РБК+

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

ФОТО: REUTERS, GETTY IMAGES RUSSIA

Банковское дело

Дорога для миллионов — стр. 112 →

Банкир на доверии — стр. 116 →

Богатство стиля — стр. 118 →

ПАРТНЕР ПРОЕКТА

SBERBANK
PRIVATE BANKING

ПАО «Сбербанк»

Генеральная лицензия Банка России на осуществление банковских операций № 1481 от 11.08.2015.

Реклама

Рост по большому счету

ТЕКСТ
Петр Рушайло

ФОТО: GETTY IMAGES RUSSIA

Российский рынок private banking стремительно растет — ежегодно он прибавляет порядка 15% в реальном выражении, а на долю долларовых миллионеров-вкладчиков уже приходится почти треть всех сбережений россиян на банковских депозитах.

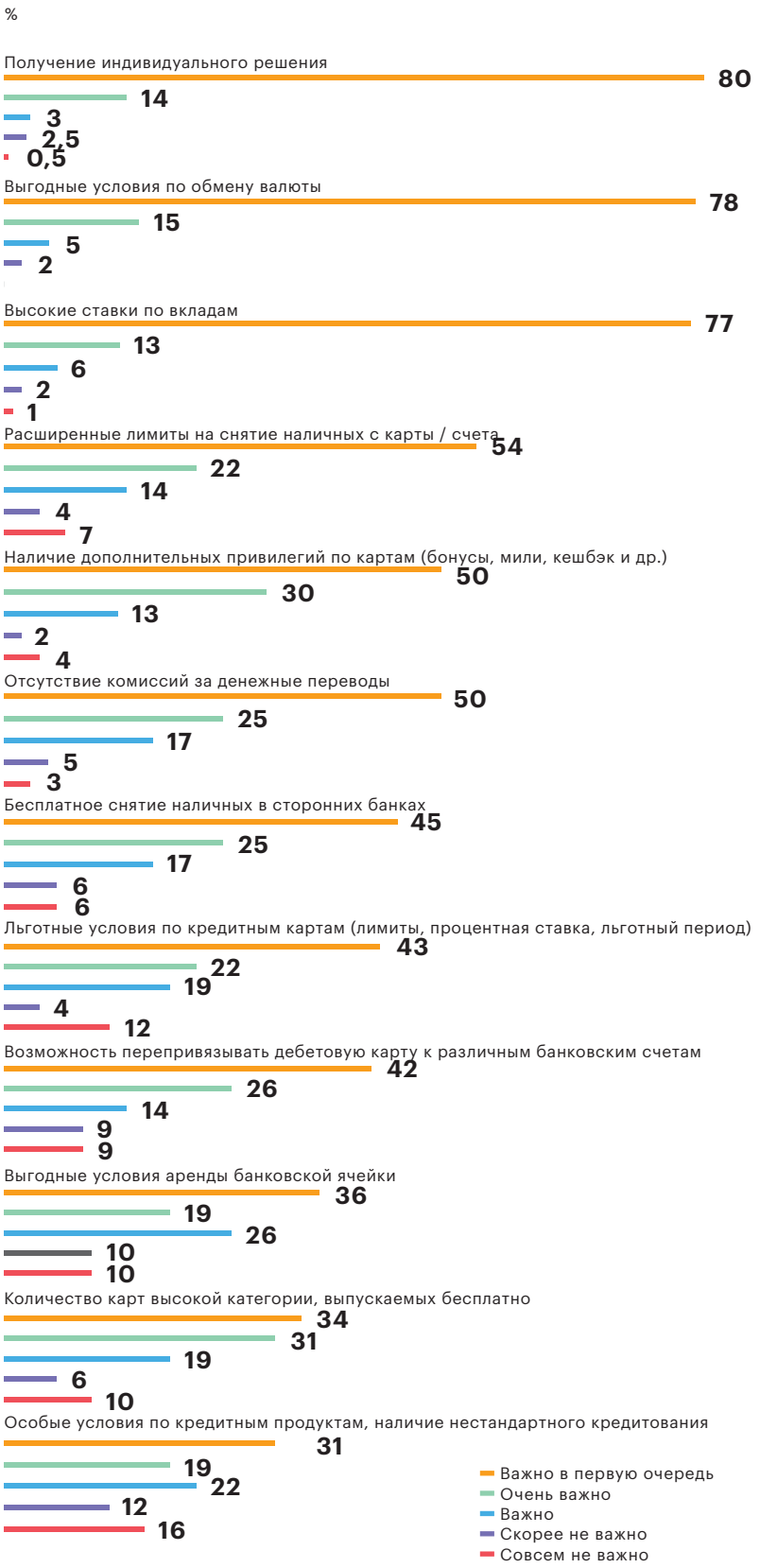
Выше рынка

По оценкам консалтинговой компании Frank Research Group, сумма средств на счетах вкладчиков, хранящих на депозитах более $1 млн, по итогам 2017 года составит 7–7,2 трлн руб. Это порядка 30% всего объема средств на счетах граждан в российских банках (24,8 трлн руб. на начало ноября 2017-го, по данным Банка России).

При этом аналитики Frank RG отмечают, что рынок private banking (PB) устойчиво растет высокими темпами с 2014 года, прибавляя в реальном выражении (за вычетом валютной переоценки) порядка 15% ежегодно. Розничный рынок в целом похвастаться подобными успехами не может. Так, по оценкам Центробанка, в 2016 году объем вкладов населения в российских банках вырос, за вычетом фактора валютной переоценки, всего на 4,2%. С учетом доли на рынке состоятельных клиентов это означает, что практически весь прирост сбережений россиян произошел за счет сегмента private.

Большая часть экспертов оценивает российский рынок клиентов PB на уровне около 200 тыс. семей с активами от $1 млн, говорит руководитель департамента по работе с премиальными клиентами, старший вице-президент банка ВТБ Дмитрий Брейтенбихер: «На рынке депозитов это около 8–10 трлн руб., не считая средств в инвестиционных продуктах. С точки зрения объемов средств этот сегмент будет ежегодно расти примерно на 10–12% на горизонте 2017–2019 годов».

