, но не была их организатором. Почему начать решили с этого боя?

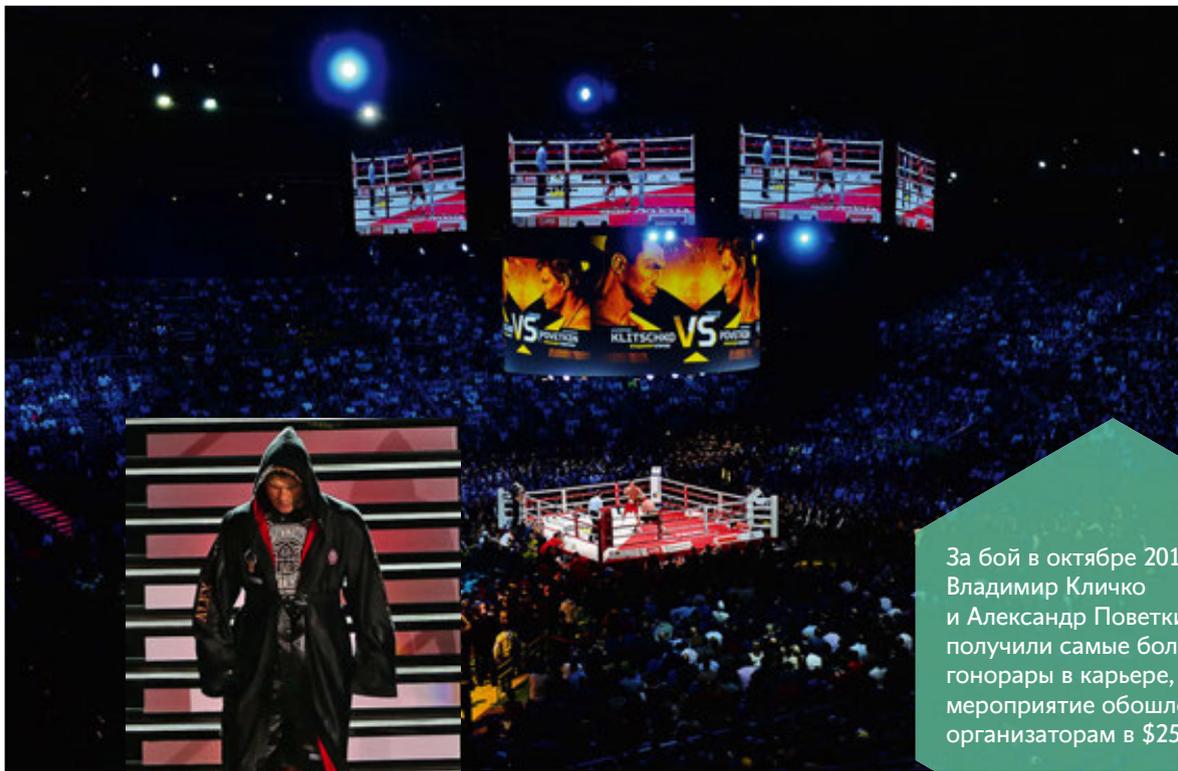
На кону стояли четыре чемпионских пояса Владимира Кличко, на которые претендовал еще один чемпион мира, Александр Поветкин: боев такого уровня в России никогда не было.

Продолжение →

Можно ли зарабатывать на боксе в России? «Мы будем в этом направлении двигаться, но это не цель. Мы просто это делаем, потому что мне это нравится» —

говорит основатель «Мира бокса»

Андрей Рябинский



За бой в октябре 2013 года Владимир Кличко и Александр Поветкин получили самые большие гонорары в карьере, а все мероприятие обошлось организаторам в \$25 млн

**Бой Поветкин — Кличко**

**\$17,4**

млн — гонорар Владимира Кличко

**\$5,8**

млн — гонорар Александра Поветкина

**€5,5**

млн — заплатил за право трансляции боя немецкий телеканал RTL

**5,4**

млн человек посмотрели бой по ТВ в России

Источники: «TNS Россия», «Мир бокса»



ФОТО: ВЛАДИМИР ВЯТКИН/МИА «РОССИЯ СЕГОДНЯ» (3), GETTY IMAGES

Продолжение →

До 2013 года было две попытки организовать бой украинского и российского тяжеловесов — обе закончились неудачей, но интерес к бою был так высок, что к нему проявил интерес еще один спонсор боксерских поединков — компания «Роснефть».

Рябинский утверждает, что до какого-то момента не знал об интересе компании к бою Поветкина, так же как и «Роснефть» не знала о Рябинском. «Мне раздался звонок: говорят, вы не хотели бы переговорить на эту тему с Игорем Ивановичем (Сечиным. — РБК). Я говорю: да, конечно. До этого мы не были знакомы, встретились, поговорили», — рассказывает Рябинский (пресс-служба «Роснефти» отказалась от любых комментариев). «Я понял, что он заинтересован в этом бое. Предложил все сделать вместе. Все вложения пополам, доходы, если будут, пополам, убытки пополам. Интересно? Да, говорят, интересно. Так и сделали», — рассказывает руководитель ГК «МИЦ».

«Бой Кличко — Поветкин стал выходом Андрея Рябинского на большую сцену профессионального бокса. Он выбрал правильное время и событие — мероприятие стало главным событием мирового бокса 2013 года, к нему было приковано внимание почти всех мировых СМИ и боксерского сообщества», — говорит директор промоутерской компании «Академия бокса» Олег Жадобин.

Бой состоялся 5 октября 2013 года в спорткомплексе «Олимпийский» в Москве: на глазах у 14 тыс. зрителей спорткомплекса Поветкин проиграл бой, впервые за карьеру оказавшись в нокауте, но продержавшись в тяжелом и вязком бою все 12 раундов.

**У боя были рекордные показатели на ТВ: по данным компании «TNS Россия», ночную трансляцию на «Первом канале» в Москве посмотрели 1,6 млн телезрителей, рейтинг составил 13,9%, доля аудитории — 41,4%, что сопоставимо с рейтингами финала чемпионата мира по футболу, прошедшего годом ранее.** В целом бой посмотрели 5,4 млн человек только в России, он транслировался также на США, Германию и другие страны.

Благодаря продажам билетов, рекламы и телевизионных прав (по словам Рябинского, только немецкий канал RTL заплатил за трансляцию €5,5 млн) \$25 млн, потраченные ГК «МИЦ» и «Роснефтью» на гонорары боксеров и организацию боя, почти удалось отбить, «хотя такой задачи и не было», добавляет он. Для «Роснефти» опыт стал первым и пока единственным, а вот Рябинский организовал компанию «Мир бокса» и стал одним из крупнейших организаторов боксерских поединков в России.

