



**Владимир Кречотень**  
генеральный директор компании  
«Ингосстрах-Инвестиции»

# Инвестиции для среднего класса

**Нужно работать с клиентами, которые способны принимать решения, уже заработали какие-то деньги и готовы инвестировать долгосрочно**

Владимир Кречотень, генеральный директор компании «Ингосстрах-Инвестиции», рассказывает Ирине Слюсаревой об инвестиционных возможностях в период финансовых потрясений и объясняет, почему инвестиционная компания ориентируется на клиента из среднего класса.

Фотографии Сергей Отрошко

— Владимир, кто является клиентом компании «Ингосстрах - Инвестиции»?

— Самый недолюбленный, на мой взгляд, клиент в России — это представитель среднего класса. Замечу, что мы в компании определяем принадлежность к среднему классу не по имущественному цензу, а скорее по поведению. В нашем понимании, главная поведенческая черта представителя среднего класса — самостоятельность. Это люди, способные принимать решения, а дальше нести ответственность за них. В частности, эти люди готовы инвестировать, тратить время на то, чтобы разобраться в способах управления своим благосостоянием.

Вот именно для среднего класса мы и строим свой инвестиционный бизнес.

Сегодня в России хорошо разработаны ниши либо для очень состоятельного клиента, либо для

клиента массового, который приходит в банки открывать депозит, а ему в этот момент продают заодно те или иные инвестиционные продукты. Мы совершенно определенно хотим занять другую нишу: хотим работать только с теми клиентами, которые готовы инвестировать долгосрочно, уже заработали какие-то деньги и понимают, что вечно работать не хотят (да и не всегда смогут). Это наш сегмент. Очевидно, что практически на 100% это физические лица.

Однако в то же время мы — управляющая компания, притом успешная. Которая работает на фондовом рынке 25 лет и все это время хорошо управляла активами корпоративных клиентов. Эту экспертизу никуда не деть. Развивая её, мы поняли, что эти же услуги — после соответствующей переупаковки — можно продавать клиен-

там-физлицам. Тому самому среднему классу.

Поэтому корпоративный сегмент в нашей клиентской базе остается, но фокус меняется, мы перенастраиваемся на средний класс.

— В РФ примерно 80 миллионов лиц трудоспособного возраста. Сколько из них примерно можно отнести к среднему классу?

— Если оценивать не по размеру счета, то порядка 20–25 миллионов человек. А счет не показатель, он может меняться. И, как правило, он как раз меняется по мере взросления человека, с ростом его семьи. Если человек все время разумно

**Мы считаем, что на горизонте до 2025 года можем дойти до отметки 25–30 миллионов человек, имеющих потенциал для инвестиций, поскольку у них или уже есть что инвестировать, или они способны на обозримом горизонте накопить капитал для инвестиций. Это именно тот средний класс, о котором должна заботиться финансовая система.**

управлял своими доходами/расходами, то его доходы растут. Мы считаем, что на горизонте до 2025 года, несмотря на текущий кризис, можем дойти до отметки 25–30 миллионов человек, имеющих потенциал для инвестиций, поскольку у них или уже есть что инвестировать, или они способны на обозримом горизонте накопить капитал для инвестиций. Это именно тот средний класс, о котором должна заботиться финансовая система. Не говорим, что о других заботиться не надо, но этот сегмент на сегодня точно обделен вниманием инвестиционной индустрии.

— Маркетинг для среднего класса нужно специально настраивать?

— Да, нужно работать на этот сегмент фокусированно, принимая в расчет образ мышления, поведение этих людей. Им не свойственно импульсивное поведение, они делают практические шаги только после исследования структуры предстоящих расходов. Если такой чело-

век хочет купить автомобиль, то читает автообзоры и тесты. Если хочет инвестировать, то идет на инвестиционные информационные ресурсы. Мы, в свою очередь, тоже стремимся к тому, чтобы люди инвестировали осознанно. Это первая часть нашего маркетинга. Мы не хотим импульсивных покупок: хотим, наоборот, чтобы наши клиенты делали долгосрочные, осознанные вложения.

Понятно, что финансовый кризис вносит корректировки. Часть инструментов выпадает; часть, наоборот, становится более востребованной. Банковские ставки растут. Хотя мы надеемся, что

они будут снижаться, иначе это может повредить росту экономики. Сейчас регулятор стоит перед сложным выбором. Нужно думать, с одной стороны, о росте национальной экономики, с другой стороны, об инфляции. Сейчас год-два будет решаться достаточно тяжелая задача такой вот балансировки. Но для экономики сейчас будет важнее рост, а значит, инструменты, которые мы продаем клиентам, тоже будут расти. Инвесторам будет во что вкладываться.

