

RBC.RU
ежедневная
деловая газета

“ Только в телекоме
мы потеряли
₽5–6 млрд на эффекте
пандемии



АЛЕКСЕЙ КОРНЯ,
бывший президент
МТС
Фото: Владислав Шатило/
РБК

→ 10



Фото: Гавриил Григоров/ТАСС

Почему Северный Кавказ остается в аутсайдерах по темпам вакцинации от коронавируса → 2

Какие направления обеспечили России рекордный уровень экспорта продовольствия → 5

\$30,7 млрд

составил российский
экспорт сельхозпродукции
и продовольствия в 2020 году,
что на 20% больше
прошлогоднего результата,
по данным центра
«Агроэкспорт» Минсельхоза



Фото: Александр Рюмин/ТАСС

Что подтолкнуло иностраннных инвесторов к вложениям в бумаги Fix Price → 7



Подписка: +7 495 363 1101

21025

4 630017 020096

COVID-19

Владимир Путин на этой неделе заявил, что в девяти регионах России ПРИВИВКИ от коронавируса ДЕЛАТЬ И НЕ НАЧИНАЛИ. Что это за регионы, власти не сообщали. РБК узнал, какие субъекты вошли в список отстающих по темпам вакцинации.



Фото: Гавриил Григоров/ТАСС

РЕГИОНЫ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА ОСТАЮТСЯ АУТСАЙДЕРАМИ ПО ТЕМПАМ ВАКЦИНАЦИИ ОТ КОРОНАВИРУСА

Дагестан не взял процентный барьер

ЕЛИЗАВЕТА ЛАМОВА,
МАЙЯ БОБЕНКО,
ЮЛИЯ КРИГАН,
АНАСТАСИЯ АНТИПОВА,
АРТЕМ ФИЛИПЕНКО,
РОМАН КИРЬЯНОВ

За полмесяца, прошедшие с прошлого исследования РБК, регионы Северного Кавказа так и не выбрались из группы отстающих по темпам вакцинации. Новые данные по числу привитых россиян РБК получил, опросив региональные оперативные штабы и минздравы, а также изучив информацию на официальных сайтах региональных властей.

СЕВЕРНЫЙ КАВКАЗ — НА ДНЕ ТАБЛИЦЫ

Как и в феврале, в последней десятке оказались республики Северного Кавказа. Дагестан и вовсе остается единственным российским регионом, где первой дозой привито меньше 1% населения (0,46%). Менее 2% вакцинированы в Северной Осетии (1,79%), Чечне (1,69%), Карачаево-Черкесии (1,59%), Кабардино-Бал-

карии (1,18%). Немного оторвалась от них Ингушетия (2,18%).

В двух регионах, которые к 20 февраля находились в пятерке аутсайдеров, темпы вакцинации чуть выросли. В Пермском крае этот показатель достиг 2,16%, в Ростовской области — 2,04%. Однако есть и регионы, которые ранее располагались ближе к середине таблицы, а теперь опустились ниже. Это Татарстан (2,23%), Хабаровский край (2,17%), а также Чувашия (2,08%).

В группе регионов-лидеров также произошли определенные изменения. Если в феврале Сахалинская область возглавляла список субъектов, где жителям была введена хотя бы одна доза вакцины, то к началу марта на первое место вышла Магаданская область (9,03%).

Далее следуют: Сахалинская область (6,02%), Чукотский автономный округ (5,97%), Москва (5,52%), Белгородская область (5,37%), Якутия (5,25%).

В Москве по состоянию на 5 марта одну дозу вакцины получили более 700 тыс. человек, сообщили РБК в регио-

13,9

млн комплектов

вакцины от коронавируса «Спутник V» и «ЭпиВакКорона» произведено в России по состоянию на 5 марта. В гражданский оборот поступило 7,9 млн комплектов

нальном оперштабе. В Санкт-Петербурге, по данным на 4 марта, — 260,5 тыс. человек (4,83%), в Подмосковье — 327 тыс. (4,26%).

В целом, согласно данным, которые РБК собрал в регионах, на начало марта были вакцинированы (хотя бы одной дозой) не менее 4,72 млн россиян (3,22% населения страны), двумя дозами — 1,61 млн (1,1%).

РАЗНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОБЛЕМАМ С ВАКЦИНОЙ

4 марта президент России Владимир Путин на встрече с участниками акции «Мы вместе» заявил, что свыше 2 млн человек получили два компонента вакцины. «И примерно столько же сделали первый укол», — добавил глава государства.

При этом Путин посетовал на определенные проблемы с логистикой, распределением вакцин, организацией прививочных пунктов. Президент заявил, что в девяти регионах вакцинация и вовсе не началась. О каких субъектах идет речь, он не уточнил.

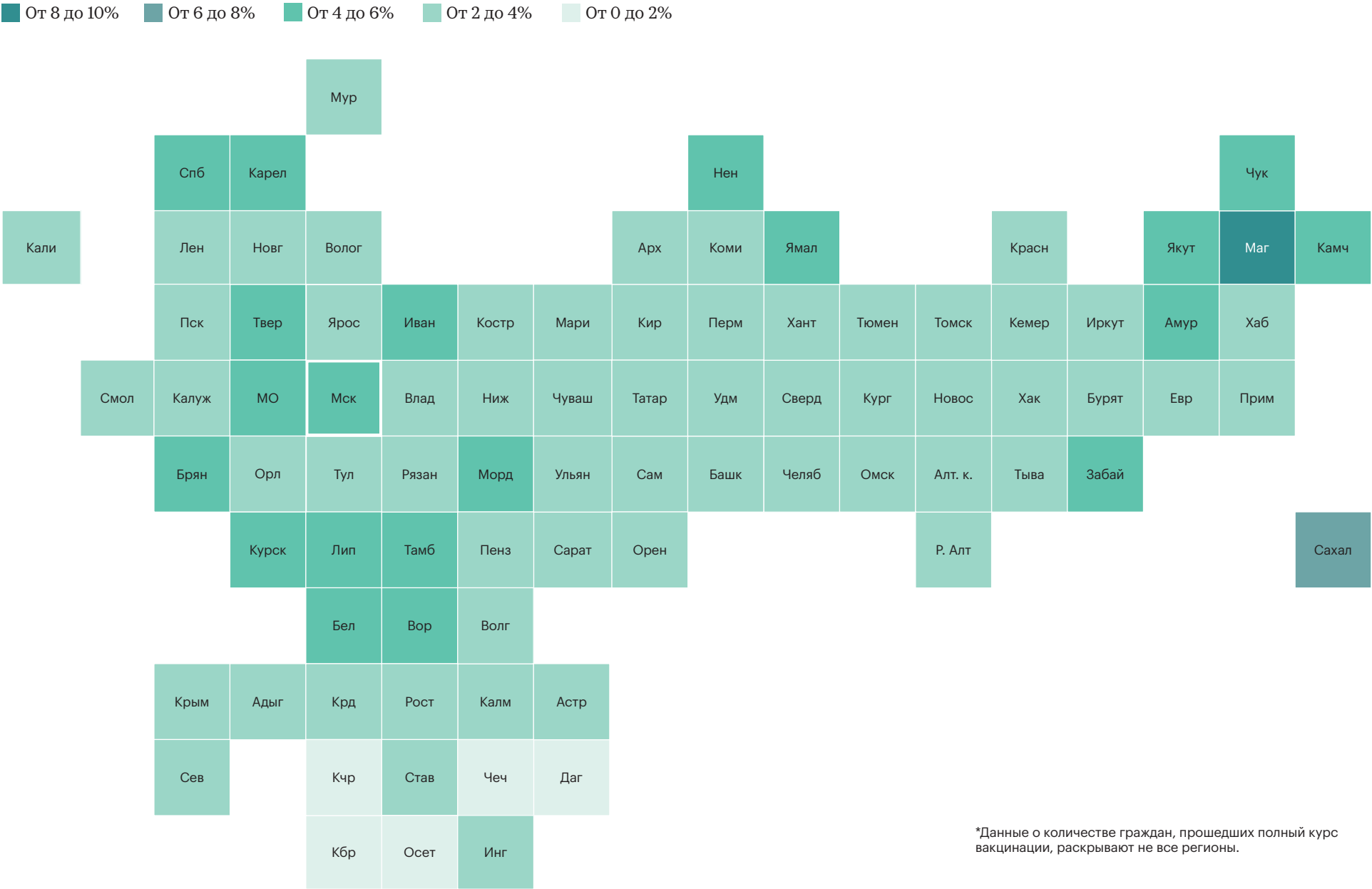
«Нам, конечно, нужна обратная связь по поводу того, что реально происходит на земле, как говорится. Как организована эта работа, как она идет и какие результаты мы имеем», — пояснил президент.