Пути Рябинского с Владимиром Хрюновым при этом разошлись еще до октябрьского боя: в июле 2013 года о расторжении контрактов с менеджером заявили Поветкин и еще ряд российских боксеров, которые в итоге оказались в «Мире бокса».

«Я никого не забирал. Все приняли решение уходить сами, — говорит Рябинский. — Что касается заключенных (с Хрюновым. — РБК) контрактов, то они были такими, что подразумевали подобную возможность». Владимир Хрюнов отказался отвечать на вопросы РБК, заявив, что намерен описать работу с Рябинским в книге, контракт на которую у него подписан с одним из российских издательств.

## Мир бокса

По данным сайта Федерации профессионального бокса, в России зарегистрированы 22 промоутерские компании в этой сфере. По оценке директора промоутерской компании «Академия бокса» Олега Жадобина, активны не больше десяти из них. «Именно благодаря этим энтузиастам в стране существует профессиональный бокс», — говорит он.

«В «Мире бокса» собралась хорошая команда: все, начиная от обычных помощников, заканчивая юристами, — хорошие специалисты. Когда я подписал контракт с «Миром бокса», многие вещи в моей жизни наладились, дела пошли, как говорится, в гору», — заявил боксер Денис Лебедев, отвечая на вопросы РБК. Лебедев присоединился к компании Рябинского летом 2014 года, с тех пор четырежды успешно защитил титул чемпиона мира по версии WBA и завоевал титул чемпиона мира по версии IBF.

Контракты с «Миром бокса» есть у шести боксеров, которых Рябинский называет «основным» составом: это упомянутые выше Поветкин и Лебедев, а также Григорий Дрозд, Рахим Чахкиев, Эдуард Трояновский и Дмитрий Кудряшов. «В общей сложности у нас сейчас, наверное, 13 человек и на примете еще 20 тех, кого бы я взял, если бы ситуация была такой, какой была до кризиса», — говорит Рябинский.

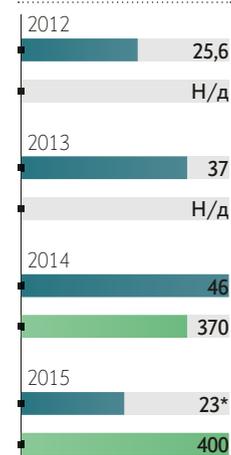
Как и все строительные компании, ГК «МИЦ» переживает нелучшие времена: в 2014 году выручка группы составляла 46 млрд руб., а по итогам 2015 года она упала почти вдвое, говорит Рябинский, не назвавший других финансовых показателей. «Дело не только в деньгах: мое личное время сильно ужимается на бокс и прочие причуды, потому что нужно уделять время основному бизнесу. А бокс живет абсолютно за счет МИЦа, ну это штука, которую мы содержим», — поясняет он.

Окончание →

## Группа компаний «МИЦ»

2012–2015

● Выручка, млрд руб.  
● Ввод жилья, тыс. кв. м



\*Оценка РБК

Источник: данные компании

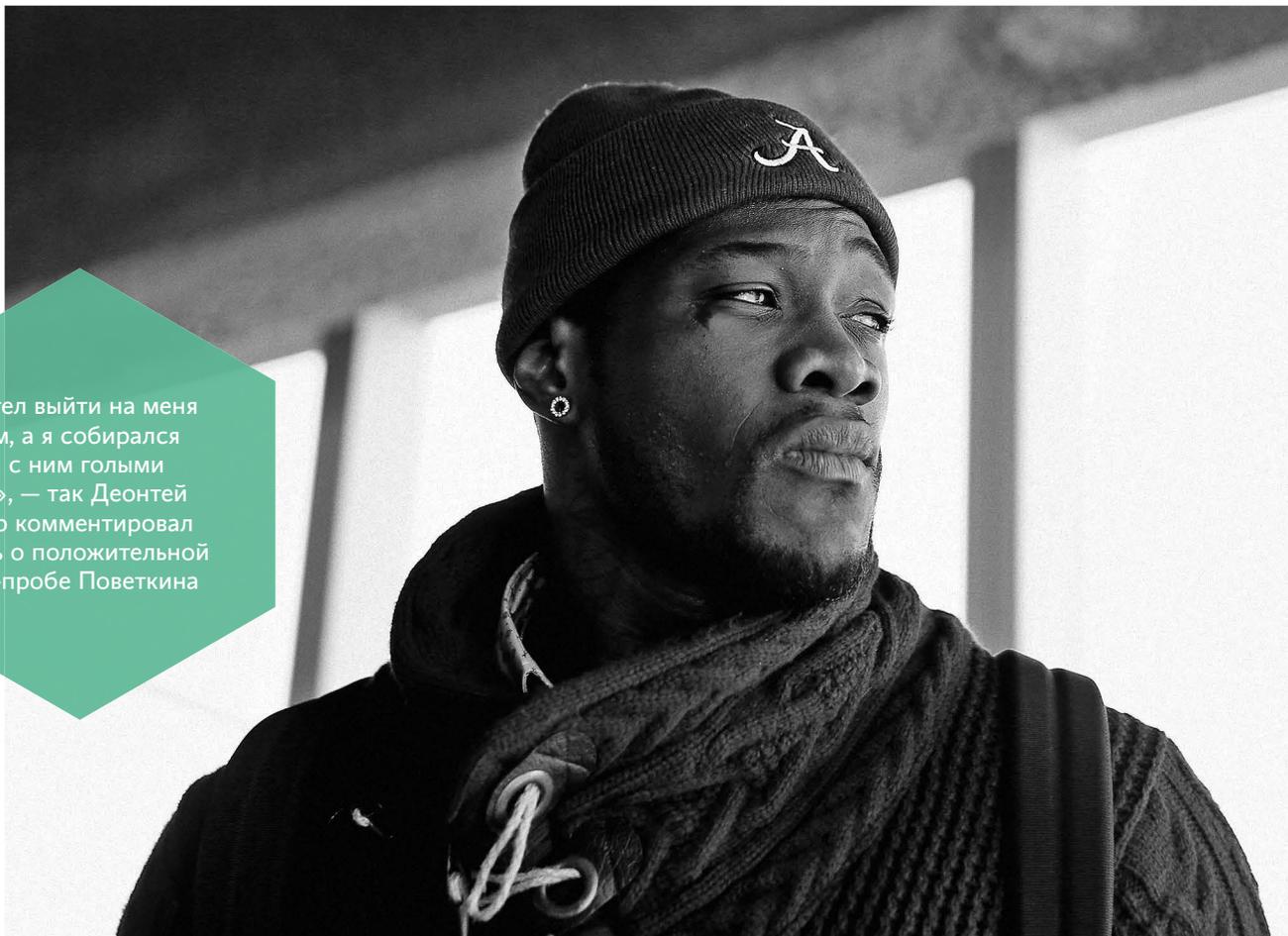


ФОТО: GETTY IMAGES

«Он хотел выйти на меня с ножом, а я собирался драться с ним голыми руками», — так Деонтей Уайлдер комментировал новость о положительной допинг-пробе Поветкина

## \$5

млн — сумма иска промоутеров Уайлдера к «Миру бокса»

## \$34,5

млн — сумма иска «Мира бокса» к Уайлдеру и его промоутерам

## \$4,5

млн — деньги на счете эскроу в банке, депонированные как гонорар Уайлдера

Источник: DiBella Entertainment, «Мир бокса»

Окончание →

Мы — это Рябинский и второй совладелец ГК «МИЦ» Александр Копылков. «Мой партнер по бизнесу поддерживает мою идею, считает, что это полезно для МИЦа, для общего имиджа, для каких-то возможностей. Поэтому мы тратим деньги МИЦа на это. Если бы это было не так, я тратил бы свои личные», — говорит Рябинский.

