

# КУРСИВ



QR-новости

Бесконтактные новости

**БИЗНЕС И ВЛАСТЬ:**  
ТАРИФ ЛЕГ НА ШПАЛЫ

стр. 3

**БАНКИ И ФИНАНСЫ:**  
ОБМЕН ПО КУРСУ ОДИН К ЧЕТЫРЕМ

стр. 4

**ПРОЦЕСС:**  
КАК УСТРОЕН ЧЕРНЫЙ РЫНОК  
САЙГАЧЬИХ РОГОВ

стр. 7

**LIFESTYLE:**  
КИНО КАК РЕКЛАМНАЯ ПЛАТФОРМА

стр. 8

kursiv.kz 
 kursiv.kz 
 kursivkz 
 kursivkz 
 kursivkz

## Иных уж нет, некоторым – приготовиться

«Курсив» подсчитал, сколько нарушений в финансовом секторе зафиксировали регуляторы в 2020 году. В банковской системе больше всего взысканий «заработал» проблемный AsiaCredit Bank. В денежном выражении самый большой объем штрафов был наложен на Forte. Семь банков сумели пройти год без санкций со стороны надзора.

**Виктор АХРЁМУШКИН**

По подсчетам «Курсива», в 2020 году агентство по финнадзору и Нацбанк совместно вынесли 182 взыскания в отношении банков второго уровня, в том числе 128 административных штрафов на сумму 176 млн тенге. По сравнению с 2019 годом (когда регулирование в финансовом секторе осуществлял Нацбанк) количество выявленных нарушений в деятельности БВУ почти не изменилось (в 2019-м Нацбанк прибегал к санкциям и иным мерам воздействия 177 раз), однако в структуре нарушений возросла доля штрафов (128 в 2020-м против 89 годом ранее) и их общая сумма (176 млн тенге против 90 млн соответственно).

### Пьедестал наоборот

По количеству выявленных нарушений (см. инфографику) явными антилидерами банковского сектора стали AsiaCredit Bank, Capital Bank, а также Tengri Bank, который был лишен лицензии в сентябре прошлого года. На долю трех этих игроков пришлось 136 взысканий, или 75% от общего количества санкций, примененных в отношении банков в 2020 году.

Среди нарушений, допущенных Tengri Bank, чаще всего встречаются такие, как систематическое нарушение пруденциальных нормативов, неисполнение письменного предписания надзорного органа, нарушение сроков исполнения указания по платежу. Свой самый крупный штраф (в размере 4 млн тенге) Tengri заработал за несвоевременный платеж, а в общей сложности этот банк был оштрафован на сумму 23,6 млн тенге. Также в пассиве Tengri такой экзотический для отечественного рынка проступок, как непредставление годовой аудированной финотчетности в установленные сроки.

> стр. 5



Фото: Аскар Ахметулин

## Цена голоса

Сколько партии Казахстана потратили на один голос избирателя

**За время предвыборной кампании пять партий Казахстана в сумме потратили 2,1 млрд тенге на различные агитационные материалы и мероприятия. Результаты выборов показали, что партии Nur Otan голос избирателя обошелся в десять раз дешевле, чем партиям «Ауыл» и ADAL.**

**Анастасия ЯЦУН**

Центральная избирательная комиссия (ЦИК) опубликовала отчет по состоянию на 7 января 2021 года о доходах и расходах пяти партий – Nur

Otan, «Ауыл», ADAL, «Ак жол» и Народная партия Казахстана, которые участвовали в парламентских выборах. Их бюджеты формировались за счет собственных средств и добровольных пожертвований граждан и организаций Казахстана. Деньги уходили на выпуск и распространение печатных, аудиовизуальных и других агитационных материалов, оплату за выступление в СМИ, транспортные и командировочные расходы и подобное.

Политическая партия ADAL, которая не набрала достаточного количества голосов и не прошла в парламент, потратила больше всех на каждого проголосовавшего избирателя. По данным ЦИК, партию поддержали 259 тыс. казахстанцев, то есть

один голос ADAL обошелся в 1290 тенге. Всего ADAL собрал 335 млн тенге, а израсходовал на выборы 333,7 млн тенге. На счету еще остались деньги – 1,3 млн тенге.

Народно-демократическая патриотическая партия «Ауыл» на одного своего избирателя потратила 1274 тенге. Всего за нее проголосовали 383 тыс. человек, но партия не преодолела 7%-ный барьер и поэтому не будет представлена в нижней палате парламента. За время предвыборной кампании «Ауыл» собрала 490,4 млн тенге и потратила на агитацию 488 млн тенге. На счету осталось 2,5 млн тенге.

> стр. 2



РЕСПУБЛИКАНСКИЙ  
ДЕЛОВОЙ ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК



18+

© Getty Images/Deposithphotos/obscurephoto

## Как короткая дорога от Алматы до Иссык-Куля повлияет на экономику двух стран

**Азиатский банк развития (АБР) опубликовал отчет об оценке экономического воздействия альтернативной дороги Алматы – Иссык-Куль на экономики Казахстана и Кыргызстана. По оценке АБР, новая дорога будет ежегодно прибавлять как минимум десятки миллионов долларов к ВВП обеих стран.**

**Татьяна НИКОЛАЕВА**

От Алматы, мегаполиса с почти двухмиллионным населением, – всего 80 км по прямой (через две

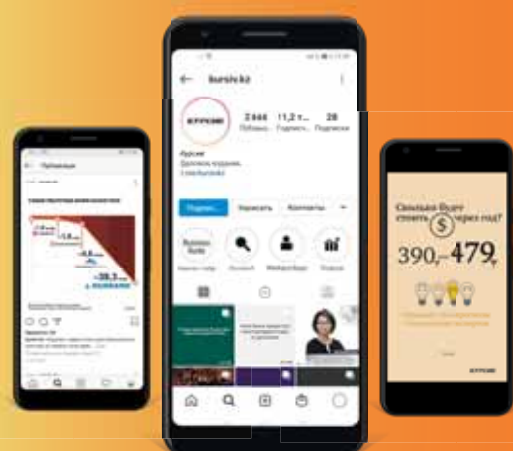
горные гряды) до Чолпон-Аты – основного туристического центра на берегу Иссык-Куля. Протяженность дороги в обход гор – 460 км, это около шести с половиной часов на легковом автомобиле и заметно больше для рейсовых автобусов. Плюс время пересечения границы. В Азиатском банке развития считают, что более легкий путь на Иссык-Куль значительно увеличит поток туристов туда, кроме того, международным путешественникам станет намного проще побывать и на Иссык-Куле, и в Алматы. Международный аэропорт Алматы усилит свою роль как важный авиаузел, привлекая дополнительных международных путешественников в регион, а для самих алматинцев поездка на Иссык-Куль станет маршрутом выходного дня.