Оценка важности банковских услуг клиентами private banking



Источник: Frank RG, 2017 (анкетирование клиентов с остатками от $1 млн, 244 респондента)

Рынок растет очень быстрыми темпами, рассказывает вице-президент Sberbank Private Banking Игорь Прохаев: «Агрессивное наращивание объемов бизнеса чревато болезнью роста. Для нас важнейший критерий работы — уровень удовлетворенности клиентов. Оперативно расширять штат в private banking невозможно — на рынке не так много по-настоящему грамотных специалистов, которые умеют работать с состоятельными клиентами и понимают их потребности».

Для качественной работы с состоятельными клиентами критически важна квалификация кадров, соглашается начальник департамента частнобанковского бизнеса Газпромбанка Сергей Потапейко. «Причем речь не только о персональных менеджерах, являющихся, бесспорно, краеугольным камнем бизнеса private banking, — поясняет он. — Экспертиза и опыт инвестиционных консультантов, работающих в связке с персональным менеджером, взвешенность предложений продуктовой фабрики, четкость и слаженность работы сервисной команды — все это необходимо для построения взаимовыгодных долгосрочных отношений с клиентом PB».

ПРОДОЛЖЕНИЕ →

→ ПРОДОЛЖЕНИЕ

Стоит отметить, что на российском рынке термином private banking называют довольно широкий ассортимент банковских продуктов. В том числе премиальное обслуживание, предусматривающее специальные тарифы и набор «коробочных» инвестиционно-банковских продуктов и привилегий. Поэтому и декларируемые пороги входа в сегмент PB сильно разнятся, есть даже предложения для клиентов с суммой средств от 3 млн руб., что едва ли можно назвать высоким уровнем сбережений.

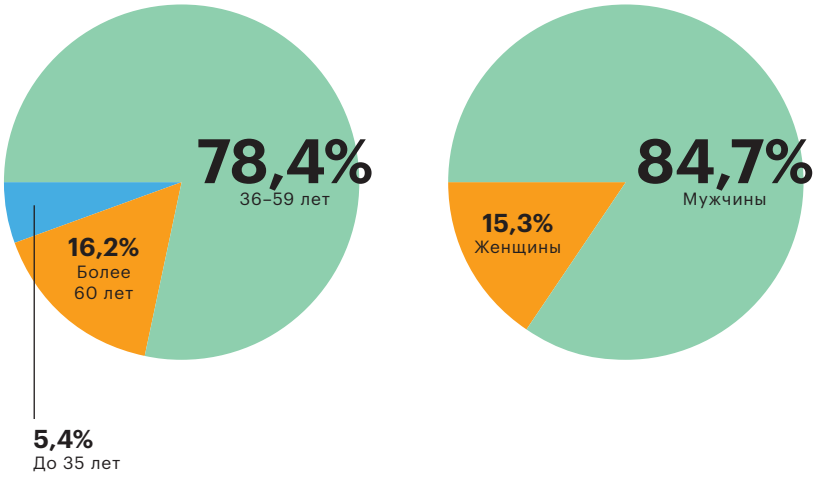
Вместе с тем эксперты сходятся во мнении, что к private banking можно относить только индивидуальное банковское обслуживание — в этом его ключевое отличие от сегмента premium. Такой подход поднимает цену «входного билета» сразу на порядок.

