

MAGAZÍN INVESTIČNÍCH PŘÍLEŽITOSTÍ

Vydělávejte
na stárnutí
populace

Senioři:
Nový byznys
pro firmy
a investory

ÚSPĚCH
MARRIOTŮ:
DOBŘE SE
NARODIT
A OŽENIT

VAIL RESORTS: INVESTICE S PERSPEKTIVOU

Magazín investičních příležitostí snadno a přehledně ve vašem iPadu

Magazín je čtenářům k dispozici nejen v tištěné podobě a počítačové verzi, rovněž si jej můžete stáhnout do svých iPadů. V aplikaci naleznete kompletní obsah tištěného vydání, navíc je obohacena o interaktivní prvky.

Stejně jako internetová verze magazínu vám aplikace nabízí pohodlnější čtení a jednoduchou orientaci mezi jednotlivými rubrikami a tématy.

Aplikaci magazínu pro iPad stahujte zdarma na AppStore po zadání hesla IKS KB. Internetovou edici čtete na <http://iksmagazin.cz>.





Vážení čtenáři,

> už poměrně dlouho se hovoří o stárnutí populace, což ovlivňuje celou řadu oborů. A samozřejmě i globální hospodářství. I proto jsme se v aktuálním vydání Magazínu investičních příležitostí zaměřili na tzv. stříbrnou ekonomiku, jejíž motor tvoří právě růst počtu seniorů ve společnosti.

Senioři jsou specifickou skupinou klientů, jejíž zásluhou se vyvíjí nové produkty a služby například ve farmacii, bezpečnosti, automobilové branži, správě majetku, péči o tělo či v sektorech zdravotních pomůcek a trávení volného času. Ruku v ruce s tím rostou i investiční příležitosti – jen v těchto hlavních oblastech „stříbrné ekonomiky“ mají v současnosti investoři k dispozici přes 615 různých akciových titulů.

Ve Spojených státech tvoří ekonomika spojená se seniory už nyní 46 procent HDP země a tento sektor amerického hospodářství je sám o sobě třetí největší ekonomikou světa. V Česku žije zhruba 2,5 milionu lidí ve věku 55 až 74 let a jejich počet bude dále růst.

S probíhající globální demografickou změnou by tak měli ve svých investičních úvahách počítat všichni investoři. Díky fondu CPR Global Silver Age, který detailně představujeme na následujících stránkách, mohou na růst „stříbrné ekonomiky“ vsadit i drobní investoři. Fond se zaměřuje na produkty a služby poptávané lidmi vyššího věku, do jejich portfolia patří 70 až 100 akciových titulů firem, kterým se stárnutí populace může pozitivně projevit v tržbách.

Příjemné čtení a šťastnou ruku při investicích přeje

Franck du Plessix
předseda představenstva
Investiční kapitálová
společnost KB, a.s.

Tiráž

Magazín investičních příležitostí

**Vydavatel: Investiční kapitálová
společnost KB, a.s.**

Dlouhá 713/ 34, 110 15 Praha 1

Produkce a grafické zpracování:

Corporate Publishing s.r.o., www.copu.cz

Redakční rada: Pavel Hoffman (IKS KB),

Jan Chlumský (IKS KB),

Radek Súdala (CoPu)

Redakce: Martin Zika, Radek Šalanda,

Jan Chlumský, Eva Bařhová, Dominika Brořová

Jazyková úprava: Alena Źitníková

Produkce: Ditta Dvořáčková,

tel.: 603 196 614,

e-mail: ditta.dvorackova@copu.cz

Registrační číslo: MK E 20948

Senioři přinášejí firmám a investorům nový byznys

Sektorů, jimž stárnutí populace už dnes poskytuje zajímavé obchodní příležitosti, a které tím pádem budou stále atraktivnější také z investičního hlediska, je celá řada. Podívejme se na některé z nich blíže.



> Firmám zaměřeným na generaci lidí v postproduktivním věku se daří. Vývoj v posledních 18 letech ukázal, že prodeje i zisky těchto společností se pohybují na mnohem vyšších úrovních, než kolik dosahuje průměr. Dobrou zprávou pro investory je zjištění, že trend by měl zrychlovat i nadále, navíc jsou tyto sektory méně závislé na hospodářských cyklech.

Analytici rozlišují osm hlavních spotřebních sektorů: farmacie, bezpečnost, zdravotní pomůcky, zdravotní péče, automobily, správa majetku, krása a péče a volný čas. V jejich rámci je už dnes pro investory k dispozici více než 615 akciových titulů. Podívejme se podrobněji, co se skrývá za optimizmem

VÍCE NEŽ TŘI Z KAŽDÝCH PĚTI PRODANÝCH AUT V USA BYLO V POSLEDNÍCH LETECH OBJEDNÁNO TAKZVANÝMI BABY-BOOMERS.

ohledně budoucího potenciálu těchto oblastí ekonomiky.

Farmacie: Inovacemi k zisku

Sektor má za sebou několik náročných let. Musel se vypořádat jednak s nástupem generických léků, jednak s růstem nákladů. Ty bylo třeba vynaložit na vypořádání se s novými zákonnými regulacemi a také na marketingové a obchodní aktivity. Zpět na růstovou trajektorii se sektor farmacie dostal

v roce 2011. Je to především díky novým patentům na léčiva z roku 2012 a také řadě inovací. Za lepšími výsledky v oblasti výzkumu a vývoje stojí zejména větší porozumění nemocem a jejich původu pomocí diagnostiky. A také více specifických způsobů léčení zaměřených právě spíše na příčinu onemocnění než na symptomy. Významně se rovněž zkrátila lhůta schvalování nových léčiv, došlo tedy ke zrychlení návratnosti investic farmaceutických společností. V letech 2011–2013 bylo schváleno téměř 80 procent léčiv oproti 48 procentům před deseti lety.

Diabetes je hrozba už i pro Čínu

Toto onemocnění samozřejmě patří do farmaceutického sektoru. Nicméně svým významem a velikostí z hlediska počtu pacientů si v textu zaslouží vlastní pasáž. Od roku 1985 do roku 2010 totiž vzrostl počet pacientů postižených diabetem z 30 na 194 milionů. Je to neuvěřitelný nárůst a podle odhadů Světové zdravotnické organizace počet nemocných do roku 2025 stoupne dokonce na více než 300 milionů.

Podle údajů, které publikoval Foster Rosenblatt Institute, trpí diabetem 8,6 procenta obyvatel Spojených států a 7,7 procenta evropské populace. Ve věkové skupině 45–80 let se tato nemoc vyskytuje u 70–80 procent jejích příslušníků. Ve 42 zemích USA byl v letech 1995–2010 zaznamenán nárůst o více než 50 procent a ve zbývajících 8 státech dokonce o 100 procent. V Evropě bude podle odhadů v roce 2020 více než 34 milionů nemocných, zatímco v roce 2010 to bylo téměř 25 milionů.

Dvěma hlavními příčinami jsou nárůst obezity v rozvinutých zemích a také stárnutí populace. Zajímavé je zjištění, že onemocnění se nevyhne ani Číně, kde dochází k „westernizaci“ způsobu života. Podle studie společnosti Novo Nordisk, která je světovým lídrem ve vývoji léčiv určených



DLE ODHADU ANALYTIKŮ VÝZNAM LIDÍ V POSTPRODUKTIVNÍM VĚKU PRO OBRATY A ZISKY FIREM POROSTE.

k léčbě diabetu, se v této asijské velmoci počet nemocných v příštích letech zdvojnásobí, konkrétně na 80,5 milionu v roce 2025. Před šesti lety jich přitom bylo „jen“ 20 milionů.