При этом в большинстве регионов говорят, что проблем с поставками нет и вакцинация проходит в плановом режиме. Впрочем, есть и исключения. Так, например, в Дагестане РБК сообщили, что к 4 марта поступившая в регион партия вакцины была практически полностью израсходована и в регионе ждут новую. 3 марта губернатор Забайкальского края Александр Осипов во время совещания с оперативным штабом попробовал записаться на вакцинацию по телефону горячей линии регионального минздрава. Однако оператор сообщил, что может лишь поставить Осипова в лист ожидания.

В пятницу, 5 марта, вице-премьер Татьяна Голикова сообщила, что в марте объем производства вакцины планируется нарастить. «В России на сегодняшний день произве-

Какая доля населения регионов получила хотя бы одну дозу вакцины*

Данные на 5 марта (в некоторых регионах последние доступные данные датируются 2–4 марта).



*Данные о количестве граждан, прошедших полный курс вакцинации, раскрывают не все регионы.

Источники: региональные оперативные штабы по борьбе с коронавирусом, региональные правительства и минздравы, Росстат, расчеты РБК

дено 13,9 млн комплектов вакцины от коронавируса «Спутник V» и «ЭпиВакКорона», в гражданский оборот поступило 7,9 млн», — сказала она.

ПЛАН ПО УКОЛАМ

5 марта глава правительства Михаил Мишустин заявил, что основной объем массовой вакцинации от COVID-19 должен завершиться до начала осени. За два дня до этого глава Федерального медико-биологического агентства (ФМБА) Вероника Скворцова заявила: чтобы избежать третьей волны коронавируса, нужно в течение двух месяцев привить 25% населения страны. «Либо если эту кампанию растянуть до мая и прививать последовательно, то тогда потребуется около 30%. Если поствакцинальный иммунитет будет сохраняться дольше, например полтора года, то количество привитых может быть несколько меньше для профилактики следующей волны», — отметила Скворцова. Ранее министр здравоохранения Михаил Мурашко заявлял, что коллективный иммунитет к коронавирусу в стране появится после того, как будут

привиты 60% взрослого населения. В гражданском обороте в России находятся две вакцины. Прежде всего это «Спутник V» разработки Центра им. Гамалеи, которая была зарегистрирована еще летом. Ее эффективность разработчики оценивают в 91,6%. Также в регионы начала поступать «ЭпиВакКорона» от новосибирского центра «Вектор», регистрацию этот препарат получил в октябре. 20 февраля было объявлено о регистрации вакцины «КовиВак», созданной Федеральным научным центром исследований и разработки иммунобиологических препаратов им. М.П. Чумакова РАН, в гражданский оборот она должна попасть во второй половине марта. Для полноценной вакцинации этими препаратами необходимо ввести две дозы. Вирусолог, профессор МГУ Алексей Аграновский считает, что главные проблемы с темпами вакцинации связаны не с производством препаратов или логистикой. «Как мне кажется, со стороны наших медицинских организаций сделано все:

вакцины достаточно, дефицита не ощущается, организовано все достаточно пристойно. Должны быть воля и желание людей провакцинироваться. А этого пока нет. У меня складывается впечатление, что все, кто хотел сделать, уже сделали и сейчас темпы, скорее, снизились. И как убедить людей — отдельный вопрос, потому что никто людей насильно загонять под шприц не будет. Надо работать в этом направлении. В любом случае, требуется мобилизация в несколько раз», — сказал ученый РБК. С мыслью о том, что для ускорения темпов вакцинации нужна активная разъяснительная работа с населением, согласен доцент кафедры инфекционных болезней РУДН Сергей Вознесенский. «К сожалению, в нашем обществе существует такая точка зрения, что вакцины несут не только пользу, но и вред. Отчасти это происходит из-за конкуренции среди производителей, отчасти — из-за финансовых интересов противников вакцинации. И не только в масштабе России, но и в международном. И тут нужно

“ Как мне кажется, со стороны наших медицинских организаций сделано все: вакцины достаточно, дефицита не ощущается, организовано все достаточно пристойно. У меня складывается впечатление, что все, кто хотел сделать, уже сделали и сейчас темпы, скорее, снизились

ВИРУСОЛОГ, ПРОФЕССОР МГУ АЛЕКСЕЙ АГРАНОВСКИЙ

не перегнуть палку: если мы начнем принимать меры по принуждению людей к вакцинации, то получим обратный результат. Какая-то работа тут ведется, надо ее интенсифицировать, доносить людям, что вакцинация полезна для них», — отметил он в беседе с РБК. ▀

При участии Егора Губернаторова, Анны Ивановой, Евгения Масакова, Виктории Некрасовой, Дины Трушниковой, Екатерины Деминой, Татьяны Ренковой

279
млн доз

вакцины было использовано в 111 государствах, по данным агентства Bloomberg на 5 марта

Политика

В КРЕМЛЕ ДОПУСКАЮТ УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЩЕФЕДЕРАЛЬНОЙ ЧАСТИ
ВЫБОРНЫХ ПАРТИЙНЫХ СПИСКОВ

Оппозицию ожидает полуторакратная прибавка

НАТАЛЬЯ ГАЛИМОВА

В Кремле обсуждают возможность увеличить федеральную часть партийных списков на выборах в Госдуму с десяти до 15 человек. Соответствующую инициативу на осенней встрече с президентом России выдвинул Владимир Жириновский.

КАК МОЖЕТ ИЗМЕНИТЬСЯ ЧИСЛЕННОСТЬ ГОЛОВНОЙ ЧАСТИ ПАРТИЙНЫХ СПИСКОВ

В администрации президента России обсуждают возможность увеличения федеральной части партийных списков на выборах в Госдуму, рассказали три близких к Кремлю источника РБК.

С этой инициативой выступал глава ЛДПР Владимир Жириновский на встрече лидеров думских фракций с Владимиром Путиным 6 октября 2020 года. Жириновский тогда предложил увеличить федеральную часть избирательного списка (согласно закону о выборах депутатов Госдумы, эта часть списка называется общефедеральной) с нынешних десяти до 20 человек. Лидер ЛДПР мотивировал это тем, что «там [в головной части списка] могли быть собраны лучшие специалисты, которые в каждой партии есть».

«Мы можем улучшить экономику за счет лучших людей. А как их выявить, лучших людей? Мы же их изучаем,

знаем, что они на выборах проигрывают, потому что там какой-то бизнесмен закидал деньгами весь свой округ и наш хороший специалист проиграл ему. А когда мы сможем их заранее включить в федеральную часть, то мы их сохраним», — говорил Жириновский. Также лидер ЛДПР сообщил, что его предложение «обещал поддержать» Геннадий Зюганов, однако во время публичной части встречи глава КПРФ ничего об этом не сказал.

Путин в ответ на просьбу Жириновского заявил, что идея нуждается в обсуждении, но подумать над ней можно.

В Кремле инициатива об увеличении федеральной части списка не вызвала негативной реакции, поскольку власти от этого ни холодно ни жарко, рассказывали осенью два близких к администрации президента источника РБК. В настоящее время обсуждается возможность увеличения этой части списка до 15 человек, утверждают собеседники РБК.

Ранее действовала норма, согласно которой в федеральной части списка может быть не более трех человек, однако в 2010 году были внесены поправки в закон о выборах депутатов Госдумы, в соответствии с которыми таких кандидатов могло быть не более десяти. Сколько именно человек включать в головную часть в пределах этой квоты, каждая партия решает самостоятельно.

ЗАЧЕМ УВЕЛИЧИВАТЬ ОБЩЕФЕДЕРАЛЬНУЮ ЧАСТЬ СПИСКОВ

В случае окончательного принятия решения об увеличении головной части федерального списка до 15 человек это будет жестом доброй воли по отношению к думской оппозиции,



показателем того, что власть готова идти ей навстречу, и аргументом в торге или спорных ситуациях, объясняет один из источников РБК.

Согласно законодательству, если партия преодолевает проходной барьер 5%, то в парламент в первую очередь проходят кандидаты из федеральной части списка.

При этом думская оппозиция в лице КПРФ и ЛДПР практикует включение в головную часть списка партийных спонсоров, в том числе по этой причине ей выгодно ее дальнейшее расширение. На выборах 2011 и 2016 годов коммунисты и либерал-демократы использовали «федеральную квоту» по максимуму, включив в головную часть списка по десять человек.