Разделение премиального сегмента и сегмента private banking зависит от конкретного банка, говорит Дмитрий Брейтенбихер. По его словам, оно может носить как внутренний характер — дифференциация доступа к определенным видам продуктов, сервисов и тарифов, — так и внешний характер: отдельное маркетируемое позиционирование и маркетинговая коммуникация для каждого сегмента. «В ВТБ критерием отнесения клиентов к премиальному уровню является доход от 120 тыс. руб., наличие сбережений от 2 млн руб., также есть критерии по транзакционным оборотам по картам. В private banking критерий входа — объем активов от 50^млн руб. в Москве и от 30 млн руб. в регионах. Клиенты являются собственниками компаний, топ-менеджерами или классическими рантье. Средний возраст — 50 лет. 65% всех клиентов — мужчины, 35% — женщины. Помимо классического банковского обслуживания для них важны сохранение и приумножение капитала, организация наследования состояния, юридическое и налоговое сопровождение», — рассказывает эксперт.

При входном пороге в Газпромбанк Private Banking в 25 млн руб. средний объем средств на клиента составляет порядка 90 млн руб., говорит Сергей Потапейко. «Критерием отнесения клиента к сегменту private banking в Газпромбанке является оценка его активов, а подключение к одному из пакетов услуг, которые дифференцируются по цене, происходит в зависимости от совокупных размеров активов. Клиент private banking отчетливо понимает свою ценность для банка, имеет собственное мнение о ситуации в экономике, конъюнктуре рынка, он ценит профессионализм и устоявшиеся личные отношения, при этом устраивает «ценовые тендеры» — как правило, средства у него в нескольких банках», — делится наблюдениями Сергей Потапейко.

Sberbank Private Banking, по словам Игоря Прохаева, занимается персональным обслуживанием состоятельных людей, им предлагаются индивидуальные, «не коробочные» решения. При этом порог входа для клиентов в Sberbank Private Banking был установлен еще в 2014 году, когда Сбербанк начал активно развивать это направление бизнеса в формате самостоятельного подразделения. Несмотря на девальвацию, он в рублевом выражении не менялся и составляет 100 млн руб. — самый высокий на рынке.

Портрет клиента private banking в России



Источник: Frank RG, 2017 (анкетирование клиентов с остатками от $1 млн, 244 респондента)

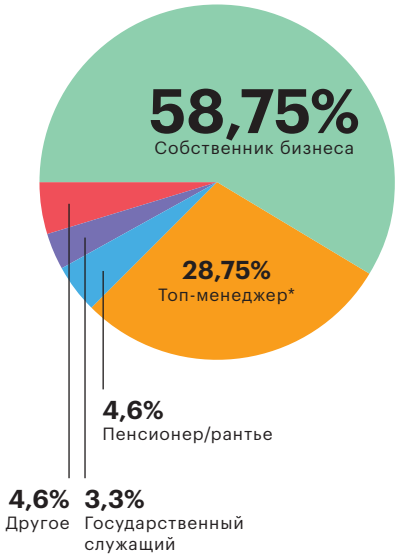
Ставка на надежность

Инвестиционные предпочтения клиентов private banking ожидаемо консервативны — ключевой задачей является сохранение капитала, а не стремление получить максимальный доход. Поэтому практически все средства вкладываются в инструменты с фиксированной доходностью — банковские депозиты и облигации. «Отличительной чертой клиентов сегмента private banking является философия отношения к собственному благосостоянию. В большинстве случаев они мыслят стратегически, заботясь в первую очередь о сохранении личного богатства, нежели о спекулятивной отдаче от вложений своих средств», — говорит Сергей Потапейко.

Вместе с тем предпочтения состоятельных клиентов при выборе конкретных консервативных инструментов могут разительно отличаться при сопоставлении разных банков.