Společnostem působícím v této oblasti umožnil poslední vývoj zvýšit ceny produktů. Konkrétně šlo o významné vylepšení v podobě vývoje nového syntetického inzulínu, který je oproti původnímu injekčnímu inzulínu snadněji aplikovatelný.

Mladých automobilistů ubývá, seniorů přibývá

Prvním faktorem, který hraje do karet automobilovému průmyslu ve Spojených státech, je nárůst počtu řidičských oprávnění ve věkové skupině 65+ ze 78 procent v roce 1983 na 94 procent v roce 2008. Je to důsledek především prodlužování délky života

a také stále silnějšího postavení žen. Zatímco počet mužů s řidičákem v této věkové skupině stoupl za posledních 20 let o 89 procent, žen přibýlo o celých 212 procent.

Studie J. D. Power-AARP ukázala, že více než tři z každých pěti prodaných aut v USA bylo v letech 2007–2012 objednáno takzvanými baby-boomers. Tedy generací lidí narozených během demografického oživení po 2. světové válce v rozmezí let 1946–1964. Pokud budeme baby-boomers zvažovat jako sociální skupinu, pak o ní můžeme říct, že její členové jsou nejbohatší, nejaktivnější a také se těší nejlepšímu zdraví v dosavadní historii lidstva.

Zatímco senioři kupují auta čím dál tím víc, klientů z mladších věkových skupin naopak ubývá. Je třeba zdůraznit, že výrobci

vozů udělali ve snaze zatraktivnit své výrobky pro starší lidi velký pokrok. Ať už jde o bezpečnostní hledisko, konkrétně třeba vylepšení systémů airbagů či ABS, zvýšení komfortu v podobě vyhřívaných sedadel, nastavitelného řízení či elektronicky posuvných dveří, nebo různé asistenční systémy pro řidiče, jako je GPS, omezovač rychlosti, noční vidění, nebo třeba i designové inovace. Sem patří například panoramatická střecha, širší paleta barev či různé ergonomické prvky.

Podíl starších lidí na tržbách rychle roste

Zajímavá statistika vznikla ve Francii. Ukazuje, kolika procenty se tamní senioři podílejí na celkových sektorových tržbách. Například v oblasti zdraví je to už téměř 65 procent, za posledních deset let tu došlo k nárůstu o 10 procent. Ve výživě je to 60 procent, ve vybavení domácnosti jen o něco méně a více než 50procentní podíl senioři překračují v sektoru volného času, alkoholu a tabáku, dopravy atd. Dokonce i v sektorech, jako je komunikace či oblékání, se jejich podíl na tržbách blíží 50 procentům. Jistě tedy nepřekvapí odhad analytiků, že význam lidí v postproduktivním věku pro obraty a zisky firem neustále poroste. ●

Mladí mohou, staří musí

Čím mladší je investor, tím více se mu otevírá možností investovat. Proto i v investování platí pořekadlo „Mladí mohou, staří musí“. Zatímco mladí investoři si mohou dovolit svá finanční portfolia poskládat z nejrůznějších aktiv, investoři vyššího věku už jsou ve výběru limitováni – tedy pokud dodržují pravidla rozumného investování. Samozřejmě i oni mohou své finance umístit do rozličných investičních variant, ale s ohledem na jejich věk některé modely pro ně už nemusejí být vhodné. Nechtějí-li podstupovat neúměrně vysoké riziko, musejí ctít doporučení investičních profesionálů a některým aktivům se raději vyhnout.

➤ Mladí investoři na počátku své pracovní kariéry mají proti kolegům vyššího (důchodového) věku jednu obrovskou výhodu a tou je investiční horizont. Zatímco mladí investoři si mohou dovolit do svých portfolií umísťovat aktiva na velmi, velmi dlouhou dobu, starší investoři by měli být při výběru uvážlivější. Mladší investoři si tak obecně mohou dovolit více dynamické varianty, kde je větší zastoupení akciové složky. Díky investičnímu horizontu, který může být i několik desetiletí, pak podstupují úměrné riziko.

S narůstajícím věkem investorů a tím pádem zkracováním investičního horizontu by se postupně měla měnit i samotná skladba portfolia. Měl by stoupat podíl kratších finančních aktiv, případně hotovosti.

Na druhou stranu věk investora zdaleka není jediný faktor, který rozhoduje o složení portfolia. Vždy hrají zásadní roli i individuální





potřeby investorů. U mladé generace je zásadním aspektem například to, zda lidé už mají vyřešenou otázku bydlení či nikoliv. Podle toho pak uzpůsobují své investice. Pokud se chystají do několika málo roků pořizovat nemovitost k bydlení, jejich portfolio asi nebude příliš obsahovat dlouhodobá aktiva.

A v podobném duchu také penzisté, kteří mají dostatek hotových peněz pro vlastní potřebu, ale chtějí dlouhodobě investovat například pro svá vnoučata, zase nebudou mít problém s výběrem dynamických investičních modelů obsahujících výraznější akciovou složku.

Racionální investování je plné kompromisů

Přes četná doporučení se lidé ale dopouštějí při investování řady chyb. Velkým pochybením je například, když lidé vsadí hodně peněz na jedno aktivum. Buď se investor zbytečně okrádá o reálně dosažitelné vyšší výnosy, nebo naopak hazarduje a podstupuje neúměrně vysoké riziko kvůli dosažení nadprůměrného zisku. Správný přístup je přitom investice do několika, nejlépe celé řady aktiv současně, přičemž se aktiva odlišují rizikovostí, likviditou a potenciálním výnosem. Tím vzniká investiční portfolio.

Při investování by lidé neměli podstupovat extrémně vysoké riziko. Na druhou stranu je ale také chybou vyhledávat zbytečně nízké riziko, které s sebou přináší malé výnosy, které po odečtení inflace mohou znamenat reálnou ztrátu. Optimální cestou je určitý kompromis. Je třeba, aby si investor namíchal své portfolio z celé řady nejrozličnějších aktiv.

Obecně by portfolio mělo být vhodně rizikově i časově strukturováno, tedy od bezpečných aktiv až po ta rizikovější. Stejně tak je třeba portfolio rozumně rozložit podle délky investičních horizontů jednotlivých aktiv. Mělo by obsahovat jak krátkodobé, tak dlouhodobé investice.

Otazníkem však zůstávají podíly jednotlivých složek, ty vždy podléhají

individuálním potřebám investora. U rizikovějších složek, které jsou potenciálně výnosnější, je doporučován výběr negativně korelovaných aktiv – znehodnocení jednoho aktiva je v takovém případě tlumeno zhodnocením aktiva druhého a opačně. Celkový dosažitelný výsledek je při započítání rizika pro klienta příznivější.

Aby investiční portfolio přinášelo rozumné výnosy, neměly by v něm chybět akcie či akciové fondy. Tato aktiva přitom mnohé investory odrazují kvůli své vyšší volatilitě (rozkolísanosti). Na druhou stranu ale při vhodném a pečlivém výběru přinášejí nejvyšší potenciální výnos, a jsou tudíž generátorem zisku portfolio.

Základním předpokladem u fondů obsahujících významnější akciovou složku je dodržení doporučeného investičního horizontu. Lidé by tyto fondy měli mít v držení (ve svém portfoliu) alespoň po dobu pěti let. V takovém případě je poměrně efektivně eliminována krátkodobá rozkolísanost hodnoty těchto fondů a celkové investiční riziko klesá na přijatelnou mez. Klientům by pak tyto fondy měly v daném časovém horizontu přinést nějaký výnos.