«Если бы вы неделю назад спросили меня, как я отношусь к боксу, — нормально, как обычный зритель. Но я тут взял два урока бокса, и теперь он мне очень нравится», — смеясь, рассказал Копылков в интервью РБК. Но партнер Рябинского не планирует принимать участие в деятельности «Мира бокса», как, впрочем, и в деятельности ГК «МИЦ». «Я, по сути, на пенсии, являюсь пассивным инвестором и полностью доверяю моему другу и партнеру», — отметил он.

Суммы, которые тратятся на бокс, зависят от количества и уровня мероприятий и различаются год от года. Боев уровня Поветкин — Кличко пока не было, и по итогам 2015 года расходы ГК «МИЦ» по всем статьям, связанным с боксом, составили 545 млн руб. Благодаря продаже билетов, рекламы и прочего окупить удалось больше

половины, около 320 млн руб., рассказывает Рябинский.

«Для доходов МИЦа это существенного значения не имеет, то есть примерно \$3,5 млн по году я заплатил за то, чем я увлечен. Если бы я зарабатывал \$5 млн, я бы не стал \$3,5 млн из них тратить на бокс, а если, условно, \$50 млн, то, наверное, могу», — говорит Рябинский. Для сравнения: на рекламу, по его словам, ГК «МИЦ» тратит около 60 млн руб. в месяц. И в каком-то смысле поддержку бокса тоже можно считать частью имиджевой и рекламной кампании группы, соглашается Рябинский.

«Было так, что я приезжаю на переговоры по сложной сделке, еду и голову ломаю — как вообще договариваться, позиция у нас слабая. Приезжаю, а меня спрашивают, как там Саня Поветкин, как дела, как вот это и то, и мы час разговариваем о боксе, потом за 15 минут решаем вопрос по делу, с улыбками на лице. Так действительно было уже несколько раз», — говорит глава ГК «МИЦ».

Должен ли «Мир бокса» вообще приносить доход его учредителям? «Это возможно, и мы будем в этом направлении двигаться, но это не

цель. Мы просто это делаем, потому что мне это нравится. Если эта история когда-то будет за рубежом локально превращаться в бизнес, а предпосылки к этому есть, — прекрасно, будем на этом тоже зарабатывать», — отвечает Рябинский.

Зарабатывать на проведении боев в России сейчас невозможно, считает он, и одна из главных причин — российские телеканалы не готовы платить серьезные деньги за права на показ боксерских боев. «И самое неприятное, что я могу их понять, российские каналы, у них нет этого бюджета, они не в состоянии. Когда я понимаю, что из ряда каналов, которые не смогут заплатить, мне надо выбрать, я выбираю тот, к которому у меня душа лежит», — говорит Рябинский (сейчас «Мир бокса» сотрудничает с «Матч ТВ»).

Быть прибыльным в России не получается и у спорта, который соперничает с боксом за внимание зрителей в последние годы — у смешанных единоборств, говорит Вадим Финкельштейн, президент компании M-1 Global. Поэтому в России бокс и ММА не конкурируют — им просто нечего делить, добавляет он: «У нас нет пирога, каждый борется лишь за престиж и понты».

Основную часть доходов российских промоутеров составляют рекламные контракты и продажа билетов, это позволяет хоть как-то оставаться на плаву, говорит Олег Жадобин из «Академии бокса». Чтобы российские телеканалы начали платить за трансляцию поединков, в России должны проходить бои с участием звезд мирового масштаба, считает он. «Бой Поветкин — Уайлдер однозначно принес бы прибыль. На боях боксеров уровнем ниже нужно очень постараться, чтобы собрать стадион и хотя бы окупить затраты», — поясняет он.

Поединок Александра Поветкина с американцем Деонтеем Уайлдером должен был пройти 21 мая 2016 года. Интерес к бою проявлял, в частности, канал НВО, с которым обсуждалась сумма «между \$500 тыс. и \$1 млн», рассказывает Рябинский, который в то же время говорит, что «если бы бой состоялся сейчас, мы бы ушли в большой минус». Провести бой помешала главная спортивная проблема России последних месяцев — мельдоний, но владелец «Мира бокса» готов биться до конца.

## Бой вокруг мельдония

В феврале 2016 года «Мир бокса» выиграл торги за право проведения боя за титул чемпиона мира по версии Всемирного боксерского совета (WBC) между чемпионом Уайлдером и претендентом на титул Поветкиным: компания Рябин-

ского заявила о готовности заплатить бойцам \$7,15 млн.

Но в апреле в ходе тестирования боксеров, которые проводила Ассоциация по добровольному тестированию на допинг (VADA), работающая с WBC, в одной из пяти проб Поветкина были обнаружены следы мельдония — 0,07 микрограмма. В связи с этим WBC создал комиссию для подробного расследования этого случая, а бой был отложен до завершения работы этой комиссии.

**«В этот момент начинается травля в Америке, Уайлдер в прессе говорит про нас гадости, его промоутер ведет себя некорректно по отношению к нам. Они повторяют, что Поветкин — читер, мошенник, на допинге всю жизнь и т.д.», — возмущается Рябинский, подчеркивая, что российский боксер не был обвинен в использовании допинга и комиссия еще не завершила свою работу.**

Между тем в июне 2016 года представители Уайлдера подали в суд на «Мир бокса», требуя \$5 млн за нарушения контракта. Выждав чуть больше недели, компания Рябинского тоже обратилась с иском — уже на \$34,5 млн, в Федеральный окружной суд Южного округа Нью-Йорка. Ответчиками по иску являются Деонтей Уайлдер, промоутерская компания DiBella Entertainment и ее президент Лу Дибелла.

