

# Portfel inwestycyjny od pokoleń. Czego potrzebują inwestorzy?

Co chcą mieć w swoim portfelu starsi, młodszy i najmłodszy?

Michał Szymański  
CEO VIG / C-QUADRAT TFI



Towarzystwo  
Funduszy  
Inwestycyjnych

Warszawa, 8 X 2024

ETF

2000

Krypto

2009

Obligacje...  
F/X...  
Private markets...

Fundusze inwestycyjne

1924

Depozyty

Łatwość inwestycji  
zagranicznych

Akcje

Obligacje

Preferencje i zachowania  
pokoleń

Platformy  
inwestycyjne

Nieruchomości

Otwartość świata

## #rynek pracy

Na emeryturze od 2006/2011  
Do 25% rynku pracy

## #influ

Marka z tradycją  
i reputacją  
Wysoka waga rekomendacji

## #media

Prasa i TV  
Facebook, YouTube, LinkedIn

## #mood

.prl  
.patriotyzm, jedność, wolność  
.lojalność i mało zmian pracodawcy  
.cierpliwi

# 1945 - 1964 *Baby Boomers*

## #inwestycje

Inwestorzy schyłkowi,  
ceniący stabilność



9 mln  
22,8%

60-80 lat

## #rynek pracy

Wiodąca rola w grupie menedżerskiej  
33% aktywnych zawodowo Polaków  
Pierwszy emeryt w 2030

## #mood

- ."klucz na szyi"
- .dobrobyt, adaptacja & praca
- .transformacja do gospodarki rynkowej
- .MTV

## #inwestycje

Potrzeba oszczędzania  
Planowanie długoterminowe  
Nadal w kredytach

## #influ

Marka z historią  
Sprawdzone produkty  
Wysoka waga rekomendacji  
Patrzą na celebrytów

## #media

Internet (www,e-mail), TV, sms,  
Facebook, YouTube, LinkedIn

1965 - 1980

20



8 mln  
20,6%

44-59 lat

## #inwestycje

Inwestycja w siebie  
Generowanie i maksymalizacja przychodów  
Kredyty (od studenckich)

## #influ

Średnia waga marki  
Ważniejsza autentyczność i wartości  
Bardzo wysoka waga rekomendacji  
Patrzą na rówieśników i influencerów

## #media

Internet (content marketing),  
Instagram, Facebook, YouTube

## #mood

.dzieci „helikopterowych rodziców”  
.doświadczenie ponad posiadanie  
.cyfrowość

## #rynek pracy

Główna część rynku pracy – 35%  
Pierwszy emeryt w 2040

1981 - 1996

y



8 mln  
20,8%

28-43 lata

## #mood

- .digital natives
- .Wysoka świadomość społeczna i ekologiczna
- .Wysoka wrażliwość
- .silny wpływ pandemii i wojny w Ukrainie
- .indywidualizm, roszczeniowość

## #media

TikTok, Instagram, Snapchat  
Influencerzy

## #influ

Średnia waga marki  
Ważna autentyczność  
Ważne zaangażowanie w kwestie społeczne i środowiskowe  
Bardzo wysoka waga rekomendacji i influencerów

## #rynek pracy

20% rynku pracy  
Pierwszy emeryt w 2057

## #inwestycje

Szybsze wejście w inwestycje / mikro-inwestycje  
Eksperymenty i poszukiwania

1997 - 2012



9 mln  
23,7%

12-27 lat

# Wektory zmian:

Doradca

***Komunikacja produktu***

Self-service web/app  
Webinar on-line  
Doradca

TV / Radio, Prasa

***Multiźródłowość***

YouTube  
Grupy społecznościowe  
Publikacje on-line

Marka, tradycja

***„Reason to believe”***

Autentyczność,  
odpowiedzialność, influencer

Lokalnie

***Dostępność możliwości***

Platformy, globalni brokerzy on-line  
Cały świat, wiele instrumentów  
Już, dowolnie

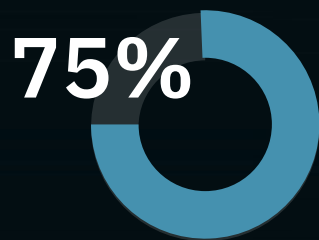
# *Pokoleniowe zachowania i preferencje inwestycyjne*