Smutná investiční realita Česka

Přestože všude kolem nás je k mání celá řada rad a doporučení, jak efektivně investovat, lidé tuto činnost zcela podceňují – se svými penězi nijak nepracují. Pokud by alespoň využívali služeb investičních profesionálů, tak by to nebyl problém. To se ale týká jen velmi úzké skupiny obyvatel. Nejhorším případem je přístup, kdy se lidé pouštějí do investování „na vlastní pěst“, aniž by něco věděli o možných rizicích.

Bohužel velká část Čechů nemá žádné znalosti o možnostech investování. A pokud mají alespoň nějaké zkušenosti, tak často jen negativní z minulosti. Výsledkem pak je zcela nevhodná skladba finančních aktiv u tuzemských domácností. V drtivé většině finančního majetku Čechů převládá hotovost a bankovní vklady. Tato forma aktiv ale nepřináší žádný výnos, nebo jen velmi nízký v nominálním vyjádření. V reálném vyjádření při zohlednění inflace lidé dokonce ztrácejí (jejich finanční majetek ztrácí na reálné hodnotě).

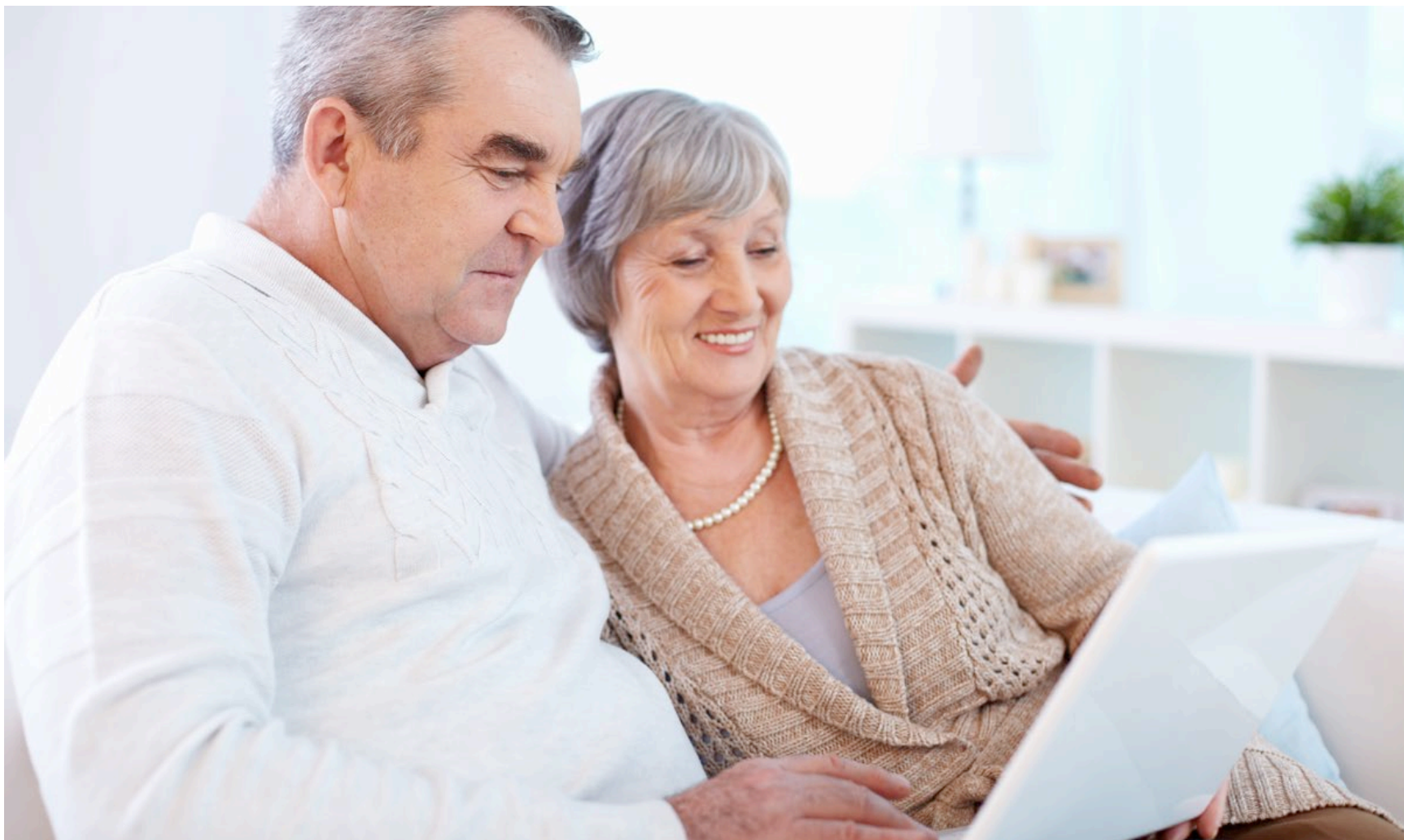
Bankovní vklady a hotovost přitom tvoří zhruba dvě třetiny finančního majetku českých domácností. Okolo pětiny připadá na penzijní fondy a ka-

pitálové životní pojistky. A zbytek – zhruba deset procent finančního majetku domácností – je tvořen podílovými, zajištěnými fondy a přímými investicemi.

V tomto nelichotivém výsledku nejsou Češi sami, podobné je to i u Slováků. O mnoho lépe na tom nejsou ani domácnosti v Maďarsku či Polsku. Naproti tomu zcela odlišný přístup domácností lze nalézt v zemích západní Evropy. Hotovost a bankovní vklady zde tvoří asi jen třetinu finančního majetku lidí. Ve Spojených státech je to dokonce ještě méně – okolo pětiny. Na fondy a přímé investice pak v západní Evropě připadá okolo 40 procent finančních aktiv domácností. Zbytek tvoří penzijní fondy a životní pojištění. ●

Na stárnutí populace se dá dobře vydělávat

Demografie hovoří neúprosně – průměrný věk obyvatel ve vyspělém světě se zvyšuje. Lidé žijí déle a mají čím dál méně dětí. Výsledkem je pak stárnutí populace – v Evropě, v Americe a v mnoha vyspělých asijských zemích. Je to fenomén, na který už začalo reagovat mnoho společností po celém světě. Ukazuje se přitom, že firmy nabízející zboží a služby penzistům dosahují čím dál tím vyšších zisků a pro investory jsou méně rizikové.



> A těchto výhod mohou využívat i drobní investoři, když do svého investičního portfolia zahrnou některý z fondů, které se na uvedené společnosti orientují. Příkladem může být fond CPR Global Silver Age z „dílny“ společnosti CPR Asset Management, která je součástí globální finanční skupiny Amundi.

Fond existuje od konce roku 2014 a je určen pro dynamičtější investory, kterým nevadí vyšší investiční riziko s ním spojené. Doporučovaný je investiční horizont v délce minimálně pěti let. Portfolio fondu tvoří společnosti z rozličných oblastí, mají však jedno společné – jejich produkty a služby jsou často hojně poptávány lidmi vyššího věku (penzisty). To znamená společnosti pohybující se v oblasti wellness, zdravotní péče nebo výroby kosme-



FOND CPR GLOBAL SILVER AGE EXISTUJE OD KONCE ROKU 2014 A JE URČEN PRO DYNAMIČTĚJŠÍ INVESTORY.

tiky, farmaceutické společnosti či firmy nabízející nejrozličnější zabezpečovací systémy a také automobilky či firmy působící v cestovním ruchu.

Mezi společnostmi, které mají v portfoliu fondu největší zastoupení, tak logicky figurují například společnosti Johnson & Johnson, GlaxoSmithKline PLC či Teleflex Inc. Všechno jsou to společnosti, které se mimo jiné pohybují v oblasti zdravotní kosmetiky, léčiv či nejrozličnějších zdravotních potřeb.