«Порядка 80% вложений клиентов в инструменты с фиксированной доходностью занимают депозиты и счета (больше трети — рублевые), еще около 8% — еврооблигации, остальное — доверительное управление, ценные бумаги, страховые продукты и прочее. В части валютной структуры портфелей VIP-клиентов в последнее время можно отметить увеличение доли рублевых инструментов», — рассказывает Дмитрий Брейтенбихер.

В Газпромбанке ситуация схожая. «В силу исторической специфики — это и менталитет, и достаточно сдержанное отношение к инвестициям куда-либо, кроме собственного бизнеса, и достаточно высокие еще в недавнем прошлом ставки по срочным вкладам — большинство российских VIP-клиентов традиционно отдавали предпочтение именно простым и понятным вкладам. Доля инвестиционных продуктов в совокупных портфелях активов состоятельных клиентов колеблется в пределах 10–20%. Так, общий портфель Газпромбанк Private Banking сей-



Инвестиционные предпочтения клиентов private banking ожидаемо консервативны — ключевой задачей является сохранение капитала, а не стремление получитьмаксимальный доход

ФОТО: GETTY IMAGES/HERO IMAGES

час — более 460 млрд руб., из которых инвестиций порядка 43 млрд руб.», — подсчитал Сергей Потапейко. Также он полагает, что в российских «дочках» западных банков в силу различий бизнес-моделей соотношение инвестиций к общему портфелю, как правило, обратное.

Сами представители западных «дочек», впрочем, сообщают о гораздо более скромной доле инвестиционной составляющей портфеля.

Исторически самый популярный инструмент среди российских клиентов — это депозит, констатирует управляющий директор Friedrich Wilhelm Raiffeisen Светлана Григорян: «Доходы по депозитам не облагаются налогом, инструмент этот долгое время имел положительную доходность относительно уровня инфляции. На второе место по популярности среди наших клиентов я бы поставила все, что близко к депозиту, — структурные продукты с защитой капитала, портфели облигаций и т.д. Ну а третье место принадлежит всем остальным финансовым инструментам в зависимости от аппетитов к риску и предпочтений клиентов. При этом наши клиенты проявляют большой интерес к вложениям на финансовых рынках. На депозиты у нас приходится около 60% их средств, на инвестиции — порядка 40%, что гораздо выше, чем в среднем по рынку».

В Сбербанке, в свою очередь, отмечают еще более высокую инвестиционную активность состоятельных клиентов на финансовых рынках. «Основу нашей клиентской базы на старте составляли владельцы депозитов. Но в связи с довольно резким снижением процентных ставок по вкладам клиенты стали больше обращать внимание на альтернативные инвестиционные решения. Сейчас мы формируем для каждого клиента инвестиционный портфель, куда входят и решения Сбербанка, и услуги наших партнеров», — поясняет Игорь Прохаев.

«Доля инвестиционных продуктов постоянно увеличивается, и мы прогнозируем продолжение этой тенденции на фоне снижения ставок по депозитам. В первую очередь популярны валютные и рублевые облигации, инвестиции в акции компаний с регулярными дивидендными выплатами, структурные продукты с защитой капитала, номинированные в валюте, а также с условной защитой капитала и стратегии доверительного управления», — подтверждает тенденцию роста инвестиционной активности состоятельных россиян Дмитрий Брейтенбихер.

Также можно отметить, что состоятельные клиенты помимо стандартных биржевых инвестиционных инструментов могут при желании получать и выпущенные специально под них ценные бумаги. «У нас есть группа инвестиционных консультантов, которые разрабатывают индивидуальные инвестиционные стратегии для клиентов, поддерживая их далее», — говорит Игорь Прохаев.

Валютные предпочтения клиентов private banking сильно отличаются от выбора среднестатистического россиянина. Согласно статистике Банка России, в сегменте депозитов частных лиц сроком более одного года на валютные вклады приходится около 30% общего объема средств. В сегменте private banking ситуация прямо противоположная. В ВТБ оценивают долю рублевых клиентов как «более трети», в Sberbank Private Banking — в 25%, отмечая, что эта доля в последнее время выросла. «Я очень часто слышу от клиентов, что уверенности в долгосрочной стабильности российской валюты у них нет. Поэтому все ищут инструменты, которые позволят диверсифицировать риски и вкладываться в долларовые активы, несмотря на их меньшую доходность по сравнению с рублевыми», — объясняет философию состоятельных клиентов Игорь Прохаев.