Эксперты прогнозируют, что к концу 2024 года ставка придет в район 4,5–6%. Вернется на докризисный уровень примерно за 2–3 года.

И по инфляции прогнозы позитивные: некоторые считают, что уже к концу года ожидаемая инфляция будет ниже 10. Но вряд ли значительно ниже.

И вот теперь мы можем вернуться к начальному вопросу: о том, что следует предлагать нашему целевому клиенту. Мы долго изучали рынок, чтобы понять,

в какую нишу идти, какую продуктовую линейку строить. В итоге сошлись на том, что нашим клиентом является не отдельно взятая persona, а семья. Наша задача — забота о росте благосостояния каждого члена этой семьи. Следует решать их финансовые задачи, помогая эффективно планировать и организовывать достижение целей с помощью осознанного инвестирования.

Таким образом, мы позиционируем себя как инвестиционную компанию, которая входит в жизнь клиента и сопровождает всю его семью на всем жизненном цикле этой семьи, предлагая актуальный инструментарий для сохранения и приумножения капитала на любом жизненном этапе каждого члена семьи.

— Как у вас обстояли дела до 24 февраля: что вы предлагали клиентам и на что делали стратегические ставки?

— Наша линейка инвестиционных продуктов исторически сложилась как достаточно широкая и охватывает практически все классы активов. Во-первых, паевые фонды — мы всегда были сильны в этом сегменте. По итогам 2020 года наш облигационный ПИФ был признан лучшим фондом рублёвых облигаций; очень надеюсь, что мы войдем в число лидеров и по результатам 2021 года. Для человека, который ищет пассивные инвестиции, это очень хороший инструмент. Особенно если выстроить экономику продукта таким образом, чтобы можно было купить его онлайн, продать онлайн, получить отчетность онлайн. Следует заметить, что дистрибуторами открытых фондов в основном являются крупные банки, работающие через физические каналы. У нас в группе крупного банка нет, это было еще одной причиной строить продвижение в онлайн.

Когда процесс обслуживания полностью вынесен в цифровую среду, клиент может с минимальными затратами времени и инвестировать, и контролировать происходящее. В этом направлении мы сильно продвинулись. В конце







2021 года начали трансформацию нашего цифрового бизнеса: запустили сайт, запустили личный кабинет и дали клиентам возможность приобретать паи наших фондов онлайн. В XXI веке возможность покупки продуктов онлайн — это, скорее, гигиена; мы сделали то, что нужно было сделать, возможно, еще 3–4 года назад. Тем не менее, для наших клиентов открылась возможность без посещения офиса приобретать паи девяти открытых фондов. В линейке присутствуют разные инструменты, начиная от самых консервативных (таких, как ОПИФ «Ингосстрах казначейский», который преимущественно размещает активы в рублевые облигации и входит в топ-3

В текущий момент думаем о том, чтобы начать паковать долгосрочные инвестиционные портфели для крупных инвесторов, которые хотят собрать пакет российских акций на 10–15 лет и таким образом сохранить свои деньги. Многие инвесторы верят в то, что российская экономика будет проходить через структурные изменения.

фондов с самой низкой волатильностью на рынке), и заканчивая ОПИФ «Ингосстрах — передовые технологии», который в прошлом году показал доходность 36,49% и занял второе место среди всех фондов, инвестирующих в иностранные активы.

Появился и второй трек развития: от открытых паевых фондов мы решили сделать шаг в область биржевых фондов. Потому что брокерский рынок продолжает расти быстрее, чем рынок открытых паевых фондов. В прошлом году мы запустили 3 биржевых фонда с очень маленьким чеком на вход. Чтобы инвестор мог ежедневно купить наш фонд буквально на сдачу от какой-то покупки.

Честно сказать, как в воду глядели: в конъюнктуру попали очень точно. В декабре мы выпустили на рынок биржевой фонд «Ингосстрах Инфляционный»,

который уже к концу марта заработал клиентам +9% в рублях. Инфляция резко выросла, но инвесторы всю эту инфляцию практически отработали.