V teritoriální rovině se jedná o globální fond, kde dominují americké společnosti. Tvoří více než polovinu portfolia fondu. Okolo 15 procent pak zaujímají firmy ze zemí eurozóny a zhruba desetina aktiv jsou společnosti z Velké Británie. Přibližně stejnou měrou (okolo deseti procent) jsou v aktivech zastoupeny také japonské firmy.

O strategii fondu velmi vypovídá také sektorové rozložení aktiv. Jednoznačně v portfoliu dominují akcie firem z oblasti péče o zdraví – tvoří přibližně dvě pětiny koše. Ve velké míře jsou zde zastoupené také společnosti produkující spotřební zboží, ale i nabízející finanční služby.

Strategie zaměřená na stárnutí populace

Cílem fondu Global Silver Age je profitovat z postupného stárnutí populace. To znamená se primárně orientovat na společnosti, které reprezentují byznys zaměřující se na lidi vyššího věku. Firmy, které prodávají zboží a služby penzistům, často dosahují velmi solidního růstu zisku.

Je to z toho důvodu, že fenomén stárnutí populace s sebou přináší i další faktory.



Důchod – tedy život na penzi – dnes už neznamena konec aktivního života. Právě naopak, dnešní penzisté jsou o mnoho činorodější, než byli penzisté dříve, a hlavně mají podstatně více peněz. Tudíž také více utrácejí, než bylo typické u důchodců dříve.

To jen dokládají rozličné studie z rozvinutých zemí západní Evropy, kde lidé ve věku 55 až 74 let výrazně navýšili v posledních letech své výdaje, a to

zejména za zboží z oblasti zdraví a volnočasových aktivit. Pro mnoho lidí se start důchodu – tedy začátek života na penzi – stává okamžikem, kdy se začínají věnovat zcela novým aktivitám, na které neměli dříve čas kvůli pracovním povinnostem.

Dnešní důchodci jsou tak čím dál významnější skupinou obyvatel, na kterou bude cílit čím dál více firem. Dnešní penzisté už nemají problém s novými technologiemi, jsou počítačově gramotní a nebojí se žádných novinek. A co více, těchto lidí bude do budoucna jen přibývat. „A to je i základní důvod, proč jsme se rozhodli vytvořit fond, který bude profitovat na této strategii – strategii stárnutí populace. Nehrozí zde žádné propady, zpomalování ani cyklické anomálie. Nikdo nemůže tvrdit, že začneme mládnout,“ uvedl Vafa Ahmadi, portfolio manager fondu CPR Global Silver Age.

CPR Asset Management vytypovala na 200 akciových titulů společností, kterým se stárnutí populace může pozitivně projevit v jejich tržbách. Dohromady 70 až 100 z nich je i součástí portfolií fondů Silver Age. Ty jsou celkem tři – Global Silver Age, European Silver

Age a Asian Silver Age. Jejich strategie je stejná, odlišují se jen teritoriálním zaměřením. Všechny investují do firem, které mají co nabídnout stále početnější skupině obyvatel vyššího věku – penzistům.

Dvě skupiny důchodců

Portfolio manažeři CPR Asset Management rozdělují obyvatele důchodového věku na dvě základní skupiny. První skupinou jsou čerství penzisté – ve věku od 55 do 79 let. Ti dělají vše pro to, aby si udrželi zdraví, hodně utrácejí za zboží a služby ze sektoru volného času a také hodně cestují – po celém světě. A hlavně hodně utrácejí i za kosmetické přípravky, které mají udržet jejich mladistvý vzhled, co nejdéle to bude

CPR GLOBAL SILVER AGE I HODNOTA V EURECH





LIDÉ VE VĚKU OD 55 DO 79 LET HODNĚ UTRÁCEJÍ ZA ZBOŽÍ A SLUŽBY ZE SEKTORU VOLNÉHO ČASU.

možné. Tato skupina obyvatel stále využívá služeb privátních bankéřů, správců majetku i životních pojišťoven. Významným aspektem je i skutečnost, že stále mohou řídit motorové vozidlo, průměrný věk majitelů aut tak neustále narůstá, a to prakticky po celém světě.

Druhou skupinu penzistů pak tvoří starší lidé – ve věku nad 80 let. Ti jsou zase čím dál tím víc závislí na jiných lidech či přístrojích. Tato skupina obyvatel tak nejvíce utrácí za nejrůznější pečovatelské služby, ale například i za monitorovací elektronická zařízení, která dohlíží na jejich bezpečnost. A opět je řada firem, které mohou velmi solidně na této skupině obyvatel profitovat. „Stárnutí populace znamená zajímavé obchodní příležitosti pro firmy z rozličných segmentů a na jejich úspěchu pak mohou vydělávat i drobní investoři,“ uzavřel Ahmadi. ●

Senioři se stávají hybnou silou ekonomiky

Na celém světě valem přibývá lidí v seniorském věku. Globální hospodářství se v důsledku toho začíná významně měnit.



> Lidská populace stárne. Příčinou je tzv. demografická revoluce, konkrétně snižování porodnosti na straně jedné a prodlužování délky života na straně druhé. Podle studie CPR Asset Management např. podíl celosvětové populace ve věku 80 let a více vzroste v letech 2015–2055 o 252 procent. V tzv. rozvinutých zemích se tento trend projevuje už od 70. let minulého století. Nejstarší obyvatelstvo žije v Evropě a její populace také nejrychleji stárne. Lidí, kterým je 60 a více let, tu v roce 2014 bylo přibližně 23 procent. V roce 2030 by jich mělo být necelých 30 procent a o 20 let později už téměř 35 procent. Rychlost stárnutí evropského obyvatelstva by podle odhadů měla být vůbec nejrychlejší.

V ČR JE CCA
2,5 MILIONU LIDÍ
VE VĚKU 55–74 LET.
COŽ ROZHODNĚ
NENÍ ZANEDBATEL-
NÁ SKUPINA.

Druhá nejstarší je populace Severní Ameriky a Oceánie, ve studii uváděná jako celek. Počet jejích pětasedesátiletých stoupne ze současných 20 procent na cca 27 procent v roce 2050.

Stříbrná ekonomika na vzestupu

Mimořádně důležité je zjištění, že nejde o vývoj cyklický, ale trvalý a především globální. V žádném případě se netýká jen západního světa, jak by si někdo mohl myslet. Naopak, tzv. rozvojové země pravděpodobně budou následovat trend západních států v průběhu 21. století mnohem intenzivnějším způsobem. Projekce například ukazují, že zatímco v roce 2014 podíl lidí starších 65 let v žádném africkém státě nepřesáhl 9 procent celkové

populace, v roce 2055 už to má být výrazně jinak. Podíl obyvatel této věkové skupiny významně překročí 10 procent v téměř polovině zemí černého světa, a v některých zemích se dokonce bude blížit 30 procentům.

Stárnutí populace pochopitelně zásadně ovlivňuje celou řadu oblastí ve společnosti, mimo jiné ekonomiku. V této souvislosti se používá pojem silver economy, v Česku se někdy překládá jako stříbrná ekonomika, který lze definovat jako ekonomické příležitosti plynoucí z veřejných i spotřebitelských výdajů souvisejících se stárnutím populace a se specifickými potřebami lidí starších 50 let. Je totiž více než jasné, že stárnoucí populace bude zvyšovat své nároky na všechno, co je spojeno s jejím každodenním životem. Logicky také poroste objem peněz, kterými bude tato skupina disponovat. Je rovněž jasné, že senioři budou v důsledku rostoucího počtu stále více ovlivňovat chod společnosti. Senioři se stávají specifickou skupinou klientů, což s sebou nese vznik nových tržních segmentů, dochází k vývoji nových produktů a služeb.