Однако регионам увеличение федеральной части вряд ли выгодно, поскольку в результате депутатские мандаты в первую очередь достаются именно тем, кто входит в нее. Чем больше там кандидатов, тем меньше мандатов уходит на места (их число определяется пропорционально успеху партии в соответствующем регионе). Именно по этой причине, например, чтобы регионы не чувствовали себя ущемленными, лидер «Справедливой России» Сергей Миронов на выборах 2016 года возглавил список партии единолично. В 2011 году в федеральной части списка эсэров были во-

семь человек. На этих думских выборах в головной части партийного списка будет не более трех человек, прогнозировал Миронов, после того как было принято решение об объединении эсэров с партиями «Патриоты России» и «За правду». Речь идет о самом Миронове и сопредседателях созданной после объединения партии Геннадии Семигине и Захаре Прилепине.

Список «Единой России» в течение трех последних парламентских кампаний возглавлял один человек: в 2007 году это был Владимир Путин, в 2011 и 2016 годах — Дмитрий Медведев.

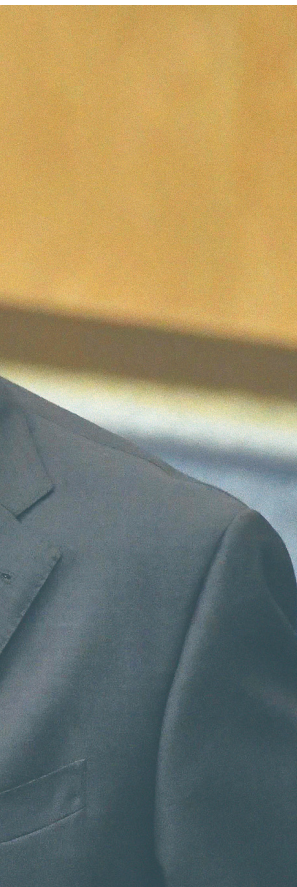
ЧТО ПОЛУЧАЕТ СИСТЕМНАЯ ОППОЗИЦИЯ ОТ УВЕЛИЧЕНИЯ СПИСКА

Расширение федеральной части списка интересно прежде всего парламентской оппозиции, особенно в контексте того, что после перехода на смешанную систему выборов, когда половина депутатов избираются по спискам, половина — по округам, списочная часть мандатов сократилась, говорит политолог Дмитрий Бадковский. Можно говорить о публично-политической и прагматической, технологической причинах, по которым думской оппозиции выгодно увеличение головной части списка, уточняет эксперт.

«Публично-политическая причина заключается в том, что партия хочет сконцентрировать своих ключевых спикеров, лидеров общественного мнения в головной части списка. Это может быть связано и с коалиционными стратегиями. Например, КПРФ зачастую любит называть себя объединительницей всех народно-патриотических сил», — поясняет Бадковский. Для той же «Справедливой России» после объ-

“ Регионам увеличение федеральной части вряд ли выгодно, поскольку в результате депутатские мандаты в первую очередь достаются именно тем, кто входит в нее. Чем больше там кандидатов, тем меньше мандатов уходит на места

Экономика



← Думская оппозиция в лице КПрФ и ЛДПР (на фото: лидер партии Владимир Жириновский) практикует включение в главную часть списка партийных спонсоров

Фото: Дмитрий Духанин/Коммерсантъ

единения с «Патриотами России» и «За правду» тоже может быть выгодно «насытить федеральную часть списка» людьми из всех трех структур и дополнительно защитить для них перспективу получения мандатов.

Что касается прагматической, технологической составляющих, то оппозиционным партиям зачастую сложно выстроить такую линейку региональных групп, при которой каждая гарантированно получает мандат, а все нужные и ключевые фигуры — основные спикеры и функционеры фракции, главные фигуры партийной иерархии, а также те, кто помогает партии ресурсами, — попадают в Госдуму, считает эксперт. Включение же таких фигур в федеральную часть списка повышает вероятность того, что все они получают мандаты, констатирует Бадковский. К примеру, ЛДПР — по своей сути вождистская партия, и федеральная часть ее списка вполне могла бы состоять из одного человека, Владимира Жириновского. Но либерал-демократы всегда наполняют главную часть, чтобы в парламент прошли все значимые для них фигуры, поясняет эксперт.

Если говорить о «Единой России», то для нее расширение федеральной части никогда не было существенным вопросом, только один раз — в 2003 году — партия шла на выборы с тройкой во главе списка, в остальных кампаниях его возглавляли либо Путин, либо Медведев, напоминает Бадковский. Как правило, мандаты получают все региональные группы партии власти, да и сама стратегия единороссов на выборах часто строится именно на максимальном «приземлении» списка и его работе по регионам, резюмирует эксперт. ■

В 2020 году РОССИЙСКИЙ ЭКСПОРТ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ впервые в новейшей истории ПРЕВЫСИЛ ИМПОРТ. В этом году заметного роста поставок эксперты не ждут: его сдерживают меры, введенные для стабилизации цен на продукты внутри страны.

РОССИЯ В 2020 ГОДУ ПОСТАВИЛА РЕКОРД ПО ПРОДАЖЕ ПИТАНИЯ ЗА РУБЕЖ

Продовольственная безопасность выплеснулась на соседей

ЕЛЕНА СУХОРУКОВА

Российский экспорт продукции АПК в 2020 году стал рекордным в современной истории, сообщили РБК в федеральном центре «Агроэкспорт» Минсельхоза России. По его подсчетам, в прошлом году Россия поставила в другие страны 79 млн т сельхозпродукции и продовольствия на \$30,7 млрд, что на 20% больше как в денежном, так и в натуральном выражении по сравнению с 2019 годом. Тем самым, констатируют аналитики, был побит рекорд 2018 года — тогда за рубеж были поставлены 78,5 млн т продукции АПК на \$25,8 млрд.

В прошлом году Россия также впервые за постсоветскую историю стала нетто-экспортером продовольствия в стоимостном выражении, то есть заработала на поставках продовольствия за рубеж больше, чем потратила на импорт, добавляет директор аналитического центра «Совэкон» Андрей Сизов. Импорт продовольственных товаров и сельхозсырья в 2020 году, по данным Росстата, на ко-

торые ссылается Сизов, составил около \$29,7 млрд, то есть на \$1 млрд меньше, чем экспорт.

Российское продовольствие в прошлом году покупали 150 стран, указывают в «Агроэкспорте». Крупнейшим импортером остается Китай, на долю которого приходится 13% всех поставок, на втором месте — Турция с 10%, на третьем — Казахстан почти с 7%.

В Минсельхозе рекордный экспорт объясняют тем, что в 2020 году отечественный АПК, несмотря на пандемию и неблагоприятные погодные условия, показал «высокие темпы развития» по всем ключевым направлениям. В стране был рекордный урожай рапса, риса и гречихи, один из лучших урожаев зерна, росло производство скота и птицы, молока, продукции пищевой промышленности. В результате внутренний рынок был полностью обеспечен необходимыми продуктами и это позволило «эффективно наращивать» поставки продовольствия за рубеж, а благоприятная рыночная конъюнктура существенно увеличила экспортные доходы России, перечисляет представитель Минсельхо-

33%

всех поставок продовольствия и сельхозпродукции в 2020 году пришлось на зерно, это традиционно основная статья экспорта

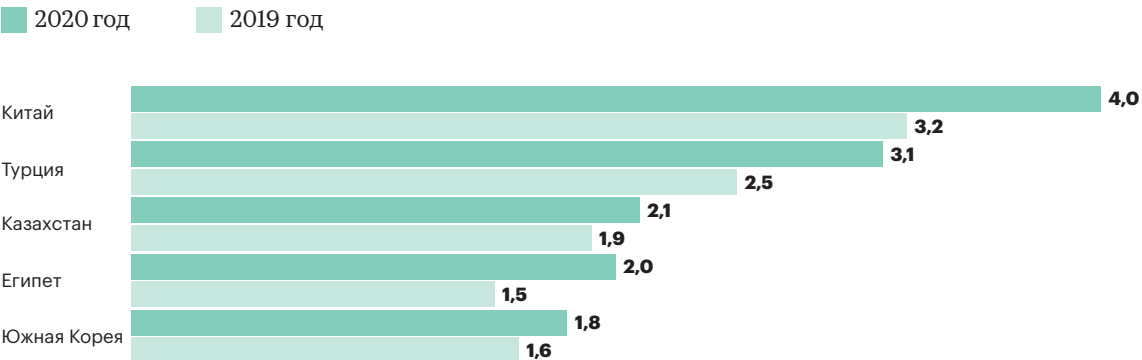
за. На поставки повлияло и то, что на фоне пандемии многие страны нарастили объемы закупок продукции АПК, создавая значительные запасы.