Кроме того, выпустили два облигационных фонда: «Ингосстрах – корпоративные облигации» и «Ингосстрах – облигации ЕМ». Первый фонд пользовался большим спросом со стороны наших корпоративных клиентов, но розничного инвестора пока не привлек.

— По причине?...

— ...низкой ликвидности в биржевых стаканах. В начале года мы планировали развивать партнерские программы по увеличению узнаваемости наших биржевых фондов и росту ликвидности. Но часть партнеров попала под блокирую-

щие санкции, им стало не до биржевых фондов.

Инфляционный фонд продолжает оставаться в топе интереса со стороны инвесторов. Мы получили запросы от ряда крупных онлайн инвестиционных платформ на то, чтобы наши фонды продавались на их полках. Сейчас отстраиваем процессы таким образом, чтобы наши фонды мог покупать любой клиент, имеющий счета в любой брокерской компании.

Следующий трек — закрытые паевые фонды. Мы начали развивать этот бизнес в прошлом году, сформировали команду. Основной фокус был на коммерческой, логистической недвижимости. Но в текущий момент думаем о том, чтобы начать паковать долгосрочные инвестиционные портфели для крупных инвесторов, которые хотят

собрать пакет российских акций на 10–15 лет и таким образом сохранить свои деньги. Многие инвесторы верят в то, что российская экономика будет проходить через структурные изменения; под эти изменения они готовы формировать долгосрочный портфель. Он очень хорошо формируется в виде ЗПИФ, и мы уже работаем с рядом инвесторов в этом направлении.

— Теперь при формировании фонда делаете ставку не на недвижимость, а на портфели долгосрочного роста для крупных клиентов?

— Да. Больше внимания уделяем формированию стратегических инвестиционных портфелей для частных клиентов.

Человек многое может пережить и, как правило, ко многому приспосабливается. Мы найдем новые зоны роста, новые отрасли экономики, которые будут расти. Мы не раз уже показывали всему миру возможность перестроиться и внутренне, и экономически. Подстроимся под меняющийся мир и на этот раз. Я уверен, России понадобится строить инфраструктуру, заниматься производственной переработкой нефтепродуктов, высокотехнологичным производством, придется замещать импорт станков, поднимать машиностроение, автомобилестроение — как коммерческое, так и гражданское. Этим будут заниматься лучшие умы, туда потекут деньги, а растет в экономике то направление, в которое идет приток инвестиций. Но мы не можем точно прогнозировать, какие именно отрасли будут расти следующие 15 лет. Потому и нужен ЗПИФ, который позволил бы управляющим пристальнее наблюдать за процессом.

— А крупный инвестор в вашем понимании как описывается?

— Описывать крупного инвестора через объем его ресурсов сейчас бессмысленно: говорить надо не о размере капитала, а про то, какой у

инвестора взгляд и отношение к рискам. Крупный инвестор — он более долгосрочный. У крупного инвестора, конечно, есть возможность проводить и краткосрочные сделки, но в моменте это не даст огромной прибыли, потому что вложения огромные. Но на горизонте 3–4–5 лет это положение меняется. Чем крупнее инвестор, тем более длинный инвестиционный горизонт он может себе позволить. Тем мельче инвестор, тем сложнее ему думать 10–15 летними горизонтами. Хотя реальный горизонт прогнозирования инвестиций практически у любого человека больше, чем ему

**Мы сделали большое исследование по иранскому рынку, на базе которого показывали клиентам, что ничего катастрофического не случится. Да, безусловно, некоторые привычные импортные товары ушли с полок магазинов и вернуться на них не скоро, но мир не ограничивается Европой.**

кажется. Он открывает депозит лишь на год, поскольку не хочет загадывать надолго, а потом оказывается, что перекладывает этот депозит из банка в банк уже 10–12 лет. Это фактически и есть его реальный инвестиционный горизонт.

Также мы традиционно поддерживаем бизнес индивидуального доверительного обслуживания. Здесь работали над качеством обслуживания, в частности, поменяли форму предоставления отчетности и улучшили качество работы личного кабинета. Кроме того, мы активно развиваем направление ИИС, одновременно снижаем порог входа в стратегии доверительного управления. Уже сегодня порог входа в такие продукты в нашей компании составляет 100 000 рублей. Но мы понимаем, что это все еще много по сравнению с открытыми фондами (где порог входа по нашим продуктам составляет 1000 рублей) и биржевыми ПИФаами (где порог входа составляет около 100

рублей). Снижение порога входа в стратегии доверительного управления связано с технологической трансформацией, которую мы уже начали. Но на этом поле предстоит еще много всего сделать.