Mají čas i peníze

Nedávno představil Jan Tuček, ředitel agentury STEM/MARK, výsledky zajímavého průzkumu souvisejícího s tímto tématem. Výzkumníci se zaměřili na generaci 55+, protože, jak řekl Jan Tuček, prakticky všechny průzkumy se běžně provádějí na skupině 15–54, což se začíná stále jasněji jevit jako krátkozraké. Výsledky výzkumu STEM/MARK tomu dávají za pravdu. Agentura mimo jiné zjistila, že v ČR je cca 2,5 milionu lidí ve věku 55–74 let. Což rozhodně není zanedbatelná skupina, naopak se v tomto světle rčení „mládí je budoucnost národa“ zdá poněkud problematické. Zvlášť při vědomí, že seniorů bude stále přibývat. Tato skupina 55–74 je podle Tučka dichotomická: Jedna část jsou senioři závislí na pobírání dů-



chodu, kteří mají hluboko do kapsy a problémy vyjít s penězi. Ve druhé podskupině, zejména ve věku 55–65, jsou lidé, kteří dosud pracují a mají hodně peněz na utrácení.

Klíčem pro rozdělení respondentů do těchto dvou skupin byla otázka: „Jste schopni okamžitě a bez rozmyšlení utratit 20 000, a nebude vás to bolet?“ Druhá otázka zněla: „Máte pocit, že jste dostatečně zajištěni do konce života?“ Kdo na obě otázky odpověděl ano, byl zařazen do oné „bonitní skupiny“. Výzkumníci zjistili, že těchto lidí je v ČR přibližně milion.

Mezi segmenty, které jsou pro tyto seniory zajímavé, patří především trávení volného času, tedy luxusní dovolená, lázně či wellness pobyty. Dále je to kultura, tzn. koncerty a knihy, a i za cesty na koncerty jsou tito lidé schopni utratit poměrně dost peněz. Jak se ukazuje, oproti některým odhadům jsou senioři zajímaví i pro výrobce moderních komunikačních technologií. Například 90 procent z druhé, „bonitní“ skupiny má počítač a je na internetu. Padesát procent z nich má smartphone a dá se s nimi velmi dobře komunikovat. Ve hře je i segment luxusního zboží, například výrobci aut v hodnotě 1 či 1,5 milionu korun. Jak vysvětlil Jan Tuček, tito lidé už mají za sebou povinnost v podobě výchovy dětí, mají dostatek finančních prostředků a času a chtějí si konečně něco dopřát.

Třetí největší ekonomika na světě?

Výše uvedené potvrzují i celosvětové trendy. Například ve Spojených státech je silver economy už dnes jedním z hlavních motorů

ekonomiky, její podíl dosahuje 46 procent HDP země. A nejen to, tento sektor amerického hospodářství je sám o sobě z hlediska výkonu už třetí největší ekonomikou na světě a očekává se, že bude nadále růst.

Zmiňovaná studie CPR Asset Management se zabývala také spotřebitelským pohledem. Statistiky ukazují, že z hlediska růstu tempa spotřebních výdajů jsou američtí senioři nejsilnější skupinou. Od roku 2005 do roku 2009 vzrostly výdaje lidí

starších 75 let téměř o 18 procent. Na druhém místě jsou lidé starší 65 let se 14 procenty, následuje skupina 55+ s necelými šesti procenty a tempo se dále snižuje.

Z toho vyplývá, že na demografický vývoj už zareagovaly i světové korporace. Ty do svých byznys modelů stále častěji zařazují produkty a služby reagující na populační změny, které se stávají motorem jejich dalšího rozvoje. Příkladem může být švédská Svenska Cellulosa AB, která zaměstnává 36 000 lidí ve 100 zemích světa. Statistiky také ukazují, že prodeje i zisky společností, které mají ve svém portfoliu produkty a služby související se stárnutím, už dosahují z historického pohledu vyšších hodnot než průměrný růst firem z ostatních oblastí. A také tento trend má v příštích letech sílit. ●

VE SPOJENÝCH
STÁTECH JE SILVER
ECONOMY UŽ
DNES JEDNÍM
Z HLAVNÍCH
MOTORŮ
EKONOMIKY.



Seniorů na cestách přibývá

Michael Bloomberg, desátý nejbohatší muž v USA, úspěšný byznysmen, politik a filantrop, se ve svých 73 letech do důchodu rozhodně nechystá.



> Před šesti lety se majitelé cestovní kanceláře Quality Tours rozhodli zúčastnit tendru na dodavatele dotovaných zájezdů pro lidi ve věku 55 let a starší v projektu španělské vlády Europe Senior Tourism. Projekt je součástí programu Calypso, který iniciovala Evropská komise a jehož cílem je podporovat znevýhodněné turisty. To znamená například důchodce, zdravotně postižené, lidi ze sociálně znevýhodněných rodin atd.

Podle slov ředitelky oddělení pro vycestování Quality Tours Petry Buchalové byli tehdy v ČR první, kdo projektu věřil a projevil o něj zájem. Agentura uspěla a dnes tvoří tato část populace 90 procent jejích klientů. „Zaměřujeme se na tuhle skupinu obyvatelstva už šestým rokem a počet

TURISTŮ Z ŘAD SENIORŮ NEUSTÁLE PŘIBÝVÁ.

našich zákazníků neustále roste," říká Petra Buchalová. Za posledních šest let podle ní stoupl o zhruba 30–40 procent a do budoucna se očekává další nárůst.

A to navzdory faktu, že dotace naopak neustále klesají. V roce 2010 a 2011 dosahovaly až 150 eur na týdenní pobyt jedné osoby u moře. Podle slov paní Buchalové však od té doby výrazně klesly a změnil se i celkový koncept jejich poskytování. Dnes už jsou dotovány spíše jen regiony, marketingové aktivity, farmářské výlety apod. Princip spočívá

v tom, že cestovka nakupuje za dotovanou cenu od dodavatelů a hotelů, a její klienti tak mají možnost rovnou pořídit zájezd za méně peněz.

Produkty přizpůsobené klientům

Jaký je podíl lidí ve věku 55+ na tržbách v sektoru cestovního ruchu, je podle Jana Papeže z Asociace cestovních kanceláří ČR obtížné říci. „Velká většina cestovních kanceláří nedělá mezi svými klienty rozdíl a statistiky podle obratu ve spojení s věkem cestujících nevede. Podle našich odhadů je u poznávacích zájezdů podíl 55+ skoro 50 procent a u pobytových zájezdů cca 35 procent," říká Jan Papež.

Produkty pro populaci 55+ se od těch „běžných“ liší především strukturou. „Jedná se o pobytovo-poznávací zájezdy. Klient je tedy většinou ubytován na jednom místě s tím, že na každý den je naplánován výlet. Díky tomu si může rozmyslet, jestli možnost vyrazit na výlet využije, nebo zůstane v hotelu," vysvětluje Petra Buchalová. „Je to praktické, protože u této věkové skupiny mohou nastat nepředvídatelné zdravotní komplikace," dodává.

Seniorů na cestách přibývá

Podle statistik Evropské unie se seniorský cestovní ruch stává pro cestovní kanceláře a ubytovací zařízení stále zajímavějším. Turistů z řad seniorů, a to osob starších 65 let, totiž neustále přibývá. Z pohledu celosvětového cestovního ruchu tvoří právě senioři 22–24 procent všech příjezdů. Například v Německu se osoby ve věku 65 let a více podílejí na veškerém výjezdovém cestovním ruchu z 25 procent. V ČR je tento podíl odhadován na 12–14 procent s nepatrným ročním přírůstkem. Zatímco podíl německých seniorů na výjezdech je vyšší než jejich podíl na celkové populaci, u nás je to naopak.