«Это не просто история о защите чести и достоинства, это история о защите деловой репутации... У Поветкина все будет хорошо, а у наших оппонентов всегда все будет плохо», — обещает Рябинский. Сам бой Поветкин — Уайлдер обязательно состоится, говорит глава «Мира бокса»: «Если все будет нормально, до конца года, на тех же самых условиях, в том же самом месте, которое я наметил, и на тех условиях, на которых я хочу».

Раздутый вокруг боя скандал в конечном счете может подстегнуть интерес к нему и сделать возможным, например, его включение в систему pay-per-view (сервис, позволяющий абонентам кабельных каналов платить за трансляции конкретных боев. — РБК). «Единственное, что тогда бой надо будет делать в пять утра по Москве, но я это тоже не вижу проблемой: можно сделать ночь бокса, как ходят же люди на ночь музеев, я сам ходил, мне понравилось, очень классно», — проводит Рябинский неожиданную аналогию.

Бой Поветкина и Уайлдера мог бы окупиться в США, а здесь, скорее всего, принесет убытки, добавляет он: **«Но если это для меня не бизнес, для меня важно, чтобы это видели россияне в России, чтобы дома стены помогли, ну и чтобы здесь были весь ажиотаж и красота.»** ■

# РБК ЖУРНАЛ

РЕКЛАМА 16 +

## Журнал №1

## для владельцев\* бизнеса\*\*

ООО "БизнесПресс", 117393, г. Москва, ул. Профсоюзная 78, стр. 1, ОГРН067746826070



## Оформите подписку сейчас!

Контакты отдела распространения:

[podpiska@rbc.ru](mailto:podpiska@rbc.ru)

+7(495)363-1101

\* по данным TNS Россия, NRS-Москва Декабрь 2014 - апрель 2015, (со-)владельцы, индив. бизнес, тыс. чел.

\*\* среди печатной продукции холдинга РБК

# Мир вещей

🕒 Вещь месяца  
\_79

🕒 Часы  
\_80

🕒 Украшения  
\_84

🚗 Автоновинки  
\_86

🕒 Коротко  
\_89



*За самый большой  
выбор обуви Paraboos  
в Москве отвечают  
магазины Rendez-Vous*

## 🕒 Кожаные кроссовки Paraboos

Бренд почти с вековой историей по-прежнему доказывает, что удобная обувь подходит для любых ситуаций

Для французской марки Paraboos, появившейся почти 90 лет назад, комфорт никогда не был пустой формальностью. Набившая руку на неформальной обуви, Paraboos выпустила вполне консервативные кроссовки, впрочем не уступающие своим модным собратьям. Количество этапов производства одной пары такое же, как и в 1927 году, — 150 операций, и по большей части все это — ручной труд. Для верхней части кроссовок используется телячья кожа, для подошвы — исключительно прочная и износостойкая натуральная резина.

# Классика Tissot

Новые часы крупнейшего швейцарского бренда отличаются приятным внешним видом и превосходными техническими характеристиками

Текст: *Нина Спиридонова*

## Tissot Generosi-T

Название модели Generosi-T (generosity) означает по-русски «щедрость» или «благородство». Вытянутый корпус составляет единое целое со стальным браслетом. На циферблате из темного перламутра сияют бриллиантовые часовые метки.

Корпус: *сталь*  
 Механизм: *кварц*  
 Функции: *часы, минуты, дата*



## Tissot PRS 516 Automatic Gents

Серия часов Tissot PRS 516 отражает связь марки с гоночным спортом: бренд был официальным хронометристом многих

соревнований. Дизайн нового трехстрелочника напоминает о деталях гоночных болидов: задняя крышка похожа на рулевое колесо, а гравировка на роторе выглядит как рисунок шинных протекторов. Знаменитый ремешок с круглыми отверстиями сделан из каучука. Холодный блеск стали сочетается с матовым карбоновым волокном, из которого изготовлены циферблат и кольцо безеля с тахиметрической шкалой.

Корпус: *сталь*  
 Механизм: *автоматический*  
 Функции: *часы, минуты, секунды, дата, день недели*  
 Цена: *50 950 руб.*

## Tissot Smart-Touch

В основе часов Tissot Smart Touch лежит тактильная модель T-Touch Expert Solar, разработанная в 1999 году. Новая версия по технологии Bluetooth соединяется со смартфоном, синхронизирует смену часовых поясов, уточняет прогноз погоды, предлагает GPS-навигацию. Зарядное устройство не потребуется: батарея питается за счет солнечного и искусственного света.



Корпус: *титан, керамика*  
 Механизм: *на солнечных батареях*  
 Функции: *часы, минуты, секунды, дата, альтиметр, барометр, термометр, навигация, прогноз погоды*

## Tissot Quickster Los Angeles Lakers Special Edition

В рамках партнерства с NBA бренд Tissot выпустил специальную серию часов, посвященную баскетболистам Los Angeles Lakers. Спортивный хронограф имеет тканевый ремешок в фирменных цветах команды.



Корпус: *сталь*  
 Механизм: *кварц*  
 Функции: *часы, минуты, секунды, дата, хронограф*

# Новинки ведущих часовых брендов

Текст: *Нина Спиридонова*



## Fifty Fathoms Bathyscaphe, Blancpain

Темно-синий циферблат с переливающейся лучистой отделкой напоминает оттенки океанских глубин. Плазменно-серая керамика корпуса и бижеля придают часам благородный металлический блеск. Водостойкий, до глубины 300 м, корпус служит надежным вместилищем для высокоточного мануфактурного автоматического калибра 1315.

Корпус: *плазменная керамика*  
 Механизм: *автоматический*  
 Функции: *часы, минуты, секунды, дата*  
 Цена: *817 000 руб.*



## Seamaster Diver 300M Rio 2016, Omega

Дайверская модель от официального хронометриста Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро выглядит стильно и спортивно. Волнистый узор на черном лаковом циферблате напоминает мозаичные дорожки вдоль пляжей Копакабаны, а на бижеле из черной керамики хорошо смотрятся яркие цифры.

Корпус: *сталь*  
 Механизм: *автоматический*  
 Функции: *часы, минуты, секунды, дата*  
 Лимитированная серия: *3016 экземпляров*  
 Цена: *274 800 руб.*



## The Longines Master Chronograph, Longines

Часовой бренд Longines, известный своей приверженностью к конному спорту, назначен официальным партнером и хронометристом скачек на приз президента Российской Федерации. В качестве главных часов турнира выбран высокоточный хронограф из коллекции The Longines Master Collection.

Корпус: *сталь*  
 Механизм: *автоматический*  
 Функции: *часы, минуты, малая секунда, дата, GMT, хронограф, фазы Луны, указатель дня недели и месяца*  
 Цена: *189 600 руб.*



## Montblanc Star Roman Small Second Carpe Diem

Латинское крылатое выражение из поэмы Горация, вынесенное в название модели, лишней раз напоминает о ценности и быстротечности каждого момента жизни. В серии выпущены часы с двумя стрелками и малой секундой, хронограф и модель с полным календарем.