### Налево, направо и прямо

АБР рассмотрел сразу несколько вариантов трасс для новой короткой дороги между Алматы и Иссык-Кулем.

Западный маршрут Алматы – Узынагаш – Кемин имеет три подмаршрута: через перевал Новый Ка-стек (2461 м), через Масанчи (2308 м) или через туннель протяженностью 14,6 км. Только третий подмаршрут подходит всем транспортным средствам и может быть открыт круглый год. Примерные казатраты при строительстве первого подмаршрута – \$81 млн (гравий) или \$94 млн – (асфальт).

> стр. 6



**КУРСИВ** в Instagram



Наведи камеру телефона на QR-код и перейди на Instagram-страницу



# Тариф лег на шпалы

Почему и на сколько КТЖ повысила тарифы на грузоперевозки

Уровень тарифов на перевозку грузов в вагонах и контейнерах с 1 января 2021 года повысился в среднем на 13%. Основная причина роста тарифов – новая инвестпрограмма КТЖ.

Жанболат МАМЫШЕВ

Железнодорожный тариф на перевозку грузов включает в себя тариф на услуги магистральной железной дороги (МЖД). Доля этой услуги в конечном тарифе составляет около 40% в зависимости от расстояния и вида груза.

Комитет по регулированию естественных монополий утвердил повышение тарифов МЖД на 39%, чтобы нацкомпания «Казахстан темир жолы» смогла в ближайшие пять лет выполнить инвестпрограмму на 562,3 млрд тенге. 422 млрд из них перевозчик должен потратить на капремонт почти трех тысяч километров путей, заменив деревянное основание путей на железобетонное, которое прослужит дольше.

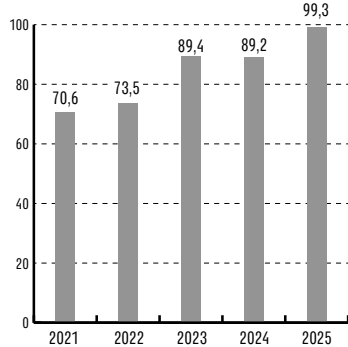
### Инвестиции в обмен на тариф

В заявке в антимонопольное ведомство КТЖ просила утвердить инвестпрограмму на 618,7 млрд тенге (484 млрд тенге – на капремонт путей), а повышение тарифа на МЖД – на 42,8% в 2021 году. Общий тариф КТЖ на грузоперевозки в таком случае увеличился на 15%.

Утвержденный в итоге тариф привел к общему росту стоимости грузоперевозок на 13%. В 2022–2025 годах тарифы на МЖД еще будут увеличиваться – на 12% ежегодно.

Конечная стоимость железнодорожной грузоперевозки для потребителей считается по сложной формуле и зависит от дальности маршрута, вида груза и прочих составляющих. Есть понижающие коэффициенты на перевозку социально значимых грузов (уголь, зерно и продукты переработки) и повышающие, например на сырую нефть. По данным КТЖ, 78% всего грузооборота в 2019 году было перевезено по тарифам ниже себестоимости, а группа компаний получила 70,2 млрд тенге убытка.

### Инвестиции в капитальный ремонт путей, млрд тенге



Источник: КТЖ

Предыдущие тарифы на МЖД и инвестпрограмма были утверждены в 2015 году. В период действия этих тарифов с 2016 по 2020 год у КТЖ, по ее собственным данным, наблюдался недостаток средств для покрытия операционных затрат и финансирования инвестиционной программы из-за того, что фактические расходы с каждым годом росли больше, чем было заложено в тарифе.



Фото: Depositphotos/Shutterstock, AlexeiA

Как следствие, операционные и инвестиционные расходы финансировались не только за счет доходов от регулируемых услуг МЖД, но и за счет доходов от транзитных перевозок (тарифы не регулируются государством) и заемных средств. Эта же практика будет продолжена и с новыми, повышенными тарифами на МЖД, говорит заместитель председателя правления КТЖ Даир Кушерев. По его словам, чтобы покрыть все операционные и инвестиционные затраты, тариф на МЖД нужно было повысить на 67%.

### Клиентские возражения

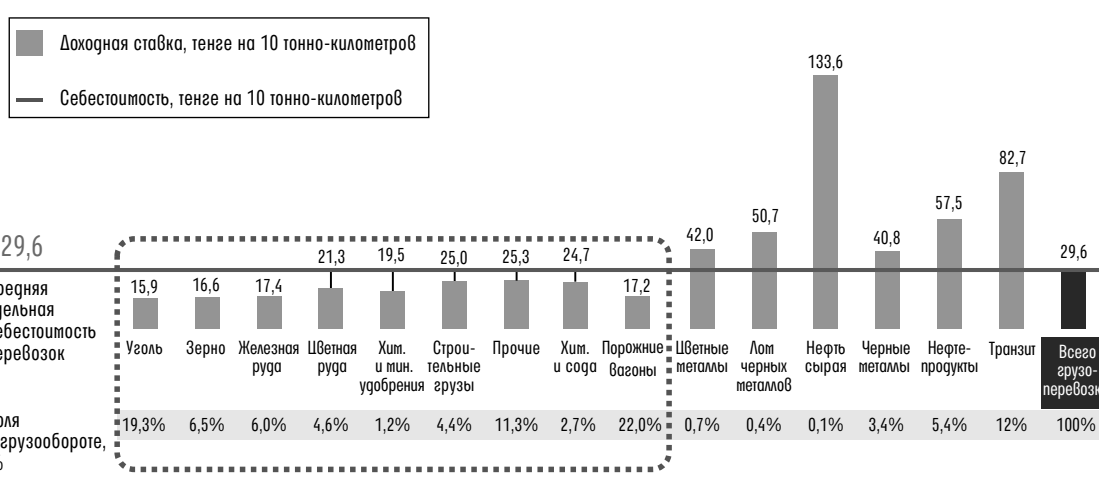
При первом рассмотрении заявки КТЖ осенью 2020 года исполнительный директор Республиканской ассоциации горнодобывающих и горно-металлургических предприятий Николай Радостовец заявлял, что повышение железнодорожных тарифов должно происходить в пределах уровня инфляции, которая прогнозируется правительством и Нацбанком в диапазоне 4–6% в 2021–2022 годы и 4–5% в 2023 году.

«Мне не очень понравилось, что заложено ежегодное повышение на 12% тарифа на МЖД. Почему 12%? Мы видим, что уровень инфляции заложен (в ближайшие годы. – «Курсив») от четырех до шести процентов. Значит, КТЖ закладывает тариф в два раза выше уровня инфляции», – сказал он в ходе публичных слушаний в конце октября.