Senioři ze západní Evropy s vyššími příjmy vyjíždějí častěji. Například český senior dosahuje v průměru jen třetiny ročního příjmu svého německého vrstevníka, což se



zákonitě projevuje na jeho výdajích za cestování. V posledních letech se stále více začíná prosazovat pojem „sociální cestovní ruch“, který má za cíl různými formami podpořit poptávku po cestování i v mimosezonním období prostřednictvím podpory mladých lidí, ekonomicky slabších rodin a právě seniorů.

Více dovolených a nejvíc přenocování

Proč jsou senioři jako klienti pro cestovní kanceláře zajímaví? Na základě demografického vývoje lze očekávat, že podíl lidí starších 60 let na celkové populaci v dlouhodobém měřítku poroste. V důsledku vlivu různých faktorů, jako je například stále se zlepšující zdravotní péče, zřejmě podíl turistů-seniorů poroste rychleji než podíl očekávaný na základě demografického trendu. Zároveň je více než pravděpodobné, že lidé, kteří v současné době patří k mladší skupině obyvatel a aktivně cestují, pravděpodobně budou chtít cestovat i v pozdějším věku. Počty turistů-seniorů tím pádem porostou.

Evropští senioři se v současné době podílejí na celkovém počtu delších dovolených, což znamená čtyři a více přenocování, přibližně 15 procenty. A to většinou v rámci domovské země. Jak uvádí agentura CzechTourism, zatímco mladší věkové skupiny realizují největší objem dovolených, ti starší uskuteční o něco více dovolených v přepočtu na jednoho turistu ročně. V průměru uskuteční evropský senior ročně 2,1 dovolené, mladší turista 2 dovolené.

Dalším důležitým aspektem je fakt, že starší lidé během svých dovolených realizují ze všech věkových skupin největší počet přenocování. V roce 2006 byl v EU průměrný roční počet přenocování na jednoho turistu 20,5, cestující v nejstarší věkové kategorii jich však uskutečnili v průměru 24,3. Vůbec nejdelší dobu na svých dovolených podle CzechTourism strávili senioři

V PRŮMĚRU USKUTEČNÍ EVROPSKÝ SENIOR ROČNĚ 2,1 DOVOLENÉ, MLADŠÍ TURISTA 2 DOVOLENÉ.

z Řecka, a to 42,4 přespaní. Nejkratší doba, tedy 14,9, připadá na české seniory. Z toho vyplývá i další prvenství nejstarších turistů, a to v průměrném počtu přenocování na jednu dovolenou. Zatímco průměr EU je 10,1 přenocování, ve skupině seniorů je to 11,7 přenocování.

A v neposlední řadě je třeba říci, že senioři nezůstávají pozadu ani v následování nových trendů. Před několika lety například začala stoupat obliba plavení se na obřích parnicích napříč Středomořím uprostřed zimy. Řada účastníků těchto zájezdů tvrdí, že jde o nejlevnější a nejjednodušší způsob, jak poznat svět. V noci totiž loď pluje, takže se cestující každé ráno probudí na jiném místě, v jiné zemi, aniž by se museli stěhovat z města do města a kupovat si drahé letenky. A starší turisté jsou skupinou, která tento způsob dovolené mimo sezonu, tedy v době nižších cen, využívá nejvíc. ●

Úspěch rodiny Marriotů: Dobře se narodit a oženit a mít správné návyky

Oba hlavní strůjci úspěchu mezinárodní hotelové jedničky, řetězce Marriot, John Marriot senior a junior, potvrzují čím dál tím jasnější trend současnosti: Byli a jsou pracovně aktivní do vysokého věku.

➤ Historie rodiny Marriotů je klasickým příběhem úspěchu. Na začátku je velká chudoba. Ovšem jak to v typickém příběhu amerického self-made-mana bývá, díky tvrdé dřině, nadšení a chytrým rozhodnutím přichází téměř pohádkový úspěch. Marriot International je dnes největší hotelovou sítí na světě. V roce 1995 získal 49% podíl v proslulé Ritz-Carlton Hotel Company. Světovou jedničkou se firma stala poté, když v loňském roce koupila za 12,2 miliardy dolarů konkurenční Starwood Hotels. Díky tomu obří řetězec koncem loňského roku disponoval celkovým počtem 1,1 milionu lůžek ve více než 5 500 vlastněných nebo pronajatých hotelech. Světová dvojka Hilton měla ke stejnému datu „pouze“ přibližně 4 400 hotelů a 720 000 lůžek.





Tvrdá dřina a přebírání odpovědnosti

Jednou byl John Willard Marriot, zakladatel celosvětového hotelového řetězce Marriot, tázan na příčiny svého úspěchu. Poukázal na tři faktory: Dobře se narodil, vytvořil si správné návyky a správně se oženil.

Co tím měl konkrétně na mysli, to před časem ve své stati Building a family legacy vysvětlil jeden z jeho dvou synů, Richard.

John Willard měl podle něj v první řadě to štěstí, že se narodil v jedné z nemnoha zemí, ve které, když tvrdě pracujete a děláte rozumná rozhodnutí, můžete být úspěšní. Správné návyky získal díky svým prarodičům a rodičům a jejich způsobu života. Osud se s nimi nemazlil a častokrát

je postavil do nesmírně obtížných situací, ve kterých dokázali obstát.

Jeho babička, která pocházela z Velké Británie, se společně se svým bratrem v polovině 19. století rozhodla vsadit vše na jednu kartu. Prodala veškerý majetek, aby měla peníze na cestu do Spojených států. Zde se provdala za Američana Johna Marriota a společně s ním pak ve státě Utah dokázala vybudovat úspěšnou zemědělskou farmu. Na té John Willard vyrůstal a velmi brzo musel přivyknout tvrdé dřině, přebírání odpovědnosti a spoléhání se na vlastní rozhodnutí a iniciativu.