Интересным направлением видится концепция ИИС третьего типа в качестве аналога счета 401 в США. К сожалению, текущие пенсионные программы в России не решают в полной мере те задачи, которые перед ними стоят. Доходность инвестирования в такие программы невысокая в силу консервативного подхода к размещению средств. Активы пенсионных фондов размещаются единообразно, удовлет-

воря интересы, в первую очередь, пожилых клиентов, которые готовы в ближайшее время выйти на пенсию. При этом в России фактически нет программ стимулирования долгосрочных инвестиций, удовлетворяющих потребности более молодого поколения, которое готово нести повышенные риски. Таким продуктом должен стать ИИС-3, где операторы платформы могут предлагать индивидуальные программы для каждого клиента с присущим ему уровнем риска.

— Как отреагировали ваши клиенты на введение финансовых санкций против РФ?

— На геополитическую эскалацию наши клиенты отреагировали достаточно спокойно. Ход событий никто не мог предсказать, поэтому первая реакция клиентов была — все продать. Но далее, после коммуникаций с нашими менеджерами и управляющими, выяснилось, что насущной необходимости продавать свои активы — нет. А,

например, российские акции (которые в моменте пострадали больше всего, упав на рекордные 44,35%), продавать в принципе не следует. На фоне случившейся девальвации и введенных мер валютного контроля этот актив является лучшим. Так, иранские акции уже после введения «жестких» санкций в период с 2017 года по 2021 год выросли на 126%, в долларах США.

Безусловно, есть активы (преимущественно еврооблигации недружественных стран), судьба которых остается под вопросом. Эти активы заблокированы в иностранных депозитариях (например, в Euroclear), на сегодняшний день по этим бумагам клиенты не получают купоны и не могут их реализовать по справедливой стоимости. На внебиржевом рынке дисконты для таких активов доходят до 30–40%, инвесторы не готовы ликвидировать свои позиции по таким ценам. Думаю, в течение какого-то времени будет найден выход, который позволит ликвидировать позиции таких клиентов по справедливой оценке.

— Каковы были ваши антикризисные действия?

— В марте наши продающие подразделения в основном снимали тревожность у клиентов. Мы провели большое количество мероприятий, направленных на поддержку наших текущих и потенциальных клиентов.

Мы сделали большое исследование по иранскому рынку, на базе которого показывали клиентам, что ничего катастрофического не случится. Да, безусловно, некоторые привычные импортные товары ушли с полок магазинов и вернуться на них не скоро, но мир не ограничивается Европой. Большую часть товаров можно заменить аналогами. Поэтому не стоит паниковать, скупая валюту по ценам банков. И тем более сломя голову бежать из страны. Такая стратегия, вероятнее всего, приведет к финансовой и психологической деградации.



Непосредственно после 24 февраля мы выстроили для клиентов практически круглосуточную поддержку, организовали ряд вебинаров с нашими управляющими, которым клиенты могли задать уточняющие вопросы и снять тревожность. Наши социальные сети оперативно обрабатывали любую поступающую с рынка новость и выдавали подписчикам квалифицированные комментарии. Поэтому отток наших клиентов и денежных средств удалось свести к минимуму. Более того, на площадке московского отделения организации «Деловая Россия» мы открыли Инвестиционный клуб, в рамках которого планируем регулярно

организовывать бизнес-завтраки, на которых наши управляющие будут рассуждать о текущей ситуации на рынках, а участники клуба — предлагать к обсуждению свои идеи насчет перспективных инструментов инвестирования.

Интересным открытием стал перевод наших коммуникаций из традиционных иностранных социальных сетей в российские — тот же VK, например. Мы отметили, что число репостов и просмотров там выросло многократно.

Перечисленные мероприятия не прошли даром, и наши инвесторы начали покупать российские активы — и акции, и облигации. Вырос

интерес и к фондам недвижимости. Была набрана дополнительная команда аналитиков для покрытия российского рынка акций. Усилена команда, которая развивает направление закрытых паевых инвестиционных фондов. В рамках текущих ограничений линейка продуктов сократилась практически вдвое, она сводится к российским активам и активам дружественных стран. Но мы постарались сконцентрировать усилия в этом направлении и надеемся, что качество продуктов вырастет.