Корпус: *сталь*  
 Механизм: *автоматический*  
 Функции: *часы, минуты, малая секунда, дата*  
 Цена: *202 000 руб.*



**effie**  
**awards**  
**russia\***

ПРЕМИЯ ЗА ДОСТИЖЕНИЯ  
В МАРКЕТИНГЕ

## Индекс эффективности Effie Russia

**Эффективность — важнейший критерий успеха любой маркетинговой и рекламной кампании, ключевой фактор оценки участников конкурса Effie Russia. В этом году РБК совместно с Ассоциацией коммуникационных агентств России (АКАР) по итогам премии представили Индекс эффективности Effie Russia.**

Победители конкурса Effie Russia 2015 стали известны 26 апреля. На конкурс было подано 148 заявок, авторы 27 из них стали победителями (семь золотых призеров, восемь серебряных, 11 бронзовых). Их выбрали члены жюри — 74 наиболее авторитетных эксперта в области маркетинга в России. Набранные участниками конкурса баллы стали основой Индекса эффективности Effie Russia (см. методологию). Сегодня Индекс — единственный инструмент, который ранжирует агентства и компании в соответствии с эффективностью реализованных ими проектов.

Как отмечает генеральный директор ИД РБК Екатерина Сон, маркетинг можно рассматривать с разных сторон: «Маркетинг как искусство или, в данном случае, как способ увеличить и вырастить бизнес. Effie оценивает и награждает такие решения, которые способствуют росту бизнеса. А для рынка в целом это история про цивилизованность, честные правила игры и объективность. Оценивая эффективность, мы предлагаем рынку инструмент для определения самых продуктивных игроков в индустрии рекламы и маркетинга, что позволит не только сформировать высокопрофессиональную конкурентную среду, но и определить развитие отрасли в целом».

Место	Агентство	Баллы	Место	Агентство	Баллы	Место	Компания	Баллы
1	1 BBDO	26	39	PP-Production	3	1	1 СТД «Петрович»	18
2	2 Contrapunto	22	40	PGM Eurasia (Агентство MediaVest)	3	2	2 Google Russia	18
3	3 Friends Moscow	18	41	ANTZ	3	3	3 МТС	18
4	4 Ogilvy & Mather	14	12	42 Depot WPF	2	2	4 Dislife.ru	10
5	5 Leo Burneff Moscow	10	43	Arriba Creative Agency	2	3	5 «МегаФон»	8
	6 Deltaplan	10	44	E:mg	2	6	6 Ford Sollers Holding	8
	7 Young & Rubicam Moscow	10	45	Интернет-агентство «Далее»	2	7	7 «Tele2 Россия»	8
	8 Mosaic	10	46	J. Walter Thompson Russia	2	8	8 ИКЕА	8
	9 Soda	10	47	BrandStudio	2	9	9 «Макдоналдс»	8
6	10 MediaCom	9	48	Grey Moscow	2	10	10 Johnson & Johnson	8
7	11 Re:evolution	8	49	Affect	2	4	11 «ИНТАЧ Страхование»	6
	12 DDB	8	50	DraftFCB ADV	2	12	12 Kimberly-Clark	6
	13 Instinct	8	51	Inbrief	2	13	13 «Сибкакадемстрой» («Брусника», Новосибирск)	6
	14 Fuse BBDO	8	52	ARK Connect	2	14	14 Bayer	6
	15 Havas Sports and Entertainment	8	53	Fresh Mind	2	15	15 Hasbro	6
	16 Mindshare	8	54	Zavod	2	16	16 Mars	6
	17 OMD Optimum Media	8	55	Carat Russia	2	17	17 Дирекция спортивных и социальных проектов	6
	18 Stereotactic	8	56	RA Digital	2	18	18 «М.Видео»	6
	19 Proximity Russia (BBDO Russia Group)	8	57	Ketchum Maslov	2	5	19 «Мебельная фабрика Мария»	4
	20 Unite («Темма»)*	8	58	GLHF Studio	2	20	20 «Про.Добро»	4
8	21 Media Arts Group	6	59	MEC	2	21	21 «Клаустрофобия.Екатеринбург»	4
	22 KPOC	6	60	Leto	2	22	22 Adidas	4
	23 PHD	6	61	OMD Media Direction	2	23	23 «ВымпелКом»	4
	24 DTVMA Production	6	62	Zenith Agency	2	24	24 Сбербанк	4
9	25 AdService	5	13	63 Optimedia	1	25	25 Fit-n-Go	4
	26 «Простор: PR & Консалтинг»	5	64	Players	1	26	26 Yum! Restaurants International Russia and CIS	4
10	27 TBWA\Moscow	4	65	R&I	1	6	27 «Газпром нефть»	2
	28 Promo Interactive	4	66	D2 Marketing Solutions	1	28	28 Nestlé Russia	2
	29 Publicis	4	67	Global Star Russia	1	29	29 OBI	2
	30 Hungry Boys	4	68	Posterscope (Dentsu Aegis Network)	1	30	30 «Карат»	2
	31 IRC	4	69	Esse Production House	1	31	31 ТД «Ярмарка»	2
	32 Grayling Evrazia	4	70	Citymetria Group	1	32	32 «МонДэлис Русь»	2
	33 AD O'Clock (Dentsu Aegis Network)	4	71	Elefante	1	33	33 L'Oreal Russia	2
	34 Actis Wunderman	4	72	BeeTL	1	34	34 Procter & Gamble	2
	35 KARE-PR	4	73	Initiative	1	35	35 «Акрихин»	2
	36 DAN Moscow	4	74	Dada Creative	1	36	36 DeLonghi	2
11	37 Digitalizm	3	75	Ailove Agency	1	37	37 Unilever	2
	38 «Селебрис»	3	76	PRP	1	38	38 Beiersdorf	2
						39	39 Profi.ru	2
						40	40 Ritter Sport	2
						41	41 Subway Russia Marketing Company	2
						42	42 Visa International Service Association	2
						43	43 НИТУ «МИСиС»	2
						44	44 Дирекция по управлению Федеральной целевой программой «Повышение безопасности дорожного движения в 2006–2020 годах»	2

#### Структура баллов:

	Основные агентства/компании	Вспомогательные агентства
Победитель Effie в категории «Гран-при» / «Платина»	12 баллов	6 баллов
Победитель Effie в категории «Золото»	8 баллов	4 балла
Победитель Effie в категории «Серебро»	6 баллов	3 балла
Победитель Effie в категории «Бронза»	4 балла	2 балла
Финалист Effie	2 балла	1 балл

#### Методология Индекса эффективности Effie Russia

В индекс включены все финалисты (шорт-лист) и победители Effie Awards Russia 2015. Места распределяются в соответствии со структурой баллов. Все баллы суммируются. Если несколько офисов одного сетевого агентства или рекламного холдинга номинируются как победитель/финалист, то сетевое агентство или холдинговая компания получает баллы только в одной категории.