По мнению Радостовца, КТЖ подало заведомо завышенную тарифную заявку. Председатель КРЕМ Асан Дарбаев в ответ на это обещал детально изучить обоснованность предложенных затрат и учесть интересы и перевозчика, и его клиентов. «Мы по-



### Доля убыточных и прибыльных видов грузов



Источник: КТЖ

нимаем, что надо обеспечивать интересы наших экспортеров, для того чтобы их товары были более конкурентоспособны, и обеспечивать объективную доходность национального оператора по перевозкам», – сказал он.

Стоимость перевозки грузов внутри страны, на экспорт и импорт включает в себя тарифы на услуги МЖД, локомотивной тяги, грузовой и коммерческой работы и ставки по предоставлению собственниками в пользование грузовых вагонов и контейнеров. Все тарифы кроме ставок по пользованию вагонами устанавливаются Комитетом по регулированию естественных монополий.

«Истоктранс», один из самых крупных частных операторов подвижного состава в Казахстане, в 2021 году не менял ставку за пользование собственными вагонами, но рост тарифов КТЖ в стоимость услуг заложил. В результате в компании в первой декаде года наблюдали отток клиентов, которые не ожидали

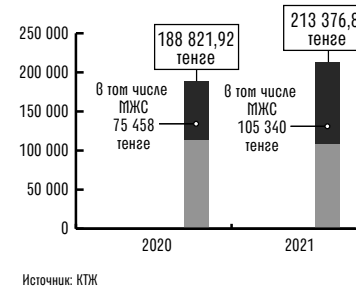
такого роста тарифов. «Тарифы подняли почти на 13%. Грузооператоры с этой пандемией не справились, а еще и тарифы подняли. Никто не может принять эти тарифы – для всех это сильно накладно», – сообщил представитель «Истоктранс», отметив, что речь идет о повышении на все виды перевозимых компанией грузов (отруби, мука, железорудный концентрат, хлопок). Другой крупный казахстанский частный оператор сообщил «Курсиву», что в среднем тарифы КТЖ, состоящие из тарифов на МЖД и локомотивную тягу, выросли на 13–18% в зависимости от расстояния. «Мы считаем, что в среднем тариф увеличился на 13–18% в зависимости от расстояния. Максимально на 18%. Максимально – это на маленькое расстояние», – сказал собеседник.

### Потребительский опыт

В Комитете по регулированию естественных монополий «Курсиву» сообщили, что перевозка социально значимых товаров

– угля (чувствительного товара для энергетики и ГМК) и зерна – подорожает в 2021 году в среднем на 4–6%. По мнению Евгения Карабанова из Зернового союза, повышение ж/д тарифов увеличит себестоимость продукции из зерна (муки, круп, комбикормов) на внутреннем рынке.

### Стоимость перевозки цистерны нефтепродуктов на 430 км электрифицированного участка в 2020 году



Источник: КТЖ

«Повышение тарифов КТЖ на услуги МЖД отразится на всей

экономике, в первую очередь на перевозке во внутриреспубликанском сообщении. Стоимость товара (из зерна. – «Курсив») за счет повышения стоимости доставки (зерна. – «Курсив») поднимется», – сказал он в комментарии изданию.

Зерновой экспорт, по оценке Карабанова, в объемах из-за роста тарифов на железнодорожные перевозки не потеряет. Но либо продавцам придется подвинуться в закупочных ценах на зерно, либо импортерам покупать по более высоким ценам, которые будут учитывать подорожание транспортных расходов. «На сегодняшний день удельные затраты на транспортировку с севера на юг, если мы говорим о внутриреспубликанском сообщении, составляют около 6%. Если мы говорим об экспорте в направлении Узбекистана, Таджикистана, Афганистана, то железнодорожный тариф составляет около 7% от общей стоимости товара. Поэтому даже незначительное повышение отразится в целом на общей ситуации на рынке», – сказал Карабанов.

В конечной цене металлолома стоимость перевозки занимала около 40% еще по тарифам прошлого года, сообщил председатель Республиканского союза промышленников вторичной металлургии Владимир Дворецкий. Он отметил, что и более низкие тарифы, которые действовали в 2020 году, делали нерентабельной поставку металлолома на определенных внутренних маршрутах. «Есть области, из которых отгрузка лома на отечественные заводы нерентабельна по причине высоких тарифов на перевозку. Они съедают всю прибыль, и это становится убыточным», – прокомментировал Дворецкий «Курсиву».



Мұнай-газ секторын коронавирус пандемиясынан кейін не күтіп тұр?

McKinsey мұнай саласын түбегейлі өзгеріс күтіп тұр деп болжайды

## Қазақ тіліндегі іскерлік жаңалықтар

RU KZ EN



kursiv.kz



# Иных уж нет, некоторым – приготовиться

> стр. 1

AsiaCredit Bank в большинстве случаев наказывался за неисполнение платежных поручений клиентов и систематическое нарушение пруденциальных нормативов. Общая сумма штрафов, наложенных на этот банк в 2020 году, составила 31,2 млн тенге. Самый большой штраф (в размере 5,6 млн тенге) был выписан за несвоевременный платеж. В июне финнадзор вынес письменное предписание персонально в адрес **Орифджана Шадиева** за невыполнение плана мероприятий по улучшению финансового состояния Capital Bank и AsiaCredit Bank.

Capital подвергался санкциям значительно реже, чем AsiaCredit (33 случая против 72). В основном Capital Bank наказывался за систематическое нарушение пруденциальных нормативов. В 2020 году «Курсив» насчитал лишь три случая, когда этот банк получил взыскание за несвоевременный платеж или необоснованный отказ в исполнении указания по платежу. Возможно, это объясняется тем, что у Capital, в отличие от AsiaCredit, почти не осталось рыночных клиентов: по состоянию на 1 декабря 2020 года объем средств физлиц в этих банках составлял 2,1 млрд и 19,4 млрд тенге соответственно.

Самый крупный штраф, которым был наказан Capital Bank, составил 1,25 млн тенге и был наложен за неисполнение письменного предписания Агентства по регулированию и развитию финансового рынка (АРРФР). Общая сумма, на которую был оштрафован Capital Bank в 2020 году, составила 17,8 млн тенге. Сюда входит и единичный штраф от Нацбанка в размере 795 тыс. тенге, вынесенный за неоднократное нарушение нормативов минимальных резервных требований. Такому же наказанию макрорегулятор подверг и AsiaCredit Bank.

## Редко, но жестко

Помимо AsiaCredit, Capital и Tengri все остальные банки в прошлом году стабильно отвечали по своим обязательствам, поэтому неудивительно, что количество взысканий, вынесенных в их адрес, было гораздо меньше, чем у вышеупомянутой тройки. Однако в списке этих внешне благополучных банков есть два игрока, которые деньгами были наказаны даже жестче, чем AsiaCredit. Например, ForteBank получил в 10 раз меньше взысканий в количественном выражении, однако «накопленный»



им объем штрафов (40,5 млн тенге) оказался самым высоким на рынке.