«Нефинансовый консалтинг — основной драйвер private banking на ближайшее десятилетие»

ИНТЕРВЬЮ
Петр Рушайло

О принципах взаимоотношений с состоятельными клиентами, отличительных чертах их запросов в интервью РБК+ рассказал вице-президент Sberbank Private Banking Игорь Прохаев.

ФОТО: АРСЕНИЙ НЕСХОДИМОВ ДЛЯ РБК

— Каким сегодня должен быть подход к клиентам в private banking, чтобы они были довольны сотрудничеством с банком?

— Наши клиенты — это руководители и бенефициары крупнейших российских компаний, частные инвесторы, наследники и молодые создатели новых бизнесов. К ним нужен персональный подход. В Sberbank Private Banking порог входа самый высокий на рынке — 100 млн руб., при этом портфели владельцев активов в разы превосходят этот порог. Наша основная цель — разработать стратегию роста и сохранения капитала с учетом индивидуальных потребностей клиента и трендов мировой экономики, валютных и сырьевых рынков. Клиент хочет, чтобы банкир закрывал все его вопросы: рассказывал о возможностях банка и партнеров, держал в курсе того, что происходит на рынке (кто что покупает, как ведет себя, к примеру, BlackRock и т.д.), давал свои профессиональные рекомендации.

— В чем особенность решений private banking?

— В индивидуальном подходе. Private banking, как его понимают, например, за рубежом, — это частное обслуживание, которое доступно ограниченному кругу состоятельных людей с активами несколько миллионов долларов. После обучения в London School of Economics я попал на стажировку в Merrill Lynch Private Banking и имел возможность наблюдать, как строится работа сотрудников подразделения крупнейшего мирового инвестбанка с клиентами. Их функции, конечно, не ограничивались сейлз-менеджментом. Солидные опытные банкиры чувствовали потребности клиентов, вникали в их проблемы, предлагали различные варианты решения.

— Вы говорите о западной практике. В нашей стране иначе?

— Да, иначе. В нашей стране порог входа, к сожалению, сильно размыт, и это негативно сказывается на общем понимании сути обслуживания в нашем сегменте. Многие у нас называют private banking стандартное персональное обслуживание клиентов с активами 20 млн руб.

Кроме того, мы в своей практике сталкиваемся с тем, что клиенты не склонны посвящать банкиров в свои жизненные обстоятельства. Национальный предпринимательский класс формировался в 1990-е годы, и его особенности таковы, что владельцы капиталов не привыкли рассказывать подробности о своих компаниях, сделках. Тем не менее они

хотят видеть в качестве менеджера профессионала с опытом, который не навязывает услуги, а помогает управлять капиталом и которому можно доверять.

— Какой самый популярный запрос у ваших клиентов?

— Разумеется, первостепенный вопрос — доходность и надежность вложений. При этом запросы на нефинансовый консалтинг увеличиваются. Я думаю, что в ближайшее десятилетие именно эта услуга будет основным драйвером роста сегмента private banking. В бизнесе идет смена поколений. Сегодня многим из тех, кто в 30–40 лет начинал свое дело в конце 1980-х — 1990-х годах, когда, собственно, в России и стал формироваться класс предпринимателей, уже в районе семидесяти. Перед ними встает вопрос передачи активов детям либо их продажа, и вот тут необходим private banking — и как сервис для проведения подобных сделок, и как место для защиты сбережений. Да, Сбербанк — финансовый институт с высокой степенью надежности, но, когда речь идет о личных финансах, человек должен доверять конкретному банкиру, с которым имеет дело.

ИГОРЬ ПРОХАЕВ,
вице-президент Sberbank Private Banking

Окончил Московский авиационный институт (специальность — «организация внешнеэкономической деятельности») и London School of Economics (специальность — Banking and Finance). Работает на российском финансовом рынке более 25 лет, в том числе был сотрудником и топ-менеджером таких компаний, как Merrill Lynch Private Banking London, банк «Российский кредит», ИК «Тройка Диалог».

В 2017 году занял второе место в номинации «Безупречный персональный менеджер 2017» рейтинга Frank RG.

— Нет ли здесь конфликта интересов? Все-таки сотрудник банка заинтересован продать клиенту банковские продукты, а не решать его личные проблемы.