КАКИЕ РОССИЙСКИЕ ПРОДУКТЫ ПОКУПАЮТ ЗА РУБЕЖОМ

Экспорт в 2020 году вырос по всем основным группам товаров, которые Россия поставляет за рубеж: зерно, масложировая, мясная и молочная продукция, а также продукция пищевой и перерабатывающей промышленности (сюда входят, в частности, кондитерские изделия, сахар, напитки). В денежном выражении снизились поставки за рубеж только рыбы и морепродуктов.

Основная доля экспорта — традиционно зерно: в 2020 году на него приходилось 33% всех поставок продовольствия и сельхозпродукции. Всего в 2020-м за рубеж было отгружено 49 млн т зерна на \$10 млрд, что на 25% больше в натуральном выражении и на 29% в денежном, чем годом ранее. Рост мировых цен привел, в частности, к большим поставкам пшеницы — на 22%, до 39 млн т в натуральном выражении, а на 29%, до \$8,3 млрд, — в денежном. Основным

Топ-5 стран — импортеров российского продовольствия, \$ млрд



Источник: «Агроэкспорт»

Экономика

Внутренний рынок был полностью обеспечен необходимыми продуктами и это позволило «эффективно наращивать» поставки продовольствия за рубеж, а благоприятная рыночная конъюнктура существенно увеличила экспортные доходы России, отмечает представитель Минсельхоза

← 5 покупателем зерна по итогам года стала Турция (9 млн т на \$1,9 млрд). Поставки за рубеж масло-жировой продукции выросли на 12%, до 8,1 млн т, в натуральном выражении и на 22%, до \$5 млрд, в денежном. Рост обеспечил прежде всего экспорт подсолнечного масла, которого было отгружено 3,7 млн т (+19%) на \$2,8 млрд (+28%). Продажи особенно росли в первой половине года после рекордного урожая подсолнечника 2019-го. Крупнейший покупатель всей масло-жировой продукции — Китай (\$1,1 млрд). Самыми быстрыми темпами в прошлом году вырос экспорт мяса: на 53%, до 525 тыс. т, в натуральном выражении и на 49%, до \$887 млн, в денежном. Во многом этому способствовало открытие рынка Китая для российского мяса птицы и говядины: в 2020 году эта страна стала крупнейшим покупателем российского мяса. В свою очередь, девальвация рубля сделала более конкурентоспособными на мировом рынке отечественные молочные продукты и позволила усилить позиции на традиционных рынках постсоветского пространства, указывает управляющий партнер консалтинговой компании Streda Consulting Алексей Груздев. Экспорт молочной продукции в 2020 году вырос в физическом выражении на 16%, до 207 тыс. т, и на 11%,

до \$318 млн, в стоимостном. Основные покупатели — Казахстан, Белоруссия и Украина. В страны ближнего зарубежья идет и большая часть кондитерских изделий, сахара и напитков. В целом экспорт продукции пищевой и перерабатывающей промышленности увеличился в денежном выражении на 13%, до \$4,5 млрд. Снижение выручки от рыбного экспорта на 2%, до \$5,3 млрд (в натуральном выражении отгрузки выросли на 6%, до 2,3 млн т), — следствие пандемии, поясняет президент Всероссийской ассоциации рыбохозяйственных предприятий, предпринимателей и экспортеров (ВАРПЭ) Герман Зверев. Закрытие общепита и снижение покупательской способности привели к глобальному падению спроса на многие виды рыбной продукции и, как следствие, к снижению цен. В частности, серьезно подешевел минтай, один из главных промысловых ресурсов России, отмечает Зверев. По экспорту ударило прежде всего сокращение поставок в Китай: на долю этой страны и Южной Кореи приходится 60% всего экспорта российской рыбы. Спрос на рыбу в Китае начал падать еще в начале пандемии: одним из первых в январе 2020 года пострадал экспорт российских крабов. В сентябре 2020 года Китай начал ограничивать поставки рыбы из России, из-за того что на упаковках продукции обна-

ружились следы коронавирусной инфекции: в конце декабря закрылся последний порт, принимавший российскую рыбу. КАКИМ БУДЕТ ЭКСПОРТ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ В 2021 ГОДУ На 2021 год федеральным проектом «Экспорт продукции АПК» установлен целевой показатель по поставкам за рубеж в \$26 млрд. Минсельхоз ожидает, что он будет выполнен, говорит представитель министерства. Задачу наращивать поставки за рубеж сельхозпродукции поставил в мае 2018 года президент Владимир Путин. К 2024 году экспорт АПК должен вырасти в 2,2 раза, до \$45 млрд. Но в декабре 2020-го Путин обратил внимание на то, что в России существенно выросли цены на продукты, в том числе на те, которые активно вывозились за рубеж. Больше всего подорожали сахар и подсолнечное масло — на 72 и 24% соответственно. Рост цен на базовые продукты не объяснишь пандемией — это «попытка подогнать внутренние цены под мировые, а также использовать экспортные возможности», возмущался президент. Для стабилизации цен на продукты правительство приняло меры: производители договорились с торговыми сетями на три месяца зафиксировать цены на сахар и подсолнечное масло. Кроме того, экспорт зерна сдерживает тарифная квота, по которой с 15 февраля по 30 июня 2021 года за пределы России можно вывезти 17,5 млн т зерна (пшеница, экспортируемая в пределах квоты, до 30 июня облагается пошлиной €50 за тонну). С 15 марта будут введены пошлины на экспорт кукурузы (€25 за тонну) и ячменя (€10 за тонну). В феврале правительство объявило о введении постоянного механизма, регулирующего экспорт зерна: он предусматривает введение в стране «плавающей» пошлины на вывоз зерна за рубеж, которая будет определяться в зависимости от текущих экспортных цен, — для этого с 1 апреля

Мосбиржа будет регистрировать и публиковать цены контрактов. Для семян подсолнечника и рапса действует экспортная пошлина до 30% (не менее €165 за тонну). Минэкономразвития также предлагало установить экспортную пошлину на подсолнечное масло в размере 15%, но не менее чем €135 за тонну, но пока эта мера не вводилась. Увеличению российского экспорта благоприятствуют мировые цены на продовольствие, которые растут второй год подряд, указывает Сизов. России, по его словам, «есть куда расти по аграрному экспорту», хотя рассчитывать на заметный рост при всех введенных экспортных ограничениях в 2021 году не приходится. В 2021 году экспорт зерна, по мнению эксперта, может снизиться на фоне сокращения урожая: согласно февральскому прогнозу «Совэкона», пшеницы будет собрано 76,2 млн т, что на 10 млн т меньше, чем в 2020-м. Впрочем, снижение объемов поставок может компенсировать рост мировых цен на зерно, а также увеличение цен и объемов поставок по другим экспортным позициям. Урожай масличных в этом году ожидается выше, чем в прошлом, и их экспорт, вероятно, вырастет, а в животноводческой отрасли сохранятся быстрые темпы наращивания производства мясной и молочной продукции, что также будет способствовать росту поставок, добавляет Сизов. Зверев не ждет улучшения ситуации по рыбному экспорту в 2021 году. Из-за продолжающегося закрытия портов Китая для российской рыбы и невозможности отгружать продукцию в другие страны Азиатско-Тихоокеанского региона экспорт по итогам 2021 года может упасть более чем на \$500 млн. Прогноз по вылову лососевых не позволяет рассчитывать на показатели 2020 года, что также приведет к снижению доходности поставок за рубеж, констатирует Зверев. По прогнозу ВАРПЭ, по итогам 2021 года российский рыбный экспорт составит около \$4 млрд. ■

Экспорт продовольствия в 2020 году

79 млн т сельхозпродукции и продовольствия экспортировала Россия

\$30,7 млрд составили поставки российского продовольствия в денежном выражении, это на 20% больше по сравнению с 2019 годом

