

Ipopema TFI na przekór rynkowi

W rok aktywa funduszy inwestycyjnych spadły o 30 proc. Ipopema od zera urosła do 844 mln zł. Do końca roku chce mieć dwa razy tyle.

Rynek funduszy inwestycyjnych ma w tym roku wyraźnego lidera. Podczas gdy większość towarzystw mierzy się z odpływem pieniędzy, do Ipopemy, która powstała we wrześniu 2007 r., klienci wpłacili 834 mln zł. Do drugiego pod tym względem PZU – osiem razy mniej. To nie czary, lecz efekt strategii – Ipopema postawiła na fundusze zamknięte kierowane do pojedynczych inwestorów.

– Nie nastawiamy się na klientów detalicznych i nie będziemy otwierać funduszy otwartych, bo ten rynek jest już podzielony między dużych graczy. Wejście wymaga dużych nakładów finansowych i zatrudnienia wielu ludzi. Koncentrujemy się na rozwiązaniach dla biznesu – mówi Maciej Jasiński, wiceprezes Ipopema TFI.

– Rozpoczęcie działalności na rynku detalicznym wiąże się z inwestycją rzędu kilkunastu milionów złotych i kilkuletnim czekaniem na zwrot. Tymczasem nam właściciel dał na rozwój 3 mln zł – dodaje Jarosław Wikaliński, prezes Ipopema TFI.

W niecały rok Ipopema zdobyła 0,9 proc. rynku. Ma apetyt na więcej – dlatego oferta powoli skręca w stronę szerszego grona klientów. Trwa subskrypcja funduszu inwestującego w wino. Towarzystwo ma również umowę z Alior Bankiem – Ipopema będzie zarządzać funduszami pod marką Alior, a bank zajmie się sprzedażą i marketingiem.

– Do końca września chcemy uruchomić kolejne 11 funduszy, a do końca roku podwoić aktywa. Wśród nowych funduszy będą dedykowane do konkretnych klientów, ale i skierowane do szerszego grona. Myślimy nad funduszem inwestującym w spółki niepu-

bliczne i w nieruchomości – mówi Maciej Jasiński.

Jeśli plan się powiedzie, Ipopema będzie znana nie tylko z funduszy szytych na miarę pojedynczych inwestorów.

– Celem jest zbilansowanie struktury funduszy pod względem przychodów z zarządzania. Zupełnie inaczej zarabia się na funduszach dedykowanych, kierowanych do konkretnych inwestorów, niż na funduszach aktywnie zarządzanych. W dłuższej perspektywie aktywa funduszy aktywnie przez nas zarządzanych na pewno będą większe niż dedykowanych – mówi Jarosław Wikaliński.

Grzegorz Nawacki
g.nawacki@pb.pl • 022-333-97-94



► **Znają swoje miejsce:** Nie mamy ambicji, by prężyć muskuły na rynku detalicznym i by marka Ipopema była wszystkim świetnie znana. To dużo kosztuje. Dlatego wybraliśmy inną strategię – mówi Jarosław Wikaliński, prezes Ipopema TFI. [FOT. TP]