— Когда речь заходит о продажах — это уже не private banking. Мы не продаем услуги клиенту, а предлагаем лучшие для него схемы управления капиталом. Благодаря этому мы имеем высокий индекс клиентской удовлетворенности — в 2017 году он достиг 81%.

Значительная часть сервисов, которые мы предоставляем, выполняется внешними подрядчиками на основе аутсорсинга. Наша главная функция — найти индивидуальный подход к клиенту, понять его личные потребности и обеспечить выполнение его задач.

— Исходя из каких принципов вы формируете линейку подобных услуг, на чем делаете акцент?

— Исключительно на основании интереса и запросов клиента, чтобы он мог сказать: все мои запросы прошли фильтр Sberbank Private Banking, и здесь я могу решить все задачи, банкиры понимают мои интересы и могут грамотно посоветовать, куда лучше обратиться.

У нас большое количество партнеров, поэтому линейка очень широкая. Из новых сервисов, к примеру, программа заботы о питомцах. Клиенты получают все удобства для своих домашних животных, начиная от прививок и заканчивая предоставлением животным гостиницы на время, когда хозяева уезжают. Программы «Забота о питомце» и «Забота о питомце Плюс» будут входить в пакет услуг Sberbank Private Banking.

С помощью партнеров, разумеется, мы не только предлагаем клиентам различные привилегии. Мы можем очень гибко формировать инвестиционные портфели. В числе наших партнеров, например, есть крупный европейский девелопер, который помогает клиентам инвестировать средства в объекты коммерческой недвижимости в Германии.

— А как при этом выстраиваются взаимоотношения с партнерами — провайдерами услуг?

— В финансовых вопросах мы следим за соблюдением интересов клиента, оцениваем экономическую обоснованность предложений. Но есть и другие ситуации. Так, вопросы, связанные с особенностями налогообложения, гражданства, семейными отношениями, — очень личные, специфические. Здесь мы советуем клиенту специалиста, и он обсуждает интересующие его темы с ним.

— Какие еще драйверы роста сегмента private banking в России, помимо процесса смены поколений, вы видите?

— Если говорить о международных трендах, то хочется отметить повышение прозрачности финансовой системы. И это действительно ведет к глобальному переделу рынка private banking.

Так исторически сложилось, что банки, предоставляющие услуги private banking, делятся на две большие категории. Первая, к которой относится и Sberbank Private Banking, уделяет большое внимание формированию инвестиционного портфеля клиентов, ищет пути оптимального вложения средств.

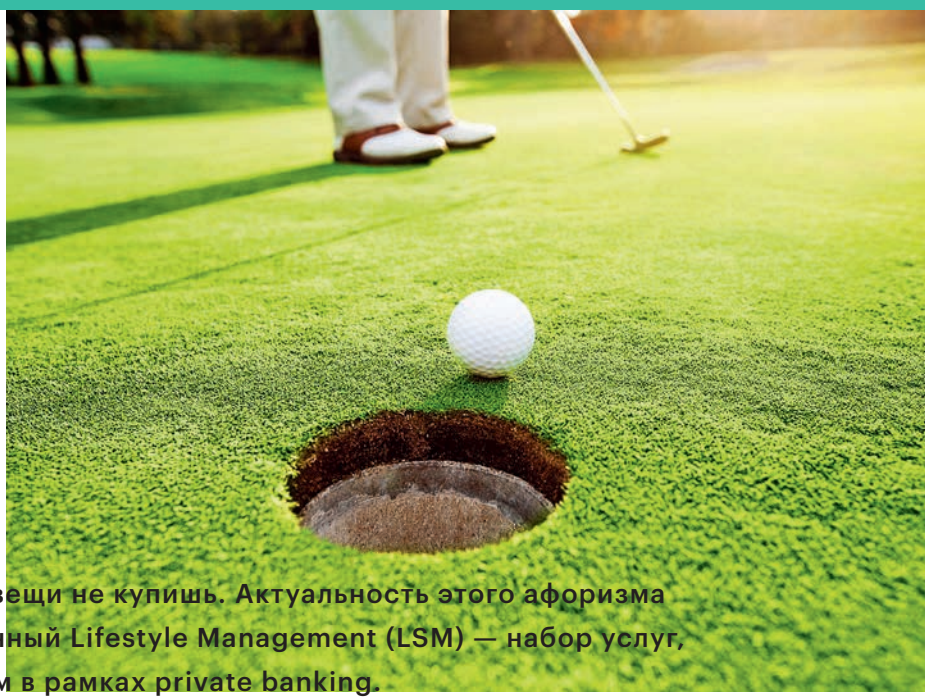
Вторая категория, основные представители которой — швейцарские банки, главным образом концентрируются на сохранении конфиденциальности данных о средствах и операциях клиентов. Инвестиционные операции для них — побочная услуга, даже тарифы на брокерское обслуживание в этих банках на порядок выше среднерыночных — по сути, клиенты платят за конфиденциальность.