150 стран покупали российское продовольствие в прошлом году

■ РБК				
ЕЖЕДНЕВНАЯ ДЕЛОВАЯ ГАЗЕТА	ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ РБК	РЕДАКТОРЫ ОТДЕЛОВ	Учредитель газет:	Корпоративный коммерческий
И.о. главного редактора: Петр Геннадьевич Канаев Руководитель дизайн-департамента: Николай Реутин Выпуск: Игорь Климов Руководитель фотослужбы: Алексей Зотов Верстка: Ирина Енина	Руководитель объединенной редакции РБК: Петр Канаев Главный редактор rbc.ru и ИА «РосБизнесКонсалтинг»: вакансия Первый заместитель главного редактора: Ирина Парфентьева Заместители главного редактора: Вячеслав Козлов, Дмитрий Ловягин, Анна Пустякова, Кирилл Сироткин	Медиа и телеком: Анна Балашова Банки и финансы: Антон Фейнберг Свой бизнес: Илья Носырев Индустрия и энергоресурсы: Тимофей Дзядко Политика и общество: Вячеслав Козлов Потребительский рынок: Сергей Соболев Экономика: Иван Ткачев Международная политика: Полина Химшиашвили	ООО «БизнесПресс» Газета зарегистрирована в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-63851 от 09.12.2015. Издатель: ООО «БизнесПресс» 117393, г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 78, стр. 1 E-mail: business_press@rbc.ru	директор: Людмила Гурей Коммерческий директор издательского дома «РБК»: Анна Брун Директор по корпоративным продажам LifeStyle: Ольга Ковгунова Директор по рекламе сегмента авто: Мария Железнова Директор по маркетингу: Андрей Сикорский Директор по распространению: Ирина Бокач Директор по производству: Надежда Фомина

Pro:

PRO.RBC.RU

Финансы

9

Индустрия
развлечений

12

Бизнес

Страховщики нарастили
продажи россиянам сложных
продуктов на 25%

Okko и ivi по итогам 2020 года
уступили часть рынка другим
онлайн-кинотеатрам

ОДНА ИЗ КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ПРИВЛЕЧЕТ В ХОДЕ IPO \$2 МЛРД

Fix Price добилаась в Лондоне хорошей цены

Первичное размещение НА ЛОНДОНСКОЙ И МОСКОВСКОЙ БИРЖАХ ретейлера Fix Price пройдет ПО ВЕРХНЕЙ ГРАНИЦЕ ДИАПАЗОНА — \$9,75 за расписку. С учетом увеличенного предложения в ходе IPO компания ПРИВЛЕЧЕТ \$2 МЛРД.

→ 8



Стоимость любого товара в магазинах Fix Price не превышает 250 руб.

Фото: Александр Рюмин/ТАСС

Ретейл

“ Свои акции Fix Price в ходе IPO продают компании, подконтрольные основателям сети Артему Хачатрян и Сергею Ломакину, которым до размещения ценных бумаг принадлежало по 41,7% акций ретейлера, а также структуры Marathon (9,9%) и Goldman Sachs (4%)

← 7

АННА ЛЕВИНСКАЯ

Российский ретейлер фиксированных цен Fix Price, бумаги которого с 10 марта 2021 года начнут торговаться на Лондонской и Московской биржах, в ходе IPO привлечет \$2 млрд с учетом опциона на доразмещение, следует из сообщения компании. Инвесторам были предложены 178,4 млн глобальных депозитарных расписок (равна одной обыкновенной акции), что составляет приблизительно 21% увеличенного уставного капитала компании. Размещение пройдет по верхней границе ранее объявленного диапазона \$8,75–9,75 за расписку. Таким образом, рыночная капитализация компании при старте торгов составит около \$8,3 млрд. Организаторами размещения выступают BofA Securities, Citigroup, JPMorgan, Morgan Stanley и «ВТБ Капитал».

Некоторые акционеры, участвующие в IPO, согласно опциону, могут дополнительно разместить 26,8 млн расписок. В случае размещения в полном объеме количество торгуемых ценных бумаг уве-

личится до 205,1 млн расписок, что составит около 24,1% уставного капитала. В сделке решили участвовать несколько якорных инвесторов, среди которых суверенный фонд Катара QIA (купит акции по цене размещения на \$150 млн), фонды под управлением BlackRock (\$150 млн), GIC (\$100 млн) и APG (\$75 млн).

Книга заявок от потенциальных инвесторов была заполнена в первый же день начала сбора, ранее сообщал «Интерфакс» со ссылкой на свои источники. Инвесторы оценили Fix Price выше, чем второй по обороту российский ретейлер «Магнит», чья капитализация в пятницу составляла \$7,2 млрд.

Свои акции Fix Price в ходе IPO продают компании, подконтрольные основателям сети Артему Хачатрян и Сергею Ломакину, а также структуры инвестиционных компаний Marathon Group и Goldman Sachs Group. Через одну из компаний основателей часть бумаг предлагали также топ-менеджеры сети и другие миноритарные акционеры. Исходя из данных проспекта Fix Price, до размещения Ломакин и Хачатрян владели по 41,7%

акций ретейлера, Marathon Group контролировала 9,9%, Goldman Sachs — 4%, топ-менеджмент — 2,3%

Президент Marathon Group Александр Винокуров оценил размещение Fix Price как «очень успешное и в полной мере отражающее потенциал российского ретейла». Среди решивших инвестировать в Fix Price преобладают иностранные компании, отмечает управляющий директор по инвестициям «ТКБ Инвестмент Партнерс» Владимир Цупров. По его мнению, иностранцы лучше понимают эту модель, потому что много лет наблюдают за мировыми аналогами. Среди рисков Цупров указывает на отсутствие ретейлера в сегменте онлайн-торговли, а также на возможную конкуренцию со стороны других розничных игроков: «Компания обещает удвоиться в ближайшие годы. Смогут ли они работать с такой же рентабельностью с увеличившимся в два раза количеством магазинов, неизвестно. Тем более что чем больше маржинальность компании, тем больше желающих зайти на эту территорию».

В документах к размещению Fix Price сдержанно оце-

нивал перспективы работы в онлайн: ретейлер считает, что от интернет-магазинов его выгодно отличают возможность проверить товар перед покупкой, а также более низкие цены и отсутствие платы за доставку, но не исключил запуск онлайн-продаж при изменении потребительских предпочтений.

Аналитик потребительского рынка Райффайзенбанка Егор Макеев отмечает риск конкуренции со стороны крупнейших российских ретейлеров, таких как X5 Retail Group и «Магнит», которые начали экспериментировать с форматом «жесткого дискаунтера». Инвесторы могли оценить Fix Price с премией, поскольку это первое размещение игрока из отличного от классического для публичных ретейлеров сегмента, полагает Макеев. По его мнению, инвесторов впечатляют возможности роста на этом рынке. Кроме того, у магазинов фиксированных цен есть преимущество в позиционировании во времена, когда доходы населения находятся под давлением и покупатели становятся все более рациональными в своих тратах, добавляет аналитик. ■

ЧЕМ ИЗВЕСТНА FIX PRICE

Сеть Fix Price, первые магазины которой были открыты в 2007 году, работает по модели фиксированных цен, ретейлер торгует продовольственными и непродовольственными товарами. Схожий бизнес у международных публичных ретейлеров — американских Dollar Tree, Dollar General и Big Lots. Сначала весь ассортимент сети Fix Price продавался по 30 руб. за товар, но сегодня

в магазинах есть несколько категорий цен, в целом стоимость каждого товара из 1,8 тыс. товарных позиций не превышает 250 руб. Сеть насчитывает более 4,2 тыс. магазинов в России и за рубежом.

Выручка Fix Price в 2020 году выросла на 33%, до 190,1 млрд руб., скорректированная EBITDA — на 35%, до 36,8 млрд руб., чистая прибыль — на 33%, до 17,6 млрд руб.

Реклама 18+



Надёжная основа
онлайн-бизнеса
nic.ru



.space — домен, от англ. «космос, пространство»

Финансы

ЦБ ПОДВЕЛ ИТОГИ 2020 ГОДА НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ

Страховщики разменяли инвестиции на накопления

ЮЛИЯ КОШКИНА

В 2020 году взносы граждан по полисам накопительного страхования жизни выросли на четверть. Продажи этих продуктов, включающих инвестиционную составляющую, стали одним из драйверов роста рынка на фоне снижения ставок по вкладам.

Несмотря на кризис и пандемию, в 2020 году ключевые показатели страховых компаний улучшились, следует из обзора Банка России. Совокупный объем взносов, собранных участниками рынка, превысил 1,5 трлн руб., прибавив 4,1%. Для сравнения: в 2019 году рост общего объема премий был нулевым.

Одним из ключевых драйверов роста в прошлом году стало накопительное страхование жизни (НСЖ), указывает ЦБ. Речь идет о страховых полисах с инвестиционной составляющей — они предполагают, что часть вложенных средств клиента инвестируется для получения дополнительного дохода.