Основной «урожай» этот банк собрал в конце октября, когда его четырежды оштрафовали за нарушение законодательства о противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (ПОД/ФТ) «в части документального фиксирования и предоставления информации об операциях, подлежащих финансовому мониторингу, их клиентах». В двух случаях размер штрафа составил 7,8 млн тенге, еще по разу банк был оштрафован на 11,1 млн и 12,2 млн тенге. На запрос «Курсива» о конкретных причинах наказаний ForteBank не ответил.

Второй худший результат на рынке по объему вмененных штрафов показал АТФБанк, который был наказан на общую сумму 37,6 млн тенге. Так совпало, что этот банк большую часть

своих взысканий получил уже после того, как было объявлено о достижении договоренности о его продаже Jysan.

АТФ установил абсолютный антирекорд по размеру единичного штрафа: 15 декабря он был оштрафован на 16,67 млн тенге за «непредставление, а равно несвоевременное представление в кредитное бюро сведений, полученных от субъекта кредитной истории, либо представление недостоверных сведений». Кроме того, с 14 по 29 декабря АТФ получил шесть штрафов за нарушение антиотмывочного законодательства «в части неприятия банком мер по надлежащей проверке клиентов». В трех из шести случаев размер штрафа составил 3,333 млн тенге. Ранее, в августе, АТФ был оштрафован за неисполнение субъектом финмониторинга обязанностей по исполнению правил внутреннего контроля (на сумму 2,5 млн тенге) и за неисполнение требований

письменного предписания (на сумму 1,25 млн тенге). Возможно, речь идет о предписании от 18 июня, которое было вынесено за непредставление финансовой отчетности в уполномоченный орган.

## Без рецидивов

Дочерний Сбербанк все три своих штрафа заработал за нарушение закона о ПОД/ФТ, причем в одном случае размер наказания был весьма суров (11,134 млн тенге). В результате общая сумма штрафов, наложенных на Сбербанк, составила 14,6 млн тенге, и он занял шестую строчку в списке самых проштрафившихся банков. Альфа-Банк был также оштрафован трижды, из них самое крупное наказание (в размере 5,3 млн тенге) было вынесено за нарушение антиотмывочного законодательства.

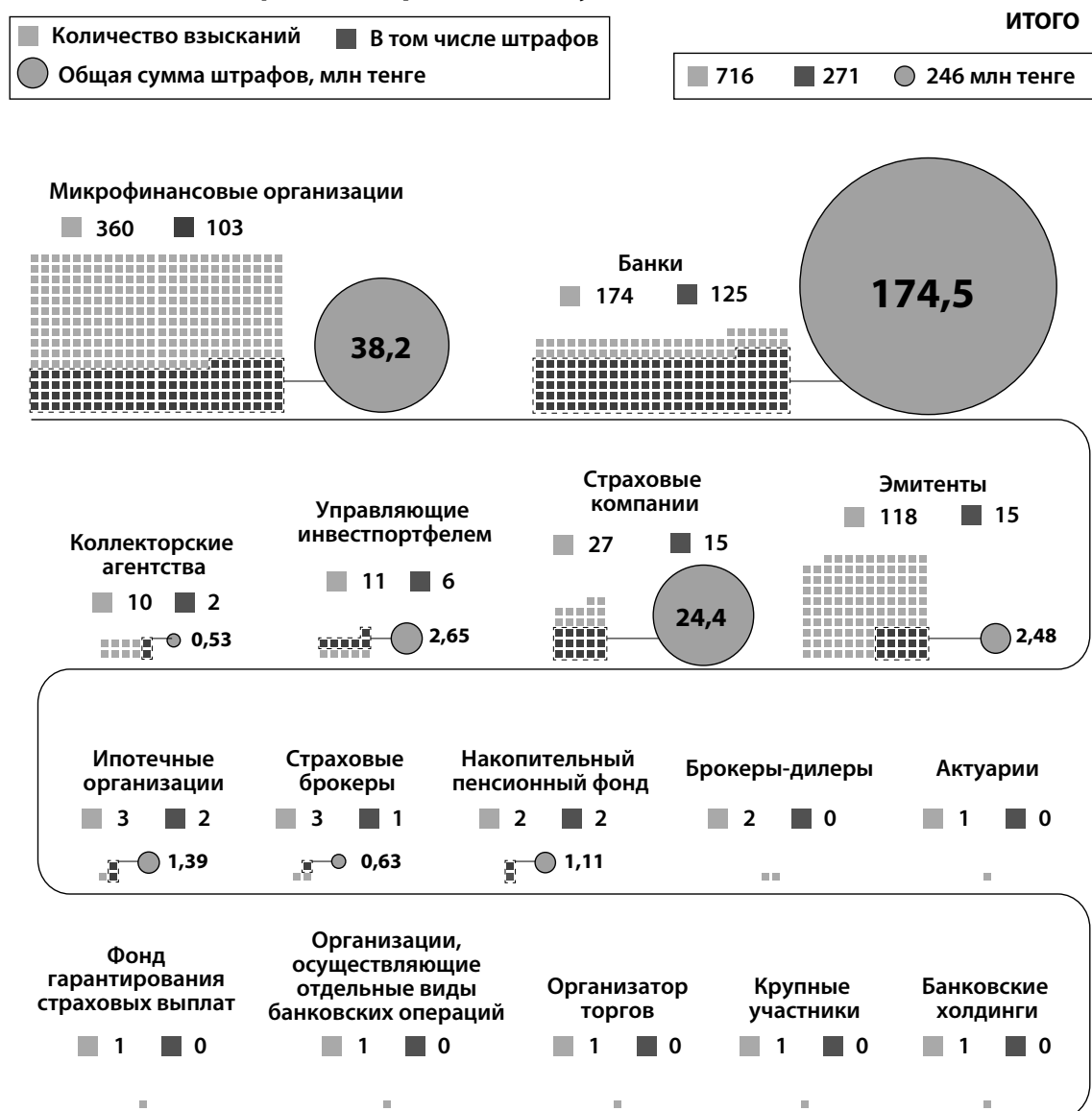
Семь банков были оштрафованы по разу. Нурбанк свой единственный штраф в размере 2,5 млн тенге заработал за несо-

ответствие правил внутреннего контроля требованиям закона о ПОД/ФТ. Jysan был наказан на 1,75 млн тенге «за недостатки в части исполнения внутренних правил». Банк ЦентрКредит подвергся штрафу в 530 тыс. тенге за несоблюдение правил взаимодействия с кредитными бюро. Банк Kassa Nova и Altyn Bank были оштрафованы на 278 тыс. и 139 тыс. тенге соответственно за неуказание эффективной ставки вознаграждения при публикации информации о кредитах. Евразийский банк оштрафовали на 56 тыс. тенге за нарушение требований законодательства о кредитных бюро и формировании кредитных историй. Турецкий КЗИ Банк был наказан штрафом за повторное нарушение агентом валютного контроля срока представления отчета по валютному договору. Данное взыскание было вынесено Нацбанком, размер штрафа на сайте макрорегулятора не указан.