\*По совместному заявлению BBDO и Unite («Темма») в Оргкомитет Effie Russia и в соответствии с Положением о Премии Effie Awards Russia 2015 статус агентства Unite («Темма») по одной из конкурсных заявок изменен на «основное агентство», что привело к увеличению суммарных баллов агентства Unite («Темма») с пяти до восьми. Соответствующие изменения внесены в Индекс эффективности Effie Russia.

# Четыре вопроса Сильвии Дамиани

Уже более 30 лет Сильвия Дамиани работает в семейной ювелирной компании из Валенцы (Италия). В интервью РБК она рассказала о новой коллекции Damiani, созданной по мотивам украшений императорской семьи Романовых

Текст: *Нина Спиридонова*



*Сильвия Грасси Дамиани, вице-президент Damiani Group*

— Как себя чувствует Damiani на российском рынке?

— Этот рынок всегда был очень важен для нас, и мне всегда было легко работать с русскими клиентами и дистрибьюторами. По продажам Россия делит третье место с Китаем.

— Какие украшения Damiani пользуются наибольшим спросом у русских покупателей?

— В последнее время мы стали продавать больше уникальных украшений и изделий из лимитированных серий Masterpieces. Это довольно дорогие, особенные в плане дизайна вещи, цена которых начинается от €10–15 тыс. Каждый год мы представляем в серии Masterpieces до 200 новых ювелирных изделий.

— Как появилась идея новой коллекции Fiori d'Arancia?

— Нас вдохновили подлинные драгоценности царской семьи, вывезенные из России после революции. Некоторые из них принадлежат прапраправнучке Николая I итальянке Николетте Романовф. Она и выступила дизайнером современных украшений — предложила декорировать кольцо, серьги, ободок на голову мелки-

ми бриллиантовыми цветами. На эту мысль ее навела фамильная тиара Sveva, в которой ее бабушка из старинного рода Делла Герардеска выходила замуж за деда, Николая Романова, в 1952 году. Историческая тиара была усыпана крошечными цветками флердоранжа, который в Италии считается свадебным.

Важен ли для вас принцип made in Italy?

Очень важен! Во-первых, это истина: все наши украшения производятся в Валенце. Без этого принципа марка Damiani просто не существовала бы. Клиенты ждут от нас качества, оригинального дизайна, внимания к деталям. По сравнению с другими ювелирными брендами мирового уровня мы не крупное предприятие: наша независимая семейная фирма не входит ни в какой концерн роскоши. Мы выпускаем исключительно ювелирные коллекции и не собираемся расширять ассортимент аксессуарами или сетью отелей.

**Fiori d'Arancio, серьги**

*Белое золото, бриллианты*



**Fiori d'Arancio, серьги**

*Белое золото, бриллианты*



**Fiori d'Arancio, кольцо**

*Белое золото, бриллианты, жемчуг*

# ◌ Изумруды Carrera

Крупные колумбийские самоцветы в новой впечатляющей коллекции Santa Isabel

Текст: *Нина Спиридонова*



**Santa Isabel, колье**

*Платина,  
бриллианты,  
11 колумбийских  
изумрудов общим весом  
201,1 карата*



Новая коллекция дома Carrera отсылает к истории испанского бренда: первая ювелирная мастерская, которую в 1885 году открыл Саторио Каррера, находилась на улочке Santa Isabel в центре Мадрида. За мастерами Каррера закрепилась репутация добротных огранщиков драгоценных камней, в том числе и изумрудов. Именно колумбийские изумруды стали главным материалом для новых украшений. Это внушительного размера ограненные камни

от 7 до 60 каратов, качество каждого из них подтверждено международным сертификатом. В коллекцию high jewellery входят два кольца и пара серег из платины, бриллиантов и крупных изумрудов — суммарный вес 11 зеленых камней огранки «груша» в одном колье составляет 201,1 карата, вперемежку идут 12 бриллиантов разных огранок весом 20 каратов. Второе кольцо украшает колумбийский изумруд в 61,71 карата — его

можно открепить, оставив союар из грушевидных бриллиантов и 23 более мелких изумрудов в качестве отдельного украшения. Еще одна уникальная драгоценность — платиновые серьги с двумя изумрудами общим весом 45,31 карата и двумя камнями поменьше, весом 6,28 карата. В сентябре на ярмарке Cosmoscow ювелиры Carrera у Carrera покажут в общей сложности пять уникальных драгоценностей Santa Isabel.

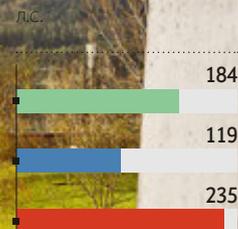


# Новый взгляд на BMW

За последние три года BMW 3-й серии Gran Turismo успел стать ярким представителем среднеразмерных автомобилей. На выбор доступны: классический задний привод или интеллектуальная система полного привода BMW xDrive, механическая коробка переключения передач или автоматическая трансмиссия Steptronic. В общей сложности для нового автомобиля предусмотрено 18 конфигураций двигателя, трансмиссии и привода.