«На фоне снижения ставок по депозитам население стало активно искать альтернативные, потенциально более доходные инвестиционные инструменты. Это дало возможность банкам успешно продвигать продукты НСЖ», — говорится в обзоре. В 2020 году объем взносов по накопительному страхованию жизни увеличился на четверть и составил 136,9 млрд руб.

Как отмечает Банк России, интерес граждан к накопительному страхованию отчасти объясняется падением спроса на полисы инвестиционного страхования жизни (ИСЖ). Они тоже считаются комплексным страховым продуктом с инвестиционной составляющей, но в отличие от НСЖ их продажи жестче регулируются — с 2019 года действует указание ЦБ о минимальных требованиях при заключении договора ИСЖ, а также стандарт, разработанный Всероссийским союзом стра-

ховщиков. Первый зампред ЦБ Сергей Швецов в 2019 году называл полисы ИСЖ «мутным продуктом»: «Поскольку в России все бренды молодые и track record нет, то человеку реально очень сложно сориентироваться. А вот продавцы вешают лапшу на уши и создают неправильные ожидания». По итогам 2020 года объем взносов по инвестиционному страхованию жизни снизился на 7,4%, или 182,9 млрд руб.

ПОЧЕМУ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАХОВКИ ОКАЗАЛИСЬ НА КОНТРОЛЕ У ЦБ

Бум в накопительном страховании вызывает обеспокоенность Банка России. Как отмечается в обзоре, в прошлом году страховщики активно внедряли в линейки полисы ИСЖ, похожие на программы ИСЖ. В итоге ключевые агенты продаж — банки — предлагали гражданам комплексные продукты в виде вкладов с инвестиционной составляющей, чтобы базовая ставка по депозиту выглядела для клиентов более привлекательной.

«Однако такие дополнительные инвестиции не застрахованы в системе АСВ (Агентства по страхованию вкладов), а доходность по ним в большинстве случаев не гарантирована», — предупреждает ЦБ. По его данным, примерно три четверти жалоб потребителей на некорректные продажи продуктов в банках касались именно ИСЖ и НСЖ. Сейчас Банк России совместно с участниками рынка обсуждает возможное ужесточение правил продаж таких страховок гражданам.

После пика популярности инвестиционных страховок россияне разочаровались в этом продукте, констатировала председатель ЦБ Эльвира Набиуллина. Средняя доходность трехлетних полисов ИСЖ, действие которых завершилось в январе—сентябре 2020 года, составила 4,2% годовых при ставках по вкладам на сроки от одного до трех лет на уровне 7%. Почти треть полисов (32%) показали нулевую доходность, а еще 18% — до 1%.

Для обычных граждан, далеких от спекуляций на фондовом рынке, полис НСЖ — более понятный инструмент, считает руководитель направления страховых компаний АКРА Алексей Бредихин: «По нашей оценке, средний срок договоров НСЖ превышает пять лет, но доходность по ним является гарантированной, поэтому

Р1,5 трлн

составил совокупный объем взносов, собранных участниками страхового рынка в 2020 году

существенного разочарования страхователей мы не ожидаем».

Дальнейшие темпы роста этого сегмента страхования предсказать сложно, добавляет эксперт. «С одной стороны, продолжается снижение доли банковских депозитов в структуре сбережений населения. Это положительно влияет на альтернативные инструменты сбережения, в том числе страхование жизни. С другой стороны, анонсированные Банком России ограничения на параметры программ страхования жизни, а также сокращение перечня инструментов, доступных неквалифицированным инвесторам, могут оказать существенное негативное влияние на страховые премии», — поясняет Бредихин.

Рынок близок к зоне турбулентности, соглашается директор по рейтингам страховых компаний НКР Евгений Шарапов. По его словам, текущие предложения ЦБ по защите граждан от мисселинга способны «обвалить рынок», но это вряд ли произойдет. «Скорее всего, страховщики скорректируют свои продукты, сделав их более дружелюбными к страхователю», — прогнозирует эксперт НКР.

НА ЧЕМ ЕЩЕ ЗАРАБОТАЛИ И ПОТЕРЯЛИ СТРАХОВЩИКИ

На фоне снижения ставок в России положительная динамика наблюдалась в сегменте страхования жизни и здоровья заемщиков. Объем взносов по страхованию жизни составил 94,5 млрд руб., а по страхованию от несчастных случаев и болезней — 202,4 млрд руб.

Сегмент добровольного медицинского страхования (ДМС) в кризисный год пережил спад. После быстрого роста в 2019 году объем совокупных премий сократился на 2%, или на 177,1 млрд руб. На фоне кризиса многие компании стали сокращать бюджеты на ДМС, а частные клиенты отказывались от дополнительных медстраховок, поясняют в ЦБ. Количество договоров ДМС, заключенных с физлицами, в 2020 году упало на 42,6%, в корпоративном сегменте снижение составило 7,7%.

В 2020 году рынок ОСАГО вернулся к росту. Объем премий увеличился на 3%, или на 220,3 млрд руб. Количество заключенных договоров также выросло, как и средний размер страхового взноса от покупателя полиса (5,5 тыс. руб.). Премии в сегменте автокаско увеличились на 3,1%.

По итогам прошлого года прибыль российских страховщиков составила 247,5 млрд руб., по сравнению с финансовым результатом 2019 года рост был символическим (+0,04%). При этом 84% участников рынка зафиксировали прибыль. ■

По итогам прошлого года прибыль российских страховщиков составила 247,5 млрд руб., при этом зафиксировали ее 84% участников рынка

ТРИ ОТЛИЧИЯ ИСЖ ОТ НСЖ

В российском законодательстве нет четкого описания инвестиционного и накопительного страхования жизни, говорит директор по рейтингам страховых компаний НКР Евгений Шарапов: «Тут страховщики могут создавать продукты или их комбинации, которые даже для профессионала могут оказаться трудными для классификации». Но разница все же присутствует.

• Порядок уплаты взноса клиентом

Как правило, ИСЖ предполагает единовременное внесение средств. По НСЖ средства могут вноситься в рассрочку

(ежегодно, ежеквартально или ежемесячно).

• Срок договора

В России договоры инвестиционного страхования жизни обычно заключаются на три–семь лет. Полис НСЖ — более долгосрочный продукт, сроком до 20–25 лет, хотя в российской практике есть примеры продуктов со сроком действия от пяти лет.

• Инвестиционная компонента и риски клиента

По договору ИСЖ страховщик должен в итоге выплатить клиенту сумму не меньше, чем тот внес изначально. Часть взноса инвестируется, и доход-

ность зависит от выбранного потребителем базового актива, доход не гарантируется. «В общем, ИСЖ — это инвестиционный продукт с так называемой защитой первоначального взноса», — объясняет Шарапов. В накопительном страховании часть внесенных клиентом средств инвестируется по усмотрению компании. При заключении договора стороны лишь определяют сумму, которая будет гарантирована к выплате по истечении срока полиса или в случае смерти застрахованного лица. «Это больше похоже на гарантированную страховую компанией доходность», — поясняет Шарапов.

Телеком

Только в телекоме мы потеряли ₽5–6 млрд на эффекте пандемии

АЛЕКСЕЙ КОРНЯ, возглавивший МТС в марте 2018-го, покинет пост президента компании. Незадолго до официального объявления о кадровых перестановках он подвел итоги своей работы в интервью РБК.

АННА БАЛАШОВА

Как вы можете охарактеризовать итоги своей работы к текущему моменту? Что можете назвать своими главными достижениями?

За прошедший год мы получили исключительно сильные результаты. Выручка по группе МТС выросла на 5,2%, за квартал мы выросли почти на 7,5%. Мы имеем рекордную долю рынка как по доходам, так и по другим финансовым метрикам. Мы видим еще не все годовые показатели конкурентов, но по результатам девяти месяцев наш вклад в общий рост доходов всех российских операторов составил 45%. И это с учетом «Ростелекома», у которого большая доля в сегменте b2g.

Кроме того, недавно мы стали оператором № 1 среди частных компаний в сегменте фиксированного доступа в интернет. Это тоже значимое достижение. Очень хорошо растут конвергентные услуги (объединяют услуги мобильной и фиксированной связи. — РБК). Думаю, мы стали компанией № 1 и по количеству абонентов, которые пользуются тарифами, объединяющими домашний интернет и мобильную связь, притом что еще три года назад были № 3.

Если недавно МТС вообще не было на рынке облачных сервисов, то по последнему рейтингу iKS-Consulting мы № 2 в сегменте IaaS (инфраструктура как сервис. — РБК) как облачный провайдер инфраструктуры. Впереди

только «Ростелеком», но опять-таки во многом благодаря государственному сегменту. За последние пару лет мы создали медийный бизнес, в конце весны запустим обновленный онлайн-кинотеатр. Рассчитываем стать одним из лидеров этого рынка. Уже сейчас у нашего медийного сервиса порядка 6 млн пользователей.