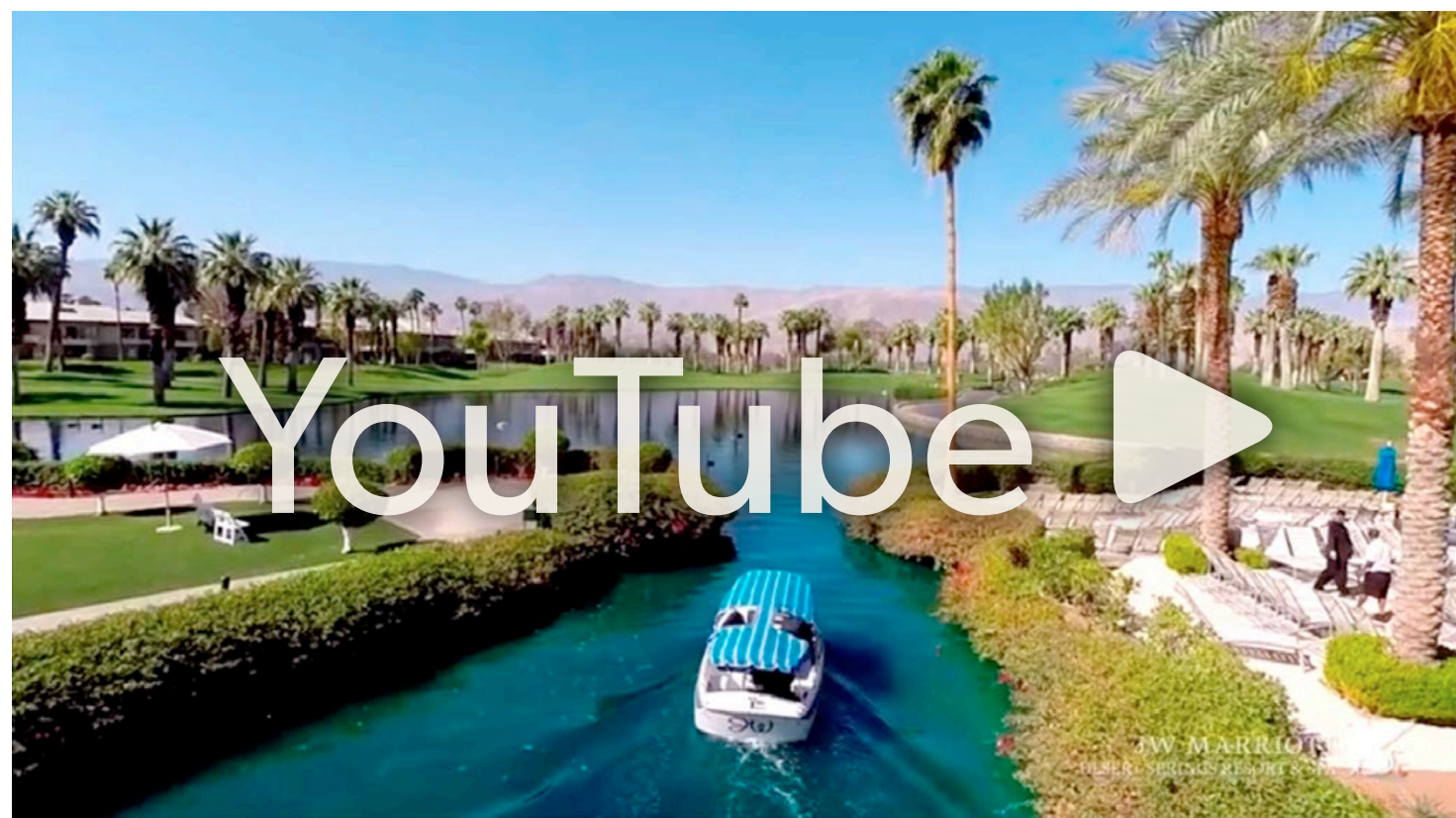
Na farmě pracoval až téměř do dvaceti let, teprve poté začal studovat střední školu. Při studiu ovšem nezhálel, pracoval jako obchodník a dopisovatel do novin, působil jako manažer knižního obchodu, učitel angličtiny atd.

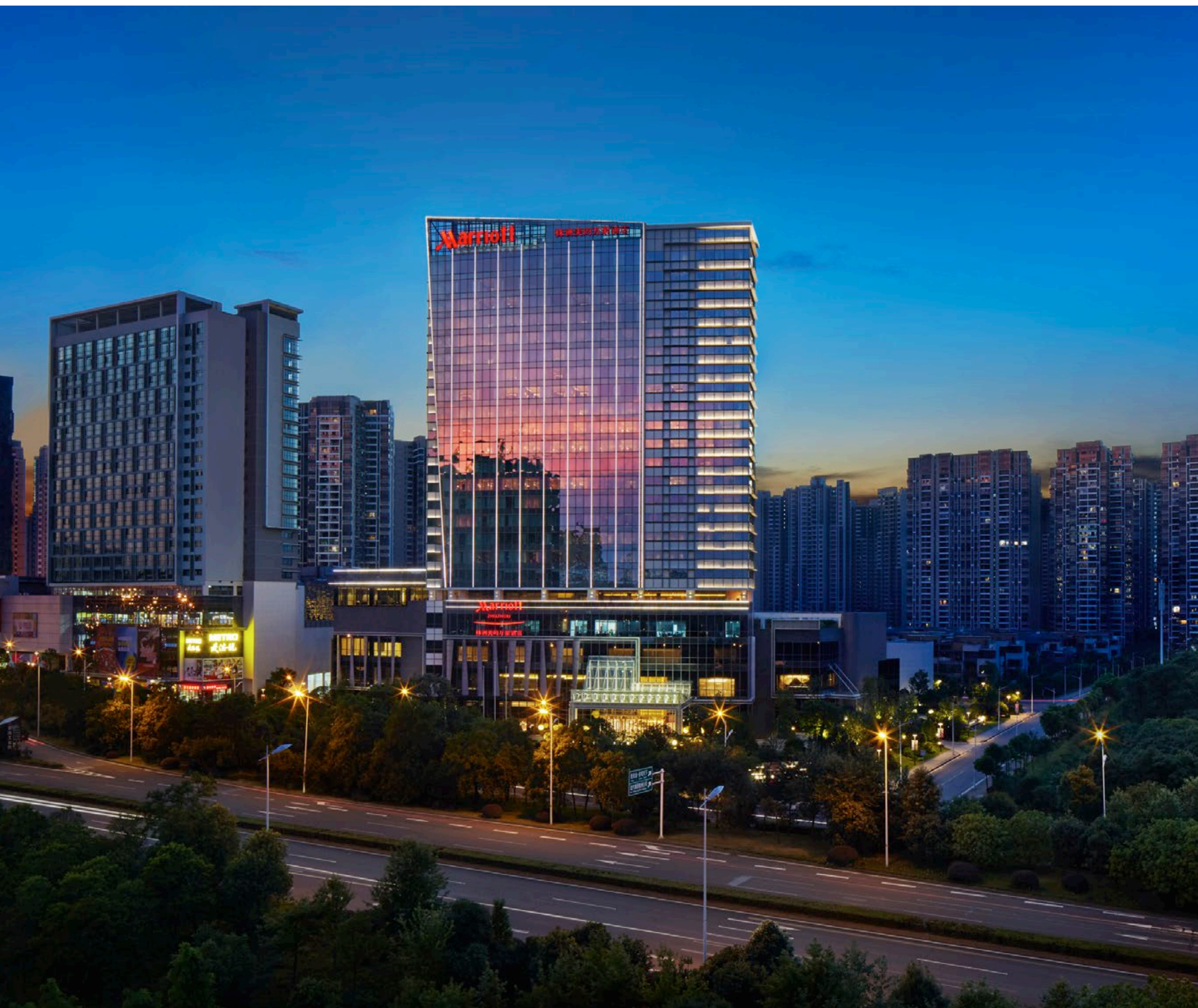


Na svatbu pozdě a bez peněz

V roce 1927 John Willard a jeho žena Alice založili ve Washingtonu první podnik – malý stánek s limonádou. Ten se do pěti let rozvinul v řetězec rodinných restaurací a v roce 1957 Marriotovi otevřeli svůj první hotel, přesněji motel. Firma se postupně přejmenovala na Marriot Corporation, v roce 1993 pak na Marriot International. Když v roce 1985 John Willard zemřel, součástí hotelové sítě, kterou vybudoval, bylo 1 400 restaurací a 143 hotelů a letovisek po celém světě s ročním výnosem 4,5 miliardy dolarů a 155 000 zaměstnanci.

A co John myslel tím, když řekl, že jedním z faktorů jeho úspěchu bylo dobře se oženit? Především to, že ho Alice v jeho podnikání vždy bezvýhradně podporovala a stála mu po boku. Vždyť asi jen málokterá dychtivá





nastávající by rozdýchala, kdyby její drahý nestihl včas přijet na svatbu, protože se snažil získat svou provizi v jedné továrně na výrobu vlny. John měl tehdy dvě a půl hodiny zpoždění a navíc přijel bez peněz. Ovšem když se Alice zeptal, zda si ho stále chce vzít, bez váhání odpověděla ano!

Co si o tom myslíš?