— Как вам кажется, какие перспективы у сегмента private banking в целом?

— По оценке The Boston Consulting Group, объем частного капитала в России к 2021 году вырастет по сравнению с 2016 годом на 26,6% и составит $1,9 трлн. Потенциал для роста и развития есть.

Жизнь по банковскому стилю

ТЕКСТ
Сергей Артемов



Есть вещи важнее денег, но без денег эти вещи не купишь. Актуальность этого афоризма Проспера Мериме подтверждает современный Lifestyle Management (LSM) — набор услуг, предоставляемый состоятельным клиентам в рамках private banking.

Три пакета

Продукты по «сопровождению образа жизни» условно можно поделить на три вида. Во-первых, это пакет консультационных услуг. В него входят консалтинг по вопросам наследования и налогообложения, юридическое сопровождение сделок.

Второй пакет состоит из инвестиционных небанковских услуг: советы для коллекционеров элитных вин, автомобилей, памятных и инвестиционных монет, предметов искусства. К этой же категории относятся рекомендации при покупке полиса накопительного страхования жизни, яхты или недвижимости, в том числе за границей.

В третьем пакете собраны партнерские программы банков с авиаперевозчиками, отелями, торговыми сетями, медицинскими клиниками, образовательными учреждениями, турагентствами, фитнес-клубами, театрами, салонами красоты. Помимо приятных скидок и бонусов состоятельный клиент может получить и другие «комплименты» — например, номерной билет в закрытый элитарный клуб.

Помимо этого обладатели элитных пластиковых карт крупных банков всегда могут рассчитывать на персональный консьерж-сервис. На плечи помощника можно переложить организацию путешествий (бронирование билетов на самолет и номера в отеле) и развлечений (поход в театр, столик в ресторане). Можно также передать ему и часть мелких бытовых забот, отнимающих много времени: уборка квартиры, покупка лекарств, оплата штрафов ГИБДД. Чем дороже обслуживание карты, тем шире круг предоставляемых консьерж-услуг.

24/7

По словам банкиров, чаще всего услугами LSM пользуются руководители и собственники компаний старше 35 лет, ведущие активный образ жизни. Они много путешествуют и имеют хобби. Таким клиентам нужен 24-часовой доступ к услугам PB. Кроме того, продукты по «сопровождению образа жизни» востребованы у жен предпринимателей.

Среди нефинансовых услуг сегодня в центре внимания консалтинговая поддержка. Особенно ценятся качественная экспертиза в налогообложении и юридические консультации, отмечает зампред правления Абсолют-банка Наталья Капинос. С этим выводом согласны эксперты Frank Research Group: чаще всего клиенты PB с активами от $1 млн обращаются за советами по юридическим и налоговым вопросам, следует из их данных. На втором и третьем местах по популярности — консьерж-сервис и консультации по инвестициям в недвижимость. Из объектов недвижимости при этом, по словам участников рынка, больше всего VIP-клиентов интересуют земли сельхозназначения на юге России и отели в Европе — спокойный низкодоходный бизнес.

Сегодня клиенты стали глобальными, существенно более опытными и требовательными, говорит директор по работе с крупным частным капиталом («Альфа Private») Альфа-банка Катерина Милеева: «У них разные горизонты планирования, налоговые резидентства, отношение к риску, взгляды на экономику. На основе этих особенностей и формируется предложение для клиента — индивидуально для каждого. У наших клиентов большинство задач — нестандартные. Мы не скованы рамками обычных банковских процессов. Если нужно зайти в какой-то специфический сегмент, мы найдем контакты на этом рынке».

Но не все крупные банки уделяют пристальное внимание иным аспектам LSM. Так, глава UniCredit Private Banking в России Игорь Рябов с большим скепсисом относится к созданию отдельного направления LSM внутри private banking. «Мне кажется, у клиентов будет больше неудобных вопросов по основному предмету их интереса — личным финансам, если мы вместо правильного управления благосостоянием будем заниматься поиском свободного столика в модных ресторанах или искать «места силы» во время Art Basel Miami»,— замечает он.