Положительным или негативным оказалось влияние пандемии?

Безусловно, пандемия оказала негативное влияние. Только в телекоме мы потеряли примерно 5–6 млрд руб. на эффекте пандемии.

Это из-за сокращения абонентской базы по итогам года?

Нет. Основное — это потеря роуминговых доходов. А сокращение абонентской базы связано прежде всего с тем, что во время пандемии некоторое количество абонентов поставили на паузу пользование вторыми и третьими сим-картами, потребность в которых на самоизоляции отпала.

Есть что-то, о чем вы жалеете?

Думаю, мы еще не в полной мере реализовали задачи, которые ставили перед собой в отдельных направлениях. Например, наши проекты в b2g-сегменте. Пока в нем продолжают доминировать госкомпании. Кроме того, мы не в полной мере реализовали свой потенциал по росту клиентской базы и по качеству наполнения продуктового портфеля в финтехе.

За последние пару лет мы создали медийный бизнес, в конце весны запустим обновленный онлайн-кинотеатр. Уже сейчас у нашего медийного сервиса порядка 6 млн пользователей

«ГОСУДАРСТВО ДОЛЖНО ИМЕТЬ ОЧЕНЬ ОСМЫСЛЕННУЮ ПОЛИТИКУ»

В конце прошлого года аналитики прогнозировали рост цен на услуги связи до 15% из-за последствий пандемии, необходимости компенсировать дополнительные расходы, связанные с законодательными инициативами государства, и других факторов. При этом ФАС очень чувствительно реагирует на любые подобные заявления. Считаете ли вы повышение цен неизбежным? Как его можно провести с учетом позиции ФАС?

Основной прирост ARPU (average revenue per user — средняя выручка одного абонента в месяц. — РБК) у нас приходится на рост пользования: мы видим увеличение более чем на 50% потребления совокупного интернет-трафика на нашей сети. Это, с одной стороны, формирует значи-

тельные потребности в инвестициях в сеть, а с другой — влияет на увеличение чека. Мы понимаем, что цены на интернет и связь у нас сейчас одни из самых низких в мире, но не ставим перед собой задачу номинально их увеличивать. При этом рост потребления должен результатиться в рост ARPU просто для того, чтобы создавать возможности инвестирования в сеть и развития инфраструктуры.

Зачастую, когда государство заявляет о каких-то новых регуляторных инициативах, «большая тройка» отвечает оценкой, во сколько миллиардов рублей эта инициатива обойдется, и выводом, что будет вынуждена увеличить тарифы. Насколько регуляторные инициативы могут влиять на цены? При каких условиях вы могли бы снизить тарифы?

Я считаю, что государство должно иметь очень осмысленную и осторожную политику по увеличению нагрузки на инфраструктурных телеком-операторов. В последние годы нагрузка на сектор сильно возросла. Например, «закон Яровой» (предписывающий операторам связи и интернет-площадкам хранить записи разговоров, переписку и другую коммуникацию клиентов в течение определенного периода. — РБК) — это десятки миллиардов инвестиционной нагрузки, которые легли на операторов.

Сейчас обсуждается потенциально еще более рискованная инициатива по доступному интернету (организации для клиентов всех провайдеров страны возможности бесплатного доступа к определенному набору сайтов. — РБК). Очень важно осторожно подходить ко всем социальным и государственным задачам, чтобы не ограничивать потенциал развития инфраструктуры.

«МЫ ЗНАЧИТЕЛЬНО УВЕЛИЧИВАЕМ ИНВЕСТИЦИИ В ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ»

Согласно стратегии МТС, к 2023 году доля мультипродуктовых пользователей должна вырасти до 40%. Довольны ли вы промежуточными итогами реализации стратегии?

ЧТО ТАКОЕ МТС

Компания МТС оказывает услуги мобильной и фиксированной связи, доступа в интернет, кабельного и спутникового ТВ-вещания, развивает цифровые сервисы, финансовые услуги, а также услуги на базе ИТ-решений, облачных вычислений и др. На конец 2020 года у компании было 78,5 млн абонентов мобильной связи в России. Владеет 94,7% «Москов-

ской городской телефонной сети» (МГТС), 94,47% МТС-банка, 100% «МТС-Армения» (VivaCell-MTS), 49% белорусского ООО «Мобильные ТелеСистемы» и др. Выручка в 2020 году — 494,9 млрд руб., чистая прибыль — 61,4 млрд руб. Основной акционер — АФК «Система» Владимира Евтушенкова, которой принадлежит 56,8% акций МТС. 43,19% в виде ADR торгуются на Нью-

Йоркской и других фондовых биржах. Капитализация на 8 марта — \$8,6 млрд.

По данным AC&M Consulting, по итогам 2019 года (последние доступные данные) МТС была лидером на российском рынке мобильной связи с долей 30% («МегаФон» занимал 29%, «ВымпелКом» (бренд «Билайн») — 21%, «Т2 РТК Холдинг» (Tele2) — 19%).

Фото: Владислав Шатилов/РБК



**Из жизни
Алексея
Корня**

1975

Родился
в Брянске

1998

Окончил Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов

2000

Работал в «Северо-Западном Телекоме» (позже присоединен к «Ростелекому») и «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит»

2004

Начал работу в «МТС Урал» с должности финансового директора

2007

Получил должность директора МТС по контроллингу

2010

Стал вице-президентом МТС по финансам и инвестициям

2018

Назначен президентом, председателем правления ПАО «МТС»

Да. На декабрь доля мультипродуктовых пользователей была больше 10%. Мы уже видим эффект от этих абонентов с точки зрения снижения оттока и роста размера среднего чека.

Но у нас также стоит задача растить осознанность при использовании мультипродукта, наращивать глубину пользования сервисами. Например, если клиент пользуется телеком-сервисами и финтехом, было бы логично, чтобы он использовал также наш онлайн-кинотеатр, игровые сервисы, покупал билеты на мероприятия на наших электронных площадках. Но сейчас это не всегда происходит, и над этим предстоит работать.

Долгосрочная цель — перейти на динамическое ценообразование портфеля продуктов: чем больше вы потребляли продуктов определенного типа, тем больше вы получали выгод, которые определяются динамикой с использованием предиктивных моделей и искусственного интеллекта. То есть система будет подсказывать человеку, что он может докупить еще один продукт из числа тех, к которым имеет наибольшую склонность, и получить дополнительную скидку.

Ваш предшественник на посту президента МТС Андрей Дубовсков прогнозировал, что в какой-то момент связь может стать совсем бесплатной для тех пользователей, которые будут потреблять какие-то

другие услуги. Этот прогноз актуален?

Если говорить о голосовых услугах, сегодня вы уже не платите за них, а платите прежде всего за трафик передачи данных, за потребленные гигабайты, в этом смысле «голос» уже для вас бесплатный. Стратегически мы идем к тому, что у человека будет общая подписочная модель, он будет получать набор сервисов за определенную цену и может не понимать, сколько платит за каждый отдельный сервис.

В 2021 году МТС намерена серьезно увеличить свои капитальные затраты — до 110–120 млрд руб. (в 2020-м — 96,9 млрд руб.). На что планируете тратить деньги?

Наша стратегия, как мы ее сформулировали, — это лучший телеком-оператор с цифровыми преимуществами, развитие цифровых сервисов на базе нашей сети. Мы должны оставаться лучшей инфраструктурной компанией и сохранять объем инвестиций в этом направлении. С учетом некоторой девальвации валют в реальном выражении сумма инвестиций в телеком значительно не изменится по сравнению с 2020 годом, и одновременно с этим мы значительно увеличиваем инвестиции в цифровые продукты, в новые нетелеком-направления.

Какие новые направления бизнеса интересны компании? Насколько далеко в строительстве экосистем

ОТСТАВКА АЛЕКСЕЯ КОРНЯ

Совет директоров МТС назначил новым президентом МТС Вячеслава Николаева (как и Алексей Корня, топ-менеджер пришел работать в МТС в 2004-м; последняя его должность перед назначением, с апреля 2020-го, — первый вице-президент по клиентскому опыту, маркетингу и экосистемному развитию). Сам Корня станет первым вице-президентом АФК «Система».

мы вы готовы зайти? «МегаФон», например, заявил об амбициях в космосе — компания инвестирует в исследования низкоорбитальных спутниковых систем для предоставления высокоскоростной передачи данных.