- BMW 320i Gran Turismo
- BMW 318d Gran Turismo
- BMW 335d xDrive Gran Turismo

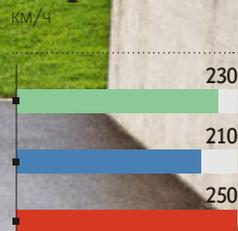
## Мощность двигателя



## Разгон 0–100 км/ч



## Максимальная скорость



Источник: данные компании

### Бонусы

Светодиодные фары ближнего и дальнего света и противотуманные фары

Внешняя антенна, усиливающая принимающий сигнал телефона

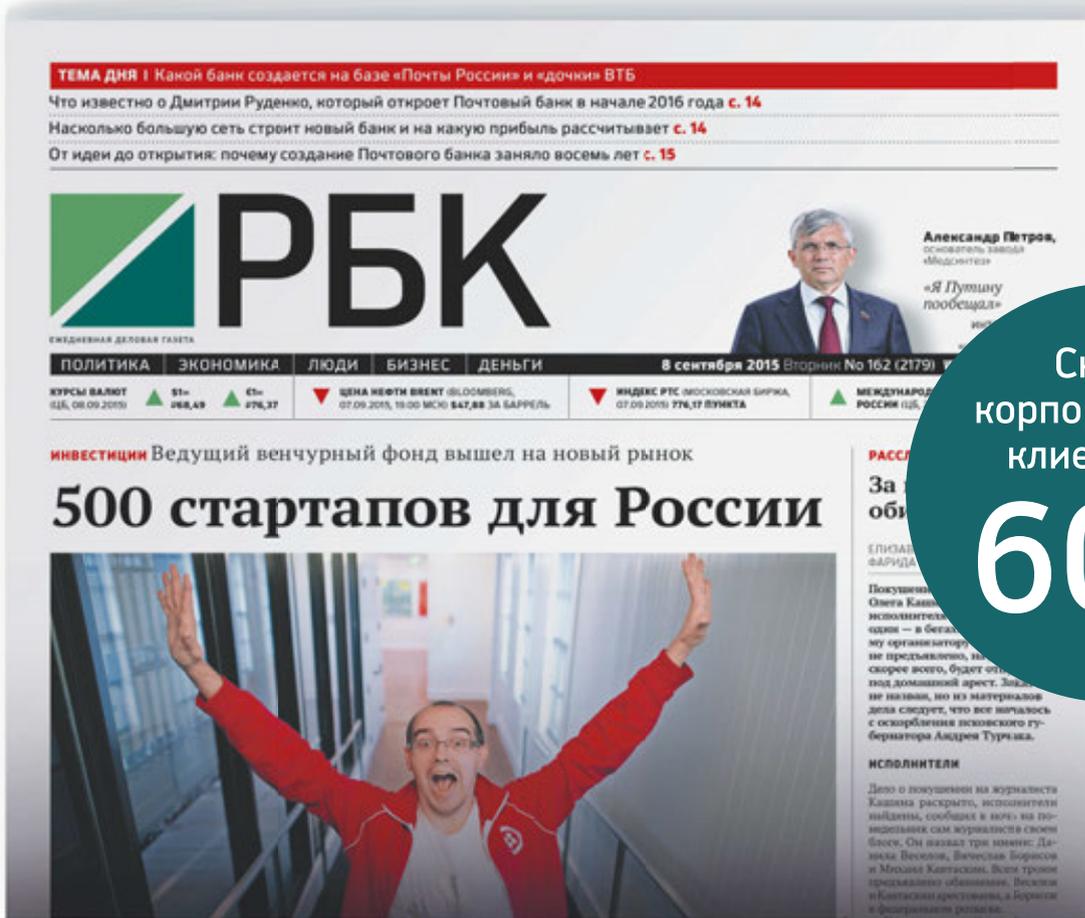
Цена: от 2 345 000 тыс. руб.

Беспроводное зарядное устройство для телефона в качестве дополнительной опции

Цветной дисплей с высоким разрешением



# Подпишитесь на газету сейчас



Контакты отдела  
распространения:

podpiska@rbc.ru

+7 (495) 363 11 01

 **РБК** ГАЗЕТА

\* При оформлении подписки на 12 месяцев. Скидка рассчитывается индивидуально в зависимости от количества заказанных экземпляров, предложение действует только для Москвы, в пределах МКАД



## Легкий Jaguar



Цена: от 3 193 000 руб.

В основе нового F-PACE — облегченная алюминиевая платформа Jaguar. Это единственный автомобиль с подобным кузовом в своем сегменте. Все версии F-PACE в России будут оснащены системой полного привода и автоматической трансмиссией.

### Бонусы

Технология Activity Key: браслет с защитой от воды и ударов с интегрированным передатчиком	Стереокамера — основа системы автоматического экстренного торможения	Лазерный дисплей, который проецирует в поле зрения водителя всю информацию о поездке
--	--	--

Мощность двигателя	180 л.с.
Разгон 0–100 км/ч	8,7 с
Максимальная скорость	208 км/ч

## Audi в объеме

В дизайне обновленной модели Audi S5 Coupé решено сделать акцент на элегантность и подчеркнута спортивные детали. Так, наружные зеркала заднего вида размещены на плечевой линии дверей, как на гоночном болиде.

### Бонусы

Новое рулевое управление с электромеханическим усилителем, позволяющее лучше чувствовать дорогу	Сдвижной панорамный люк на всю крышу	Опциональная аудиосистема Bang & Olufsen с объемным звучанием
	Интерфейс для смартфонов Apple и Android	



Мощность двигателя	354 л.с.
Разгон 0–100 км/ч	4,7 с
Максимальная скорость	250 км/ч

Цена не определена

## Спасибо, что Hyundai



Цена: от 1 154 900 руб.

Elantra — одна из самых популярных моделей Hyundai Motor. Впервые была представлена более 25 лет назад, во всем мире продано более 10 млн этих автомобилей. Новое, шестое поколение модели значительно отличается от предшественников благодаря современному техническому оснащению.

### Бонусы

Система помощи при экстренном торможении	Система автоматического переключения дальнего света на ближний	Система мониторинга слепых зон и предупреждения о боковом трафике сзади
--	--	---

Мощность двигателя	149,6 л.с.
Разгон 0–100 км/ч	8,8 с (МКПП) / 9,9 с (АКПП)
Максимальная скорость	205 км/ч (МКПП) / 202 км/ч (АКПП)

# Красота в цифрах



64

цвета имеет в своей палитре светодиодная подсветка нового Mercedes Benz E-class. Она расставляет цветовые акценты по всему салону, в том числе и на высокочастотных динамиках, если автомобиль оборудован акустической системой объемного 3D-звучания Burmester. Не поездка, а сплошная цветомузыка.



40 лет

назад появилась косметическая марка L'Occitane, а спустя год ее основатель Оливье Боссан собрал первый урожай лаванды. В этом году по случаю юбилея изображение цветка лаванды украшает всю лимитированную линию Lavande — мыло с измельченными соцветиями и пену для ванны в увесистой пол-литровой колбе. Рекомендуется всем обладателям нервной работы.



3 минуты

требуется, чтобы с помощью маски Skin Best Wonder Mud (Biotherm) очистить кожу лица и вернуть ей здоровый и сияющий вид. За эффект отвечают марокканская вулканическая глина и антиоксиданты. А если использовать средство регулярно (скажем, раз в неделю), то уже через месяц ваше лицо изменится до неузнаваемости.