Русский акцент

Подобная точка зрения весьма распространена за рубежом: на Западе LSM в рамках PB практически не найти — этот пакет уже давно «прописался» в более дорогом клиентском сегменте по управлению благосостоянием — family office, где входной билет находится на уровне $200 млн на счете.

ФОТО: GETTY IMAGES RUSSIA

Оценка важности небанковских услуг клиентами private banking

Источник: Frank RG, 2017 (анкетирование клиентов с остатками от $1 млн, 244 респондента)

Индивидуальные условия обслуживания в области нефинансовых услуг на Западе предлагаются клиентам в рамках family office в том числе потому, что западным банкам запрещено предоставлять клиентам любые коммерческие услуги, за исключением непосредственно банковских и инвестиционных, поясняет руководитель отдела имиджевых продуктов Sberbank Private Banking Денис Алексеев. «Ведущие российские игроки пока только пробуют создать формат family office, который гарантированно позволяет повысить проникновение услуг LSM, их конверсию и доход. Главное, что и проникновение классических продуктов PB на такой аудитории в среднесрочной и долгосрочной перспективе будет выше», — считает эксперт.

По его мнению, иностранные банки в основном нацелены на размещение средств клиентов за рубежом, поэтому предоставляют подобные услуги LSM на территории России по минимуму, это не основной их продукт. «Российские банки стремятся предложить весь спектр услуг, что объясняется высокой конкуренцией за достаточно узкую аудиторию», — говорит Денис Алексеев.

Мода на эксклюзив

За годы развития VIP-обслуживания в России пакеты LSM, предоставляемые банками, «усреднились», считает зампредседателя правления Росбанка, руководитель L'Hermitage Private Banking Улан Илишкин: банки предлагают клиентам услуги партнеров, специализирующихся примерно в одних и тех же областях. Поэтому сейчас игроки этого направления ищут возможности для новых эксклюзивных предложений. Например, после появления L'Hermitage PB Росбанк, входящий в группу Societe Generale, предложил клиентам помощь в получении долгосрочной шенгенской визы. Ситибанк в качестве бонуса приглашает состоятельных клиентов и членов их семей на премьерные и предпремьерные показы фильмов с участием звезд Голливуда, а группа ВТБ — на закрытые вечеринки в модных клубах. Газпромбанк собирает под свои знамена хоккеистов-любителей для матчей с легендами хоккея.

UniCredit помимо многолетнего партнерства с Музеем имени Пушкина договорился в этом году о привилегиях для клиентов с галереей Albertina в Вене. А Альфа-банк провел в гольф- и яхт-клубе «Пестово» Alfa Private Family Day, зарезервировал VIP-клиентам комфортные места на матчи ЧМ-2018 и готовит встречи со звездами футбола, как спонсор турнира.

В следующем году мода на эксклюзив только окрепнет, уверены эксперты. При этом, по их мнению, вряд ли стоит ожидать появления принципиально новых продуктов в рамках LSM — скорее всего, акцент будет сделан на развитии нишевых услуг.

РБК+ «БАНКОВСКОЕ ДЕЛО» (18+)

Тематическое приложение к журналу «РБК» является неотъемлемой частью журнала **«РБК» № 5/2018**

Распространяется в составе журнала
Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+

Партнер: ПАО «Сбербанк»

Реклама

Учредитель: **ООО «БизнесПресс»**
Издатель: **ООО «БизнесПресс»**

Директор ИД РБК: **Ирина Митрофанова**

Главный редактор партнерских проектов РБК+: **Наталья Кулакова**
Шеф-редактор печатной версии РБК+: **Юрий Львов**
Редактор РБК+ «Банковское дело»: **Петр Рушайло**

Выпускающий редактор: **Андрей Уткин**
Дизайнер: **Дмитрий Иванов**
Фоторедактор: **Алена Кондюрина**
Корректоры: **Татьяна Поленова, Маргарита Тарасенко**

Главный редактор журнала «РБК»: **Валерий Владимирович Игуменов**

Арт-директор проектов РБК: **Дмитрий Девишвили**

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342

Коммерческий директор издательства РБК: **Анна Брук**

Директор по продажам РБК+: **Евгения Карлина**

Директор по производству: **Надежда Фомина**

Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1