Для нас при выборе продукта, который мы предлагаем клиентам, важными являются несколько элементов: насколько он комплементарен нашему сервису, есть ли какие-то синергии между новым и старыми продуктами, является ли это потенциально большим рынком с десятками миллионов клиентов, будет ли это новой потребительской моделью, которая формируется на рынке.

Я вижу очень большой потенциал в облачных сервисах, во всем, что касается голосового интерфейса. С интересом смотрим на развитие телеком-

муникационного оборудования на открытой архитектуре OPEN RAN.

В отношении других инноваций будем смотреть, нужно ли нам строить свой проект или можно присоединиться к каким-то глобальным. Когда мы говорим про низкоорбитальную связь, она сможет покрыть всю поверхность Земли, и здесь, возможно, имеет смысл смотреть на участие в каких-то глобальных альянсах и проектах. Если говорить про космос, то в октябре 2020 года мы вошли в инициативную рабочую группу «Роскосмоса» по разработке глобальной низкоорбитальной системы передачи данных интернета вещей «Марафон IoT», составной части подпрограммы «Сфера».

У крупнейших строителей экосистем в России — Сбербанка, «Яндекса», Mail.ru Group — есть сервисы доставки еды, такси. Вы смотрите на подобные направления, сравниваете себя с другими экосистемами?

Не думаю, что есть законченный список продуктов и сервисов, которые формируют экосистему или цифровую платформу.

Скорее, мы исходим из внутренней логики развития: что нам комплементарно и где мы можем предоставить клиенту органичные сервисы, — нежели от того, что то или иное направление есть у конкурентов. ■

Полная версия интервью — на сайте rbc.ru

«Я вижу очень большой потенциал в облачных сервисах, во всем, что касается голосового интерфейса»

Индустрия развлечений

АГЕНТСТВО TELECOMDAILY ПРЕДСТАВИЛО ДАННЫЕ О РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ
ОНЛАЙН-КИНОТЕАТРОВ

Домашний зритель предпочел залы поменьше



ЕЛИЗАВЕТА ЕФИМОВИЧ

Несмотря на увеличившуюся выручку, сервисы ivi и Okko уступили по итогам 2020 года часть рынка другим активно развивающимся онлайн-кинотеатрам. Свои позиции укрепили, по версии агентства TelecomDaily, «Кинопоиск» и Netflix.

Доли крупнейших на российском рынке онлайн-кинотеатров ivi и Okko по итогам 2020 года впервые снизились, следует из годового отчета аналитического агентства TelecomDaily, с которым ознакомился РБК. Доля лидера — онлайн-кинотеатра ivi — в общих доходах всех видеосервисов Рунета составила 22,5%, тогда как годом ранее — 25%. Okko по итогам прошлого года занимал, по версии TelecomDaily, 13,6% всего рынка против 15% по итогам 2019 года. Доли на рынке также снизились у YouTube (с 13 до 9%) и Megogo (с 9 до 6,6%).

Выручка сервисов в 2020 году, по подсчетам TelecomDaily, увеличилась: у ivi — на 44%, до 8,8 млрд руб., у Okko — на 45%, до 5,3 млрд руб., у YouTube — на 13%, до 3,5 млрд руб., у Wink — на 53%, до 2,9 млрд руб., и у Megogo — на 24%, до 2,6 млрд руб. Весь рынок в денежном выражении увеличился на 51%, до 38,9 млрд руб.

По итогам 2020 года выручка «Кинопоиска» выросла почти в 3,5 раза, до 2,8 млрд руб., что, соответственно, привело к увеличению рыночной доли с 3 до 7,1%, следует из данных TelecomDaily. «Яндекс», владелец «Кинопоиска», в своей отчетности выручку видеосервиса отдельно не раскрывает.

Почти в три раза, до 3,3 млрд руб., как утверждает TelecomDaily, выросли доходы в России у американского онлайн-кинотеатра Netflix, который только в сентябре 2020 года объявил о полноценном выходе на российский рынок. Его доля увеличилась с 4% в 2019 году до 8,4% в 2020 году. Сам Netflix не раскрывает свои доходы в отдельных странах.

Видеосервис ivi согласен с цифрами, предоставленными TelecomDaily, сообщил РБК директор по стратегии онлайн-кинотеатра Иван Гринин. Аналитика TelecomDaily по выручке онлайн-кинотеатра «близка к правде», признает гендиректор Megogo

↑ Активнее всего растут сервисы с собственным уникальным контентом, отмечает гендиректор онлайн-кинотеатра Premier Иван Гродецкий

Фото: Дмитрий Коротяев/Коммерсантъ

Виктор Чеканов. В пресс-службе Okko настаивают на том, что сервис занял 14% рынка по итогам прошлого года, как и в 2019 году, не подтверждая оценку TelecomDaily.

РБК направил запросы представителям всех других упомянутых видеосервисов.

Большую часть выручки — 30,6 млрд из 38,9 млрд руб. — всему отечественному рынку видеосервисов принесла платная модель, под которой подразумевается подписка на один или несколько месяцев либо разовые покупки доступа к контенту. Рекламная модель обеспечила лишь 8,3 млрд руб. всех доходов и выросла за год только на 9%, оценивает TelecomDaily.

Из-за пандемии и самоизоляции рынок онлайн-кинотеатров в 2020 году рос стремительно, и компании, которые на-

ходились на более низких позициях, показали двукратное увеличение доходов, что невозможно для лидеров рынка с многомиллиардной выручкой, объясняет гендиректор TelecomDaily Денис Кусков.

Лидеры рынка сдают позиции на фоне бурного роста новых игроков, согласен Иван Гродецкий, гендиректор принадлежащего «Газпром-Медиа» онлайн-кинотеатра Premier. Его выручка, по оценке TelecomDaily, выросла в прошлом году в 2,5 раза, до 1,2 млрд руб., рыночная доля — с 2 до 3%.

«Молодые» сервисы, работающие по подписке, оперативнее решаются на рискованные контентные проекты, не боятся сложных тем, благодаря чему находят для себя новую аудиторию, утверждает Гродецкий. По его словам, выручка самого Premier увеличилась в прошлом году за счет роста в 2,6 раза абонентской базы, на фоне чего видеосервис увеличил стоимость подписки с 129 до 199 руб. в месяц.

Активнее других растут сервисы с собственным уникальным контентом, доля которого в каталогах лидеров рынка пока невысока, добавляет гендиректор ассоциации «Интернет-видео» Алексей Бырдин. У онлайн-кинотеатра ivi в 2020 году вышло десять проектов собственного производства, среди них комедийный сериал «Чума!» и фильм «Нежность»; Premier выпустил 16 собственных проектов, в том числе сериалы «Колл-центр», «Мир! Дружба! Жвачка!»; Start презентовал также 16 проектов, среди них сериал «Хороший человек» и фильм «Пассажиры»; Megogo выпустил шесть проектов собственного производства, в числе которых сериал «Крюк» и комедия «Номер один», рассказали представители этих компаний.

В ближайшие три года ситуация на рынке принципиально не изменится, уверен управляющий директор Amplifi Андрей Якович. По его мнению, темпы роста малых игроков будут незначительно снижаться, лидеры сохраняют свою динамику, однако есть игрок, который способен отбирать доли и у крупных сервисов, — речь идет о Netflix, который в перспективе трех лет может войти в число лидеров рынка. ■

Показатели онлайн-кинотеатров в России

₽8,8 млрд

составила выручка ivi в 2020-м против ₽6,1 млрд годом ранее

₽5,3 млрд

заработал Okko в прошлом году против показателя ₽3,6 млрд 2019 года

₽3,5 млрд

результат YouTube — чуть больше, чем выручка 2019 года, составившая ₽3 млрд

КАК СЧИТАЛИ

Выручку онлайн-кинотеатров и, как следствие, их рыночные доли агентство TelecomDaily считает так называемым кабинетным способом: учитываются сведения, которые предоставляют сами компании, их отчетность по РСБУ и МСФО, данные отраслевой статистики от Минцифры и Росстата, результаты изменений аудитории.

При подсчете выручки онлайн-кинотеатра «Кино-

поиск», принадлежащего «Яндексу», не учитываются доходы от видео по запросу на ресурсах «Яндекс.Видео» и «Яндекс.Эфир». По данным самого «Яндекса», выручка от этих сервисов в 2020 году составила дополнительные 3,1 млрд руб.

При подсчете выручки YouTube учитываются только доходы от видео по запросу в премиальном сегменте видеосервиса.