Шесть банков (НБ Пакистана и Отбасы банк – дважды, Халык, RBK, ВТБ и Al-Hilal – по разу) в 2020 году получали взыскания либо от финнадзора, либо от Нацбанка, однако эти меры воздействия носили неденежный характер (предписания или предупреждения). Например, в отношении Халык Банка была применена рекомендательная мера надзорного реагирования за «необеспечение работы камеры, позволяющей зафиксировать лицо держателя платежной карточки, и хранения изображений до разрешения спорной ситуации с заявителем». Как указано в соответствующем разделе сайта АРРФР, банк данное нарушение устранил.

И наконец, семи банкам удалось отработать прошлый год без каких-либо санкций со стороны регуляторов. В эту семерку вошли Kaspi, Хоум Кредит, Ситибанк, китайские дочерние ICBC и Bank of China, а также совсем крохотные Шинхан Банк и Заман-Банк.

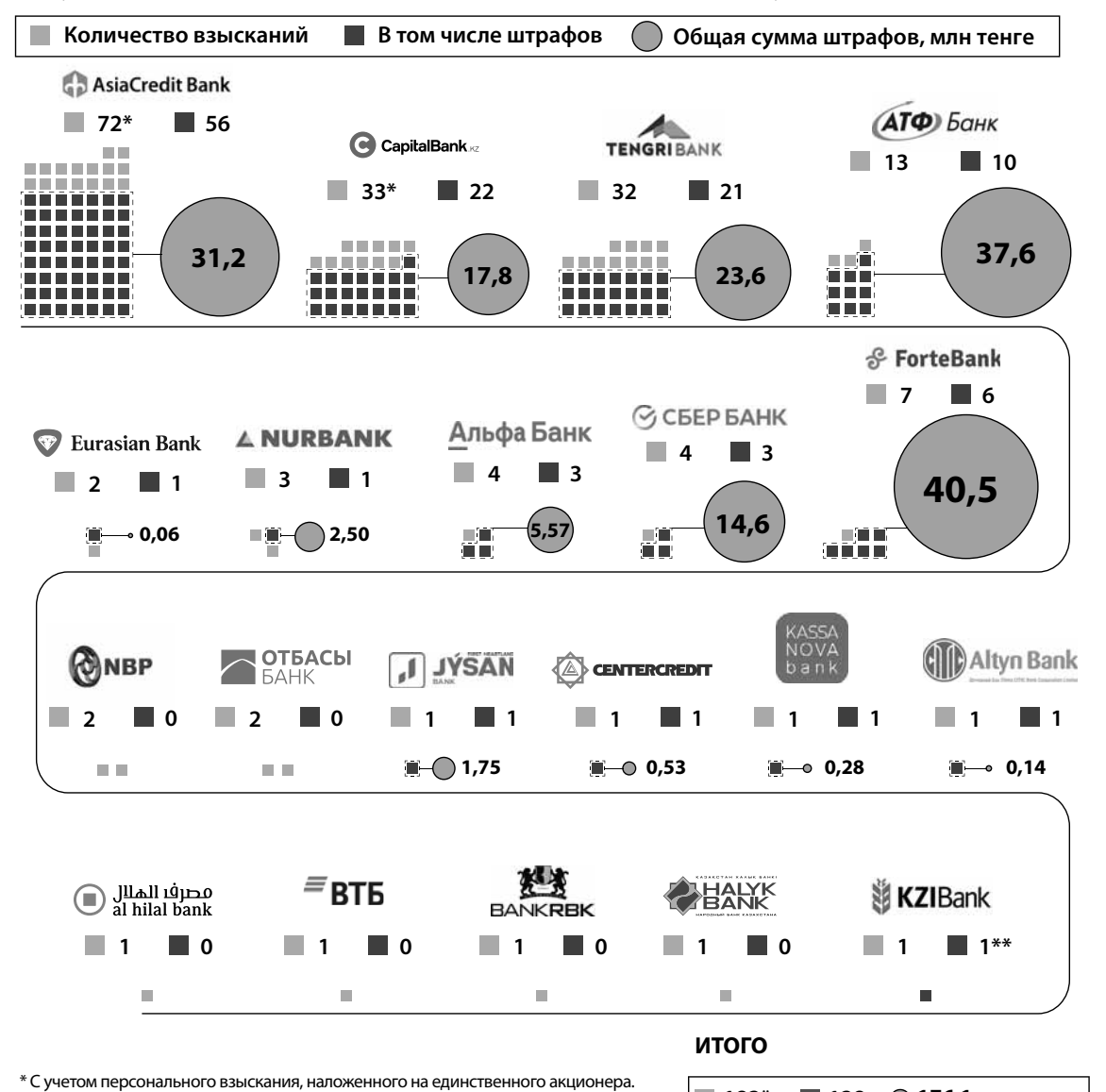
## Кого наказывал финнадзор в 2020 году



Источник: сайт АРРФР, расчеты «Курсива»

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

## Регуляторные санкции в отношении банков в 2020 году



\* С учетом персонального взыскания, наложенного на единственного акционера.  
\*\* Размер штрафа на сайте Нацбанка не указан.

Источник: сайты АРРФР и Нацбанка, расчеты «Курсива»

Инфографика: Гамаль Сейткужанов для «Курсива»

## ИНДУСТРИЯ

# Как короткая дорога от Алматы до Иссык-Куля повлияет на экономику двух стран

&gt; стр. 1

Для второго подмаршрута расходы: \$93 – на гравий, \$113 – на асфальт. Подмаршрут с туннелем значительно дороже – \$518 млн.

Прямой маршрут Алматы – перевал Озерный – Чон-Кемин – Кунгей Алатау – Бактуу-Долоноту – Чолпон-Ата протяженностью 85 км через перевал Озерный (3514 м) предполагает строительство 16-километрового туннеля на высоте 3000 м. Строительство, эксплуатация и техобслуживание подобного объекта на такой высоте само по себе сложная задача, отмечают специалисты АБР. Дополнительным затруднением станет организация движения транспорта через Иле-Алатауский национальный парк без непропорционального влияния на ландшафт и естественную среду обитания различных животных. Примерные капзатраты на этот маршрут – \$587 млн.