# 1150

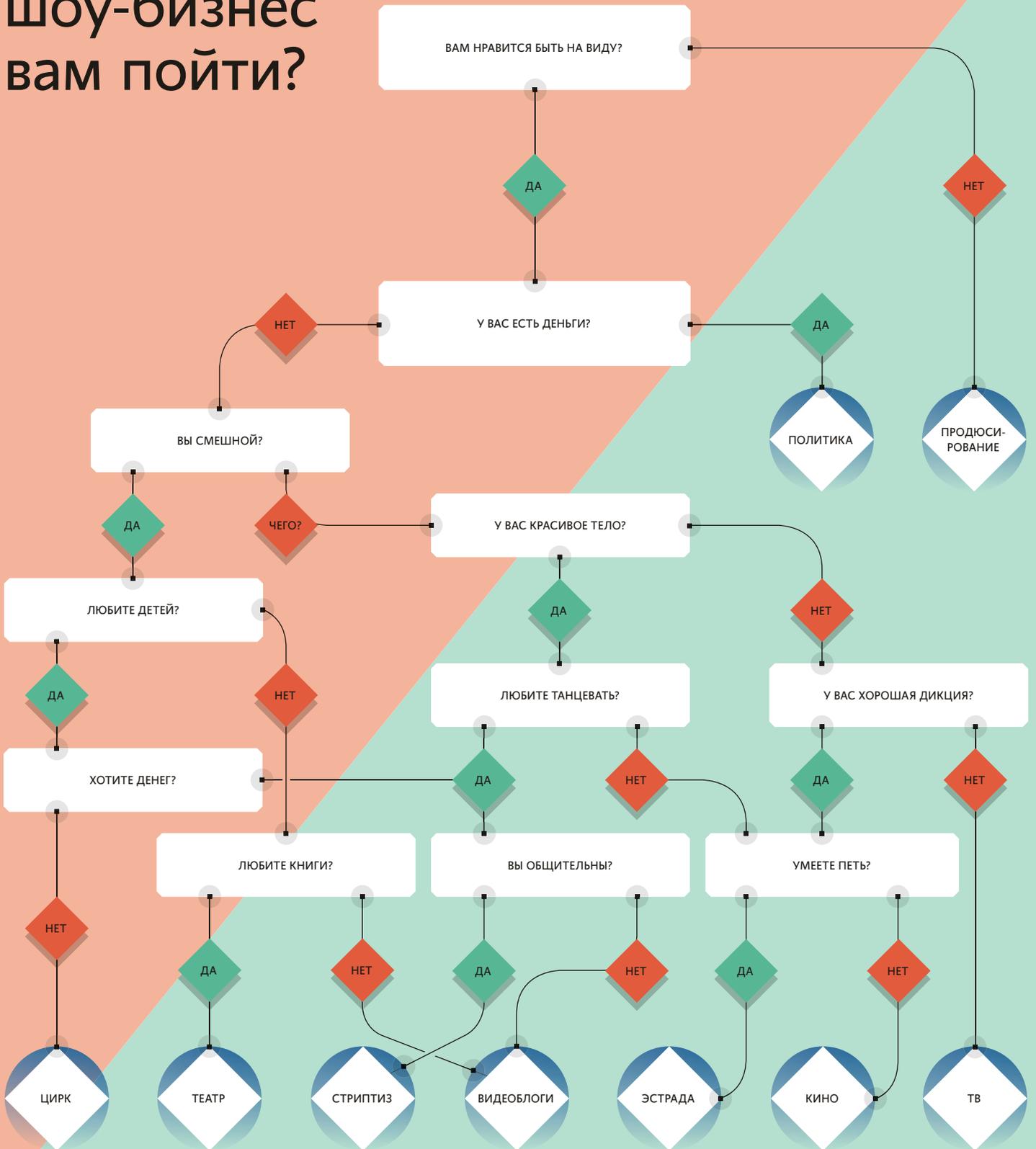
кв. м занимает Cadillac House,



открытый в начале июня в Нью-Йорке, на первом этаже новой штаб-квартиры автопроизводителя. Внутри можно встретиться с партнером по бизнесу, назначить первое свидание за чашкой кофе (за него отвечает компания Joe Coffee), а можно зайти в выходной

день, чтобы осмотреть новую выставку, организованную совместно с арт-журналом Visionaire и его основателем Сесилией Дин. В целом пространство напоминает модный лофт, и чувствуешь себя там комфортно, как в самом «Кадиллаке».

# В какой шоу-бизнес вам пойти?





**elounda beach**  
est. 1971

# ЛЕГЕНДАРНЫЙ КУРОРТ

реклама



SEA MAJESTY

SEA PEARL

SEA SILK

SEA PRINCESS

SEA RUBIN

SEA SAPHIRE

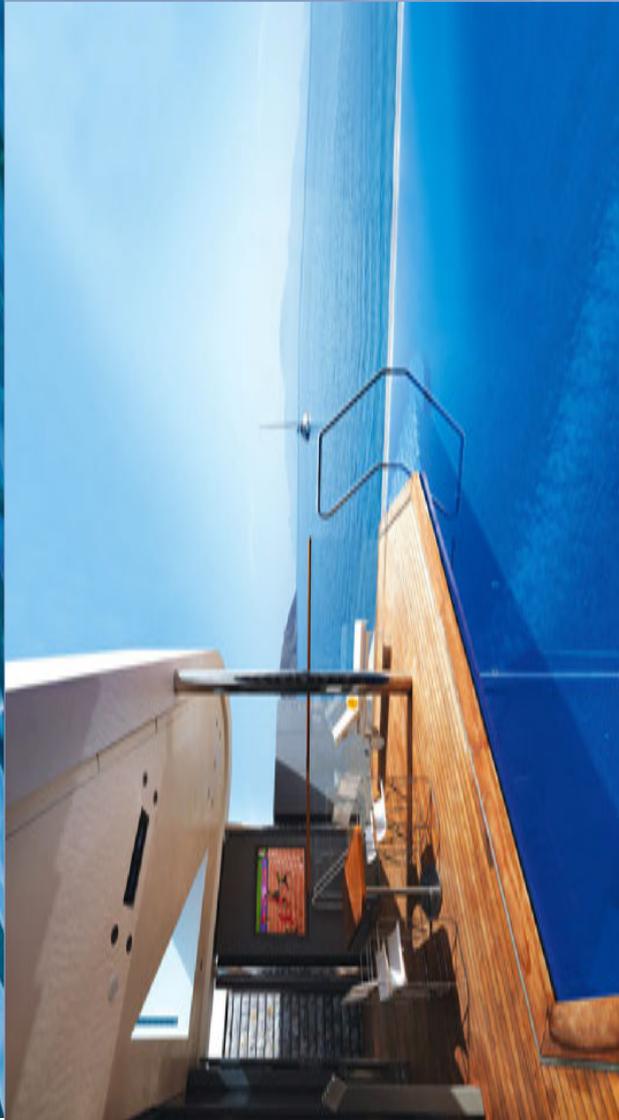
MHTE 1040K015A0079800



[info@eloundabeach.gr](mailto:info@eloundabeach.gr)  
[www.eloundabeach.gr](http://www.eloundabeach.gr)



THE LEADING HOTELS  
OF THE WORLD®





© Apple Inc., 2016 г. Все права защищены. Реклама.

Автор: Стефани Брешиа



Снято на iPhone 6 