Я работаю на фондовом рынке с 2004 года. На моей памяти случилось несколько кризисов: 2004 года, потом



2006, потом 2008, потом 2014, потом 2020. Современный мир живет в состоянии постоянной перезагрузки: единичные просадки ничего не определяют. Все равно что в 15 лет впервые окунуться в море, слегка хлебнуть воды и решить, что никогда больше не будешь купаться. Надо просто перестроиться, научиться плавать. Вот и к нынешнему кризису надо отнестись так же: понять, почему он случился, пересмотреть свое отношение к рискам. И продолжать инвестировать.

У каждого свой порог риска. Но не нужно останавливаться. Перед взрослым человеком все равно будет стоять задача

Вообще пытаемся активизироваться в сегменте корпоративных финансов: это и IPO, и размещение облигаций, и доступ для клиентов к покупке долговых инструментов на рынке Индии, где есть интересные доходности. Клиентам нашим эти опции интересны.

управления своим благосостоянием.

Многие клиенты осознали, что такие инвестиционные возможности, которые возникают сейчас, бывают всего несколько раз в жизни. Не воспользоваться ими — жалеть потом об упущенных шансах всю свою жизнь.

— Приходят ли новые клиенты? Новые деньги?

— К нам пришли новые деньги старых клиентов. Старых денег, кстати, было не так уж много: мы сравнительно молодой игрок на фондовом рынке. И вот сейчас почти все действующие клиенты довели деньги, поскольку правильно поняли, что кризис — время покупать активы по более интересным ценам. Новые клиенты тоже появились. Но биржа не торговала почти весь март, весь месяц был тихим, впервые в моей жизни.

В то же время за март открыто 750 тысяч новых брокерских счетов на рынке.

— Каким, по вашим прогнозам, будет в кратко- и среднесрочной перспективе поведение клиентов-физлиц? Как можно в нынешних условиях поддержать их интерес к инвестированию?

Безусловно, последние события повлияли на отношение клиентов к фондовому рынку в целом и инвестиционным инструментам, в частности. Так, например, ещё недавно казавшиеся надежными инвестиции в ценные бумаги на западных торговых площадках теперь не могут рассматриваться как средства стабильного сохранения и приумножения капитала. А обвал стоимости российских ценных бумаг для

части клиентов стал душем не просто холодным — а ледяным.

В текущей конфигурации, мы думаем, какое-то время на рынке будет царить затишье. Часть клиентов решит зафиксировать убытки и переложить средства в банковские депозиты (тем более, ставки по депозитам сейчас демонстрируют многолетние максимумы). Однако по мере снижения ключевой ставки ЦБ, а вслед за ней и снижения ставки по депозитам, мы ожидаем возрождения интереса клиентов к российскому фондовому рынку. Особенно учитывая, что справедливые оценки стоимости многих компаний находятся на гораздо более высоком уровне, чем сейчас. На горизонте 3-6 месяцев при отсутствии новых геополитических «встрясок» мы рассчитываем на постепенное перетекание активов клиентов из депозитов обратно в инструменты фондового рынка.

Для сохранения интереса необходимо говорить про систематические инвестиции. Это позволит снизить психологический дискомфорт клиента от выбора точки входа в рынок. Клиент в любом случае «угадает дно».

Кроме того, необходимо развивать финансовую грамотность. Например, сегодня инвестиции в еврооблигации РФ дают доходность на уровне 6–7% годовых, при этом кредитный риск этого инструмента заметно ниже, чем риски российской банковской системы. Но клиенты по-прежнему держат свои валютные активы в банках или под матрасом.

Мир, начиная с 2022 года, начинает локализоваться. Происходит регионализация экономики — противоположность глобализации. Мир начинает играть в закрытые экономические зоны. Мировая система сейчас проходит через фазу серьезной перезагрузки. Раньше мы думали, что самое главное — дать российскому инвестору возможность покупать из одного мобильного приложения активы по всему миру. Сейчас мы как компания начали думать, что самое главное — давать российским клиентам российские активы, право собственности на которые не будет зависеть от действия или бездействия других стран. В России. За рубли.

Рынок должен подготовиться к структурной перестройке экономики, научиться выводить компании малого и среднего бизнеса, более быстрые и гибкие в текущих условиях, на IPO, дать им возможность привлекать средства физических лиц. Профессиональные участники со своей экспертизой смогут стать провайдерами такой перестройки. □