Восточный маршрут Алматы – Тургенъ – Ассы – долина реки Шилик – долина Байсар – Ананьево протяженностью 216 км также требует постройки 12-километрового туннеля на высоте 2900 м. Эта трасса подходит только для легких автомобилей, автобусов и легких грузовиков, и из-за высот, на которых проходит дорога, она может быть открыта только с июня по ноябрь. Капзатраты – \$468 млн.

АБР также оценил, какой будет плата за проезд по каждой из дорог, если они будут построены по модели ГЧП при условии, что частная компания только покрывает свои расходы по эксплуатации и техобслуживанию трассы. Получилось, что плата за проезд по трассам без туннеля составит менее \$10 за поездку, дорожные сборы в вариантах с туннелем ожидаются в размере \$10–20.

## Средняя ежегодная прибавка к ВВП от альтернативной дороги Алматы – Иссык-Куль, млн \$

В период с 2025 по 2045 год

	Казахстан				Кыргызстан			
	Западный маршрут Через Новый Кастек (асфальт)	Через туннель	Прямой маршрут	Восточный маршрут	Западный маршрут Через Новый Кастек (асфальт)	Через туннель	Прямой маршрут	Восточный маршрут
Консервативный сценарий Генплана по туризму ЭКАБ	31	70	50	60	53	123	133	101
Оптимистичный сценарий Генплана по туризму ЭКАБ	95	163	165	165	194	358	439	367

Источник: АБР

## Туристический выхлоп

Более короткое путешествие – в разных вариантах маршрута время в пути составит от 1 часа 40 минут до чуть более 5 часов – позволит людям путешествовать чаще и привлечет на это направление, например, туристов выходного дня, считают в АБР.

Алматы – Бишкек – проект, который поддерживает АБР) и от 1800 до 6800 автомобилей в день в условиях сценария III.

Сценарии II и III, в отличие от базового, который отражает текущую ситуацию и не предполагает особых изменений в существующую плановую и стратегическую

стическая инфраструктура, но и, например, работа правоохранительной системы. Этот сценарий должен привлечь больше всего туристов в регион ЭКАБ – 14,9 млн человек в 2030 году и 23,3 млн в 2040 году (рост на 64%).

В отчете АБР отмечается: чтобы удовлетворить тот спрос со

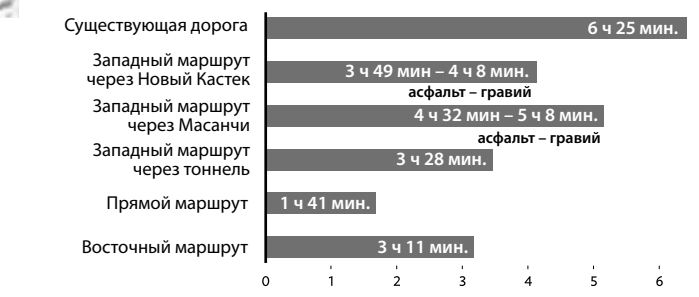
стороны туристов, который будет создан благодаря строительству альтернативной дороги, региону ЭКАБ будет необходимо приложить значительные усилия для развития сферы гостеприимства в целом. По оценке АБР, новая дорога в зависимости от маршрута и сценария (II или III) будет ежегодно прибавлять \$31–\$165 млн к казахстанскому ВВП и \$53–\$439 млн – к ВВП Кыргызстана.

## Кто заплатит за дорогу

Как распределить между двумя странами расходы на строительство новой дороги Алматы – Иссык-Куль – еще один вопрос, который рассматривается в исследовании АБР. Эксперты ин-



## Время в пути



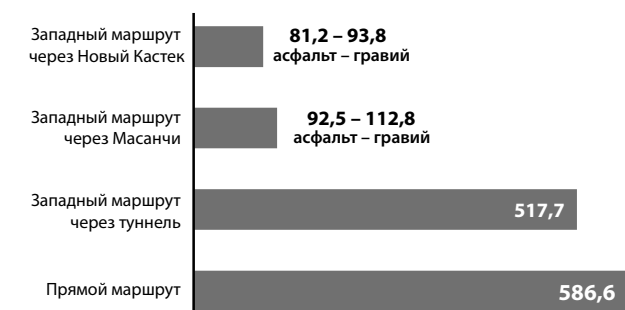
Примечание: без учета времени, проведенного в пунктах пересечения границы.  
Источник: АБР

ной дороге) и распределение затрат на строительство с точки зрения экономического эффекта для каждой из стран.

Если затраты на строительство будут распределены по территориальному принципу, в варианте западной трассы (без туннеля)

запуском альтернативной дороги значительно улучшат туристическую инфраструктуру и проведут другие связанные с проектом реформы. И только одна трасса – западная, через перевал Новый Кастек – оказывается экономически рентабельной в существующих условиях и при развитии базового сценария Генплана по туризму ЭКАБ.

## Оценочные затраты на строительство, млн \$



## Чисто гипотетический проект

Строительство дороги Алматы – Иссык-Куль – проект, который обсуждается уже не первый десяток лет. Директор ОФ «Трансграничная исследовательская сеть Центральной Евразии» Денис Бердаков уверен, что рано или поздно Бишкеку и Алматы будет необходимо объединить свой потенциал. «В ближайшие 10–15 лет это единственная возможность выжить как единый полноценный мегаполис, поскольку в современном мире город-миллионник не является мегаполисом – нужен рынок гораздо больше. Один из вариантов этого объединения – высокоскоростная железная дорога Алматы – Бишкек – Иссык-Куль. Кроме того, есть целый комплекс проектов, о которых сейчас идет речь. В том числе строительство трассы Алматы – Иссык-Куль. Этот проект дешевле остальных и, по-моему, на данный момент более или менее окупаем за счет туризма и сельского хозяйства: поставок плодоовощной продукции, молока, мяса и рыбы из Иссык-Кульской области напрямую в Алматы крупным потребителям», – говорит Бердаков. Но пока этот проект для Кыргызстана остается гипотетическим – «у республики сейчас нет денег ни на какой вариант», полагает Денис Бердаков, но не исключает, что Кыргызстан вернется к обсуждению проекта ближе к 2022 году, когда начнет восстанавливаться экономическая активность.

В казахстанском Министерстве индустрии и инфраструктурного развития на запрос «Курсива» ответили, что в настоящее время по государственной программе «Нурлы жол» на 2020–2025 годы реализация проекта строительства дороги Алматы – Иссык-Куль не предусмотрена. Представители ведомства сообщили, что предварительный скрининг для оценки эффективности данного проекта ведется в рамках программы Центрально-Азиатского регионального экономического сотрудничества с участием грантовых средств АБР. Результаты экономических исследований позволяют сторонам в будущем более предметно обсуждать механизм реализации проекта строительства дороги Алматы – Иссык-Куль.