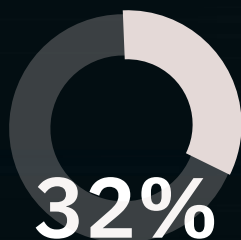


# Percepcja atrakcyjności klas aktywów

NIE można osiągnąć ponadprzeciętnych stóp zwrotu wyłącznie za pomocą tradycyjnych akcji i obligacji

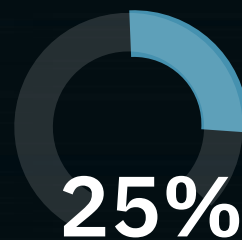


21-42 lata

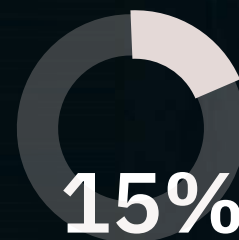


43+ lat

Rynki niepubliczne to inwestycja oferująca najlepsze możliwości wzrostu



21-42 lata



43+ lat

# Percepcja atrakcyjności klas aktywów

21-43 lata

- 31% Nieruchomości
- 28% Krypto / Inwestycje cyfrowe
- 26% Private Equity
- 22% Inwestycje bezpośrednio w firmy
- 21% Firmy skoncentrowane na esg
- 17% Obligacje
- 14% Akcje krajowe

44+ lat

- Akcje krajowe 41%
- Nieruchomości 32%
- Akcje rynków wschodzących 25%
- Akcje globalne 18%
- Private equity 15%
- Obligacje 12%
- Krypto / Inwestycje cyfrowe 4%

# Kolejne pokolenia zaczynają inwestować coraz wcześniej

19 lat

Z

25 lat

y

32 lata

x

35 lat

bb

# *i częściej zmieniają strategię*

Zmiana parametrów w inwestycji w reakcji na podniesione stopy procentowe

21-43 lata

91%

A donut chart for the 21-43 age group, colored in a vibrant magenta. The chart is almost entirely filled, with only a small gap remaining, representing 91% of the group.

