

Zapowiada się gorąca jesień w trzecim filarze

IKE i IKZE > TFI, które jeszcze nie oferują kont do samodzielnego oszczędzania na emeryturę, zamierzają je wprowadzić do sprzedaży w najbliższych miesiącach. Te, które już je oferują, lada moment ruszą z promocjami.

Jan Morbiato
jan.morbiato@parkiet.com

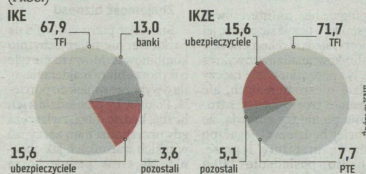
– W IV kwartale zamierzamy uruchomić nową wersję IKE (indywidualnych kont emerytalnych) i IKZE (indywidualnych kont zabezpieczenia emerytalnego), opartą na naszym głównym funduszu BGZ BNP Paribas FIO (siedem różnych strategii) – mówi „Parkietowi” Jarosław Skorulski, prezes TFI BGZ BNP Paribas. Do tej pory jego firma oferowała znacznie prostszą wersję kont emerytalnych. – Produkt będzie miał dwa warianty. W pierwszym klient sam dokona wyboru subfunduszy do portfela, w drugim alokacja będzie przebiegała automatycznie w zależności od wieku inwestora (produkt typu „cykl życia”) – zapowiada Skorulski i precyzuje, że nowy produkt trafi do sprzedaży w banku BGZ BNP Paribas praw-

dopodobnie pod koniec września. Uruchomieniu nowych IKE i IKZE będzie towarzyszyła kampania informacyjna w sieci banku. Ale również TFI, które do tej pory w ogóle nie oferowały IKE i IKZE, np. Noble Funds TFI czy AgioFunds TFI, pracują nad ich wprowadzeniem. – Planujemy wdrożenie obydwu produktów w IV kwartale i zapewne też kampanię informacyjną w internecie – zapowiada Joanna Olszewska z AgioFunds TFI, jednak bez ujawniania szczegółów.

Już nie tylko ulgi podatkowe

Firmy, które już od lat zarządzają kontami emerytalnymi, tradycyjnie na koniec roku zaplanowały kampanie informacyjne i reklamowe. – Inwestorzy są coraz bardziej świadomi tego produktu –

IKE i IKZE
UDZIAŁ RÓŻNYCH INSTYTUCJI FINANSOWYCH W LICZBIE NOWYCH KONT EMERYTALNYCH ZAŁOŻONYCH W I POŁROCCU (PROCC.)



kiedyś przyciągały ich głównie ulgi podatkowe, dziś widzimy, że dokładniej planują alokację w poszczególne typy funduszy i szacują, jakiego majątku mogą się spodziewać na koniec okresu oszczędzania. To pozytywny trend – zwraca uwagę Jacek Janiuk, członek zarządu Skarba, i zapowiada, że jego TFI wykorzysta sezon na pro-

dukty emerytalne (inwestorzy tradycyjnie przypominają sobie o ulgach podatkowych na koniec roku, na ten okres przypada najwięcej wpłat do IKE i IKZE) do reklamowania ich w internecie – bezpośrednio oraz przy współpracy z dystrybutorami. – Esaliens TFI planuje kampanię poświęconą kon-

tom emerytalnym pod koniec roku. Medium, wiodącym będzie internet – informuje Joanna Sendecka z Esaliens TFI. – Bierzemy również pod uwagę konkurs angażujący konsumentów – dodaje. – Przygotowujemy działania marketingowe na IV kwartał – podaje Piotr Żochowski, prezes PKO TFI. – Założeniem kampanii będzie szerokie promowanie produktu z uwypukleniem korzyści, jakie dają IKE i IKZE. Działania te prowadzone będą głównie online, ale również w wybranych tytułach prasowych – zapowiada. – Od początku roku – a więc w gorszej części sezonu – pakiet emerytalny PKO TFI (IKE i IKZE) przyciągnął prawie 130 mln zł netto, głównie od klientów PKO BP, co było najlepszym wynikiem osiągniętym przez TFI, które udostępniły nam tego typu dane.

Kontakt w cztery oczy

Banki rządzą więc nie tylko w sprzedaży funduszy bez emerytalnego opakowania. Od ich sieci placówek jest uzależniona dystrybucja TFI nienależących do dużych grup finansowych. – Rozwiązania emerytalne sprzedają nam się najlepiej przez grupy bankowe – przyznaje Janiuk. I nic dziwnego – IKE i IKZE to produkty, które jeszcze bardziej niż „czysty” fundusz wymagają objaśnienia. – Zdecydowanie najlepiej sprzedają się podczas bezpośrednich spotkań naszych doradców z klientami – potwierdza Piotr Jeske, dyrektor w F-Trust. – Dlatego podstawowym medium reklamowym produktów III filaru pozostają... doradcy. – Planujemy intensyfikowanie działań informacyjnych dotyczących produktów emerytalnych m.in. u naszych agentów – ujawnia Anna Bąkała, członek zarządu TFI Allianz. ©