## Распределение затрат на строительство с точки зрения социальных выгод\* для каждой страны, млн \$



\* Те, кто путешествуют между Алматы и Иссык-Кулем, экономят время и деньги на альтернативной дороге.

## Распределение затрат на строительство с точки зрения экономического эффекта для каждой из стран, млн \$

Консервативный сценарий Генплана по туризму ЭКАБ



Источник: АБР

## Распределение затрат на строительство по территориальному принципу, млн \$



## Распределение затрат на строительство с точки зрения экономического эффекта для каждой из стран, млн \$

Оптимистичный сценарий Генплана по туризму ЭКАБ



## Дорога с наиболее эффективными инвестициями

АБР рассчитал экономическую и финансовую жизнеспособность каждого проекта и выяснил: строительство любой из трасс, включающей длинный туннель, стоит начинать только в том случае, если Казахстан и Кыргызстан начнут действовать по сценарию III и параллельно с



## LIFESTYLE

Скрытая реклама в кино, так называемый продакт-плейсмент, не появилась вместе с часами Omega на запястье агента 007 в 1995-м или с телефоном Nokia в руках Нео в «Матрице» в 1999-м. Нет, первый фильм со скрытой рекламой назывался «Гараж», рекламировал обычную американскую заправку Red Crown Gasoline и вышел 100 лет назад – в 1920-м.

Гульнар ТАНКАЕВА

## КАК КИНО СТАЛО РЕКЛАМНОЙ ПЛАТФОРМОЙ

И почему брендам выгодно вкладывать деньги в «бесшовные» ролики

20 минут просмотра (это была короткометражка), четыре упоминания заправки – и, в результате, повышение узнаваемости бренда на 300%, а увеличение продаж на 35%.

Такой эффект не мог не понравиться, и самые разные товары и бренды начали регулярно мелькать на экране. Постепенно выделились лидеры – и вот уже больше 50 лет продакт-плейсмент дорогих автомобилей, алкогольных напитков и электроники покрывает почти весь бюджет крупных картин. Мало того: мы уже воспринимаем это как само собой разумеющееся.

«Часы на дорогом браслете... Rolex?» – спрашивает героиня Евы Грин агента 007 в «Казино «Рояль». – «Omega», – коротко отвечает Джеймс Бонд – Дэниел Крейг.

### Самые первые

Впрочем, в двадцатых годах прошлого века кино было еще очень далеко до скрытой рекламы дорогих брендов. Названная заправочная станция, шоколад и... шпинат – вот три самых известных классических примера раннего продакт-плейсмента.

Через семь лет после выхода комедии «Гараж» с использованием логотипа заправочной станции на экранах появился фильм о летчиках Первой мировой войны «Крылья». Он войдет в историю не только как первая картина, получившая «Оскара» как лучший фильм года и одна из самых кассовых кинолент 1927-го, но и как очень удачный образец продакт-плейсмента: в одной из сцен фильма крупным планом показывают шоколад Hershey's. Через 10 лет, незадолго до Второй мировой войны, руководство армии Соединенных Штатов обратилось с просьбой разработать питательный и легкий по весу шоколадный батончик для солдатских пайков именно к Hershey. И если сначала заказы были не самыми большими, то в 1939 году компания выпускала уже 100 тыс. батончиков в день.

В конце 1945 года на долю Hershey приходилось 90% рынка молочного шоколада в США.

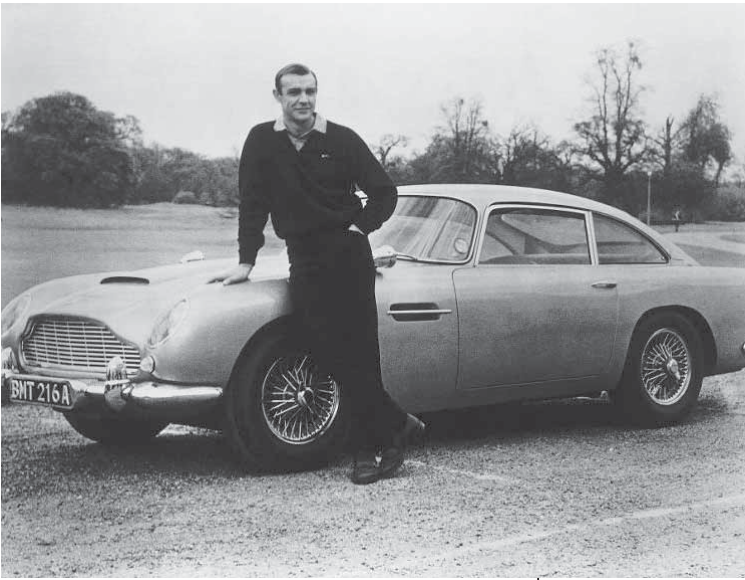
Параллельно с «шоколадной» в Америке развивалась другая, «шпинатная», история. Моряк Папай (Popeye the Sailor) впервые появился в серии комиксов Thimble Theatre, печатавшихся в New York Journal в 1929 году, а вскоре за его историей уже следили и зрители мультфильмов. Напомним: по сюжету Папай борется со своим соперником Блутто за сердце красавицы Оливии Ойл. «Заправляясь» по ходу консервированным шпинатом, Папай становится необыкновенно сильным и разбирается с Блутто без труда.

Неизвестно, задумывался Папай изначально как борец за здоровый образ жизни или так совпало, но есть реальная цифра: продажи консервированного шпината на территории США выросли после появления этого мультфильма на 30%.

В Техасе местные производители шпината даже установили Папаю памятник – в знак благодарности за помощь индустрии.

### Самые дорогие

Начало тридцатых годов отмечено еще одним знаковым



Кадр из фильма «Доктор Ноу». Автомобиль Aston Martin.



Кадр из фильма «Крылья». Шоколад марки Hershey's.

примером продакт-плейсмента в кинематографе: немецкий режиссер-новатор Франц Ланг в своем триллере «М – город ищет убийцу» позволяет камере задержаться на логотипе жевательной резинки Wrigley's целых 30 секунд – длительность полноценного рекламного ролика.

Потом была «Эта прекрасная жизнь» Фрэнка Капры с рекламной журналом National Geographic, «Чудо на 34-й улице» – фильм, который, похоже, навсегда внушил американцам, что Санта-Клаус живет в универсаме Macy's, и, наконец, в борьбу за рекламные бюджеты вступил тот, кого потом назовут самым главным спец-агентом продакт-плейсмента, – Бонд. Джеймс Бонд.

Продюсера бондианы Альберта Брокколи можно понять: писатель Ян Флеминг подробно описывал, что ест, пьет, носит и на чем ездит его герой. Причем очень часто Флеминг просто называл конкретные места и марки, и читатель мог представить место действия или образ героя сам, без пространных авторских описаний. Разве можно было этим не воспользоваться? Видимо, нельзя, и за почти 60 лет киноистории Джеймса Бонда эта стилизованная особенность литературной первоосновы превратилась в большой бизнес.