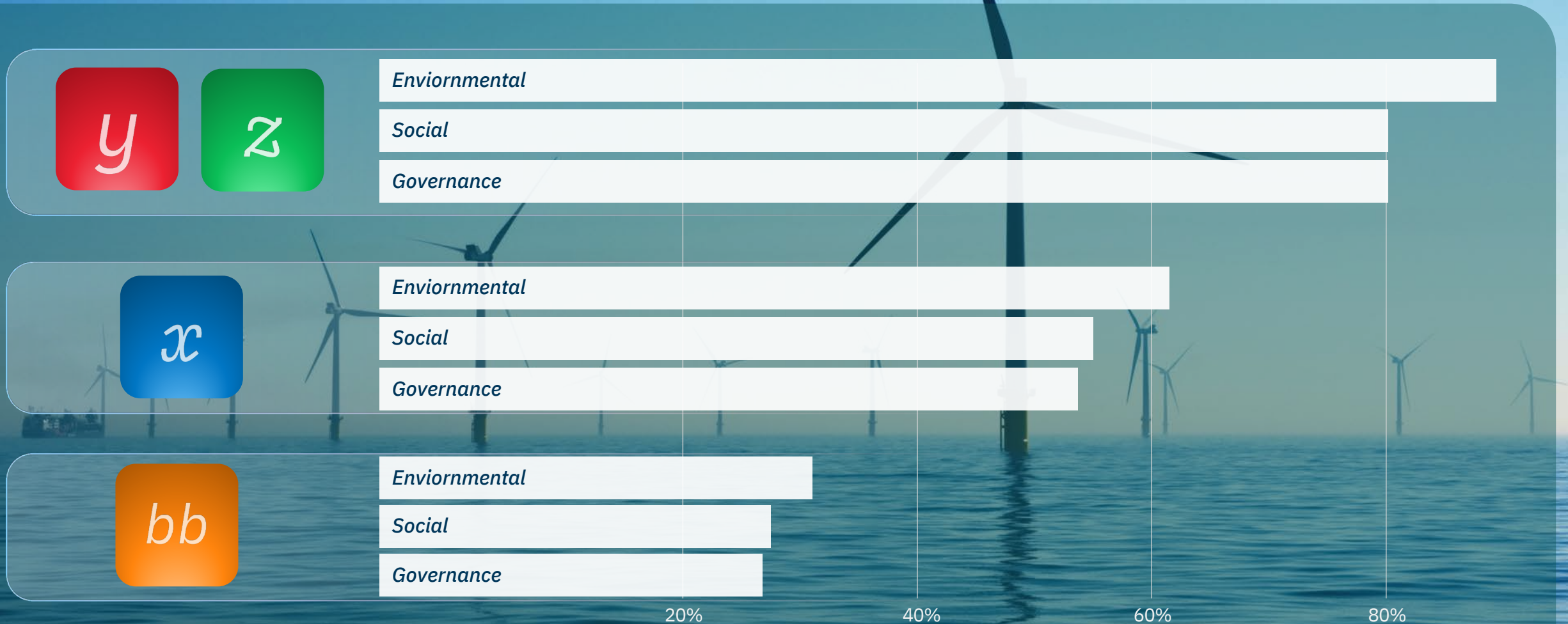
44+ lat

53%

A donut chart for the 44+ age group, colored in a deep blue. The chart is about half-filled, representing 53% of the group.

# Luka generacyjna w podejściu ESG

Procent inwestorów, którzy uważają że ich inwestycja powinna wpłynąć na działania esg firm w które inwestują nawet jeśli spowoduje to spadek wartości inwestycji



# Social media to główne źródło treści finansowych dla młodszych pokoleń



prasa



online



Social media

21-43 lata

31%

38%

48%

44+ lat

35%

55%

6%

# *Implikacje dla nas*

(wybrane)

# *Adaptacja do zmieniającego się klienta*

Pokolenie, które wygrało na zmianach systemowych i na wejściu w gospodarkę rynkową – dochodzi teraz do 60-ki. Zaczynają myśleć jak zaplanować sposób oszczędzania i wydawania pieniędzy na emeryturze. To też refleksja, że to ostatnia chwila, żeby coś jeszcze zaoszczędzić u np. 55 latków (mieli oni w 90-tym 20 lat. Tamci 25-latkowie kończący właśnie studia mają teraz 60).

Na tym pokoleniu gdy miało 30 -40 lat ukształtowały się procesy i sposób oferowania funduszy. Pokolenie X się już zmieniło, a w jego miejsce wkraczają Millenialsi.

Tego pokolenia X wieku 30 lat już nie ma i tej Polski, która była wtedy też już nie ma...





# Na koniec dnia...

**42,8%**

Skumulowana inflacja od 2020

**56,5%**

**5,2%**

**14,8%**

**17,3%**

**Depozyty  
(dotychczasowe)**

**Fundusze  
obligacji  
uniwersalnych**

**Fundusze  
obligacji  
korporacyjnych**

**Fundusze akcji  
polskich  
uniwersalnych**



Towarzystwo  
Funduszy  
Inwestycyjnych

# *Dziękuję za uwagę!*



Towarzystwo  
Funduszy  
Inwestycyjnych



Odwiedź naszą [stronę](#) i nasz [LinkedIn](#)



# *Nota prawna*

Niniejsza prezentacja została przygotowana wyłącznie w celach ogólnoinformacyjnych i nie stanowi usługi doradztwa inwestycyjnego oraz udzielania rekomendacji dotyczących instrumentów finansowych lub ich emitentów w rozumieniu ustawy o obrocie instrumentami finansowymi.

Prawa autorskie do niniejszej prezentacji przysługują VIG / C-QUADRAT TFI SA (Towarzystwo) z siedzibą w Warszawie, Al. Jerozolimskie 162A. Żadna z części tej prezentacji nie może być kopiowana lub przekazywana nieupoważnionym osobom. Wykorzystywanie tej prezentacji przez osoby nieupoważnione lub działające niezgodnie z powyższymi zastrzeżeniami bez pisemnej zgody Towarzystwa lub w inny sposób naruszające przepisy prawa autorskiego jest zakazane.