John a Alice spolu měli dva syny, Johna Willarda mladšího, zvaného Bill, a Richarda. Oba dva se přirozeně v rodinném podniku angažovali, ovšem významnější roli sehrál Bill. V roce 1956 se do rodinného byznysu zapojil na „plný úvazek“. Postupně byl zvolen výkonným viceprezidentem a členem představenstva, v roce 1964 se stal prezidentem a o osm let

později generálním ředitelem (CEO).

Bill měl zajímavý manažerský styl, k němuž ho inspiroval Dwight D. Eisenhower. V roce 1954 byl prezident na návštěvě v domě jeho otce. V jeden moment se měl rozhodnout, zda půjde do lesa, kde bylo toho dne dost chladno, střílet křepelky, anebo zůstat doma u teplého krbu. K překvapení všech se obrátil na 22letého Billa a zeptal se ho: „Co myslíš, že bychom měli udělat?“ Bill to později komentoval slovy: „Postup-

ně jsem se snažil si tento styl řízení osvojit a často jsem se ptal na názory svých lidí. Takže nejdůležitější čtyři slova v angličtině jsou What do you think? (Co si myslíš?).“

Jeho bratr Richard dnes šéfuje společnosti Host Hotels & Resorts, která vznikla v roce 1993 jako Host Marriot rozštěpením Marriot Corporation na dvě části (první je Marriot International). Host Hotels & Resorts poskytuje luxusní ubytování.

Důchod? Neznám

Příběh Johna Willarda seniora i obou jeho synů perfektně zapadá do tématu, kterému se věnuje prakticky celé toto vydání IKS magazínu. Zakladatel celosvětového řetězce Marriot byl aktivní až do vysokého věku. Podle svých životopisců zřídka odpočíval. Ani v roce 1972, tedy ve svých 72 letech, kdy předal vedení společnosti staršímu synovi, neodešel do důchodu. Jako skutečně prakticky zaměřený manažer si užíval návštěv v neustále přibývajících lokalitách hotelů Marriot, právě tak jako času stráveného se zaměstnanci, jejichž počet rovněž rychle rostl. Ti byli v Marriotových očích klíčem k úspěchu: „Starej se o své zaměstnance, a oni se budou starat o tvé klienty,“ říkával John Willard sr.

Prakticky totéž platí pro Johna juniora, který se funkce generálního ředitele vzdal v roce 2012, tedy ve svých 80 letech. „Bill“ je ovšem v rodinném byznysu aktivní dodnes, stále působí jako výkonný ředitel a předseda představenstva Marriot International. ●

Vail Resorts: Investice s perspektivou

Příkladem firmy, která vsadila na ekonomicky stále silnější segment seniorů, je světový lídr v nabídce luxusních rekreačních areálů Vail Resorts. Jeho dosavadní výsledky i výhled do budoucna ukazují, že skýtá velmi zajímavý investiční potenciál.



> Dluhopisový investor tak dnes možná s nostalgii vzpomíná na dobu, kdy stačilo koupit státní dluhopisy ekonomicky zdravých zemí (včetně ČR) a inkasovat kuponový výnos. Dnes jsou investoři nuceni k vyšší aktivitě a už dávno nestačí strategické úvahy nad českou výnosovou křivkou.

Konzervativním investorům se dnes všeobecně doporučuje, aby jejich portfolio mělo několik zdrojů výkonnosti, přičemž převahu v portfoliu by měla mít stále fixně úročená aktiva, tedy dluhopisy. Spektrum dluhopisů nabízející rozumný výnos se v posledních letech výrazně zúžilo. Čtyřicet pět procent vládních dluhopisů dnes nese výnos mezi 0 a 1 procentem. Není tedy divu,

že investoři stále častěji pokukují po podnikových dluhopisech.

Firemní dluhopisy mají pro investory tu výhodu, že nabízejí vyšší výnos ve formě kuponů, avšak s vyšším rizikem neplnění. Vysoké výnosy na firemních dluhopisech naznačují, že firma nepatří k těm nejkvalitnějším a je zde větší pravděpodobnost, že investor kupony a splátku jistiny nakonec nedostane. Naproti tomu dluhopisy s nízkým výnosem mají sice nižší hodnotu kuponů, avšak současně nabízejí daleko nižší riziko

neplnění a tím vyšší šanci, že proběhnou všechny výplaty, pokud investor podrží dluhopisy až do jejich splatnosti.

Při rozhodování, do kterých korporátních dluhopisů investovat, je třeba posoudit hodnocení úvěruschopnosti dané firmy a zvážit riziko neplnění. Při ratingu BB a horším je rizikovost již relativně vysoká. A tomu by měl odpovídat výnos dluhopisu. Měl by být nadstandardní. Naopak při vyšším ratingu, kdy je nižší riziko, je nižší i nabízený výnos.

Pokud se bude chtít investor dostat na slušnější zhodnocení, než je cílovaná inflace dvě procenta, musí se vydat na pole takzvaných high yield dluhopisů, tedy těch v subinvestičním ratingovém pásmu (BB+ a níže).

Při pohledu na současnou situaci v USA, které tvoří většinu trhu high yield dluhopisů, se zdá, že je k tomu vhodná doba. Míra krachů amerických

SPOLEČNOST JE
OBCHODOVÁNA
NA NEWYORSKÉ
BURZE (NYSE)
A Z VÝŠE
UVEDENÉHO JE
ZŘEJMÉ, ŽE JE
ZAJÍMAVÝM
INVESTIČNÍM
TITULEM.





Inovační lídr

Bez zajímavosti nepochybně není fakt, že Vail Resorts je označována za jednoho z předních inovátorů lyžařského průmyslu. Například její levná permanentka Epic Pass zvyšuje loajalitu lyžařů tím, že jim poskytuje neomezený přístup ke všem Vail sjezdovkám. To mimo jiné dává společnosti jedinečnou možnost zjistit, jaké jsou lyžařské zvyky jejich zákazníků. Tyto informace pomohly personalizovat marketing a vylepšit praktické zážitky hostů při jejich návštěvách rezortů firmy. Potvrzením inovačního potenciálu a přístupu Vail Resorts bylo v loňském roce zařazení mezi 50 nejinnovativnějších firem světa za vytvoření věrnostního programu.

podniků klesá a nyní se pohybuje na úrovni dvou procent. Neúměrně k tomu roste riziková přírážka, která se teď u dluhopisů s ratingem BB pohybuje kolem pěti procent. S ohledem na pozitivní makrodata a firemní výsledky amerických korporací lze předpokládat, že míra krachů bude stabilní.

Nejjednodušší cestou, jak investovat do podnikových dluhopisů, jsou investiční fondy. Investor stěží může sám stačit na to, aby identifikoval všechna úzká místa takové investice. Vyhodnotit správně kreditní riziko dané investice je klíčové. V nabídce Investiční kapitálové společnosti KB najdeme pět fondů, které investují do podnikových dluhopisů (viz níže). Fondy Amundi Funds Bond Euro High Yield, Amundi Funds Global Aggregate a IKS Dluhopisový PLUS jsou součástí modelových portfolií nabízených v rámci služby Investiční manažer. ●



ABOVE & BEYOND

Land Rover Discovery Sport SE

Měsíční splátka již od 11 654 Kč



Land Rover Discovery Sport SE 2,0 l TD4 180k automat – 5místná verze:

emise CO₂: již od 139 g/km

spotřeba paliva (kombinovaná): již od 5,3 l/100 km, spotřeba paliva (mimo město): již od 4,7 l/100 km, spotřeba paliva (město): již od 6,3 l/100 km,

Uvedená cena je bez DPH.

ALBION CARS
autorizovaný dealer