### Как это было?

В первом фильме о Бонде, «Доктор Ноу», вышедшем в 1962 году, агент 007 в исполнении Шона Коннери пьет мартини с водкой Smirnoff, угощает девушек шампанским Dom Perignon, на Гавайях уголяет жажду местным пивом Red Stripe. Произво-

двуженка La Pavoni Europiccola.

1974 год. Наконец-то большая цифра: в фильме «Человек с золотым пистолетом» Бонд (Роджер Мур) сидит за рулем AMC-Hornet (American Motors). Актер лишился возможности покатасться на Aston Martin, зато множество людей смогли лучше познакомиться с американским спортивным авто. Цена вопроса – \$5 млн.

Потом была «сборная солянка» из Louis Vuitton и Christian Dior Perfume, Canon и Seiko, Air France и British Airways – это когда бюджет «Лунного гонщика», вышедшего в 1979 году, оказался больше запланированных \$20 млн. Ничего хорошего из этого мелькания брендов не получилось.

Через 10 лет, в «Лицензии на убийство», Джеймс Бонд (Тимоти Далтон) весь фильм будет курить Lark – и всего-то за \$350 тыс.

Зато следующий исполнитель роли Бонда, Пирс Броснан, стал для картины 1995 года «Золотой глаз» и дальнейших курицей, которая несет золотые яйца. Сначала немецкий концерн BMW с его тройным предложением: машины для съемок, рекламная поддержка фильма, и, наконец, инвестиции в \$3 млн (они не прогадали: участие в картине обеспечило BMW продажи на \$240 млн). Потом – часовая марка Omega, которая окончательно вытеснила из бондианы родные «ролекссы». Это сотрудничество

продолжается до сих пор, и, хотя никто официально не признается, по слухам, каждая серия обходится швейцарцам в \$7–10 млн.

Бюджет следующей картины («Завтра не умрет никогда», 1997 года) составил около \$100 млн. Это первый фильм в истории кино, создание которого практически полностью оплатили партнеры – то есть продакт-плейсмент.

Словом, о бондиане можно рассказывать долго, но лучше назвать одну по-настоящему рекордную цифру: \$45 млн. Именно эту сумму инвестировала компания Heineken в фильм «Скайфолл» (2012 год), где агент 007 (уже Дэниел Крейг) изменяет своему знаменитому напитку мартини – и с чем? С пивом...

Несмотря на возмущение зрителей и критиков, этот контракт сделал «Скайфолл» абсолютным чемпионом в области продакт-плейсмента.

### Мелькнут в кадре за миллион долларов

На фоне цифр бондианы \$1,2 млн за вопрос Майкла Дугласа к Шэрон Стоун «Jack Daniel's подойдет? Со льдом...» кажутся сущим пустяком – и, тем не менее, после премьеры фильма «Основной инстинкт» продажи этого виски увеличились на \$6 млн в год.

Поэтому не стоит удивляться еще одной цифре – больше \$7 млрд: столько тратят компании во всем мире на продвижение в кино- и телевизионной продукции (данные агентства PQ Media).

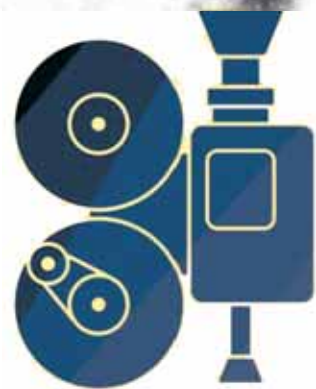
Среди причин, по которым брендам очень важно «мелькнуть в кадре», кроме уже упомянутой эффективности, называются и другие достоинства продакт-плейсмента.

Во-первых, это реклама «без швов», то есть автомобиль, напиток, одежда влетают в сюжет – да, с разной степенью органичности, но в любом случае они существуют в контексте фильма, а значит – зрителю не приходится переключать внимание на рекламу и обратно. Результат: бренд внедряется в сознание так же прочно, как и сюжет картины.

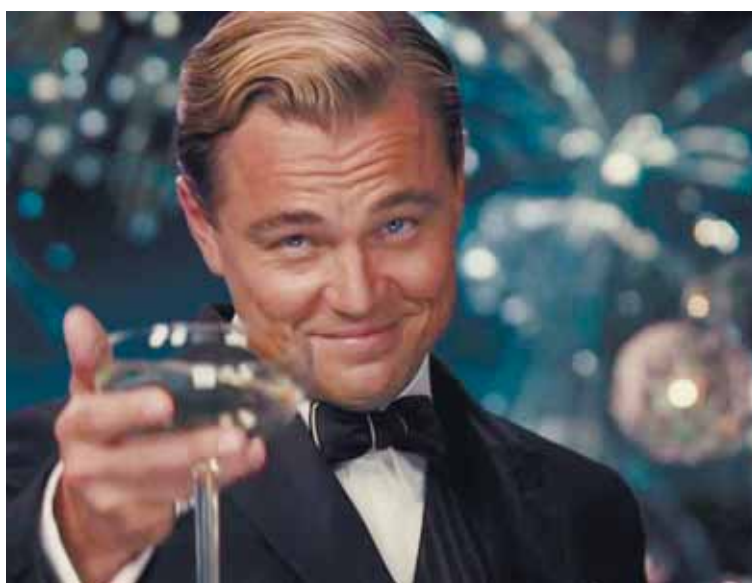
Во-вторых, это почти всегда реклама без конкурентов. Что такое рекламный блок на телевидении? Это несколько роликов на разные темы, и всем им нужно внимание зрителя. Что такое скрытая реклама в кино? Это, как правило, упоминание одного бренда в одной сцене. Исключение – та самая сцена в «Казино «Рояль»: «Rolex?» – «Нет, Omega». Но и в этой сцене две швейцарские марки, пожалуй, не столько соперничают, сколько «оттеняют» друг друга.

И, в-третьих, продакт-плейсмент в кино – это не просто скрытая реклама, это трансляция ценностей бренда. Моët & Chandon в «Великом Гэтсби», украшения Tiffany в «Завтраке у Тиффани», знаменитый гоночник за рулем великолепного автомобиля в «Ford против Ferrari»...

Кстати, о последнем. Компания Concave Brand Tracking подсчитала количество брендов, появляющихся в фильмах – номинантах премии «Оскар» 2020 года. Согласно данным, опубликованным на их сайте, больше всего брендов как раз в «Ford против Ferrari» – 145.



Кадр из мультфильма «Моряк Папай».



Кадр из фильма «Великий Гэтсби». Шампанское Moët & Chandon.