



Инициативы для УК «СФН»

**Увеличение доли
инвесторов до 35 лет в
ЗПИФ-н с 3% до 10%
за три года**



Контекст, цели и ожидаемые результаты



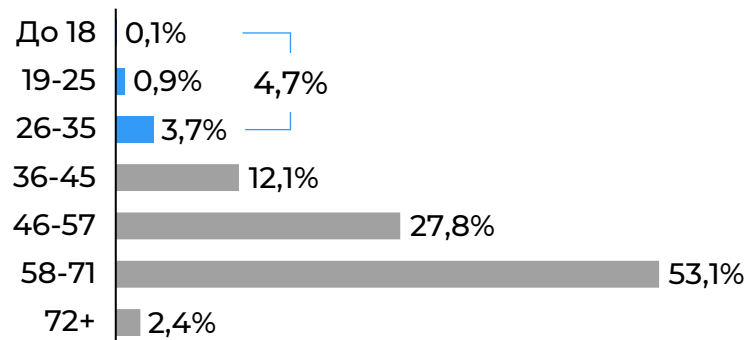
Контекст

УК «Современные Фонды Недвижимости» – крупнейший игрок на рынке розничных ЗПИФ недвижимости и на 2026 год:

- 644 млрд руб. активов под управлением
- 3,5 млн м² недвижимости
- Более 170 тыс. пайщиков
- Доля пайщиков до 35 лет – 4,7%



Возрастная структура клиентов УК «СФН»



Цель

Сформировать инициативы по привлечению молодежи в фонды УК «СФН» по следующим критериям:

- Увеличение доли пайщиков до 35 лет с 4,7%* до 10% от 2026 года (+10 тыс. уникальных пайщиков)
- Срок 3 года
- Бюджет 70-100 млн рублей



Источники

- ЦБ РФ, Московская Биржа
- Сайты конкурентов и компаний из смежных отраслей
- Отраслевые маркетинговые исследования
- Качественные интервью инвесторов младше 35 лет
- Данные от организаторов



Ожидаемые результаты



Сформированный портрет целевой аудитории



Инициативы увеличения доли пайщиков до 35 лет



Экономическое обоснование инициатив 2026-2028 гг.

ЗПИФ из сложного инвестиционного инструмента превращается в привлекательный продукт накопления семейного капитала для 28-35 лет

Портрет ЦА

Ядро ЦА – 28–35 лет с регулярным доходом, первыми накоплениями и запросом на понятный инструмент долгосрочного накопления и дохода



16,6
млн чел.

Самый крупный сегмент внутри молодежной аудитории

~95 000
руб./мес.

Наиболее высокий средний доход среди групп 18–35 лет

ТОП-1

Сегмент с наибольшей готовностью к регулярным инвестициям в понятный реальный актив (среди 18-35 лет)

Инициативы



Будущее для детей



Пай
молодоженам за
оформление
брака



Защита от
развлекательных
трат

Эффект

66
млн рублей

Бюджет
проекта

+4,4
млн рублей

NPV
проекта

+10,1
тыс. человек

Уникальные
пайщики

+1,5
млрд руб.

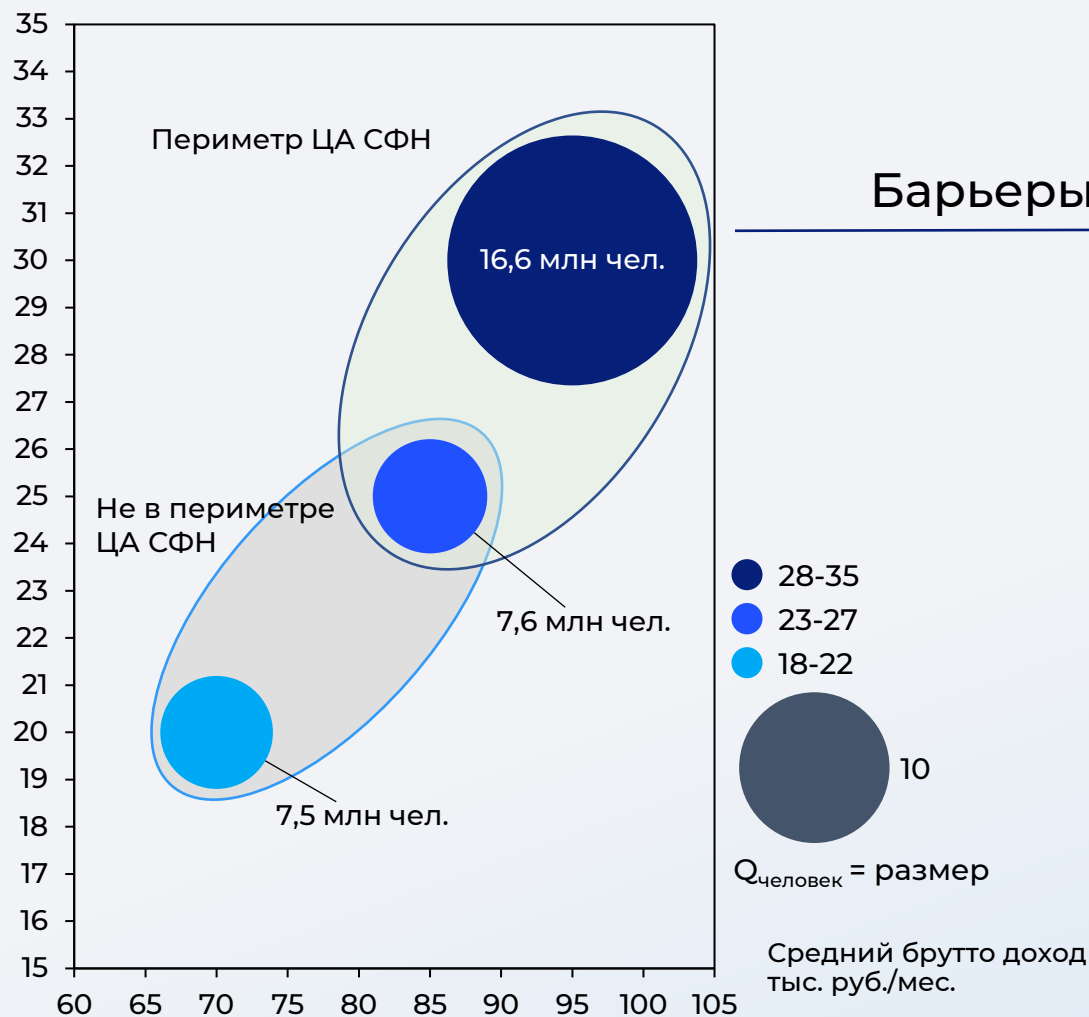
Прирост
AUM

Качественный эффект

Создание положительного образа со стороны общественности и гос. регулятора

28–35 лет – ядро целевой аудитории СФН: это крупная и наиболее платежеспособная группа, обладающая стартовым капиталом

Возраст



Психологические

- Недоверие к сложным инвестиционным конструкциям и к любым УК в частности
- Опасение «заморозить» деньги в длинном инструменте
- Страх потерять накопления, ориентируясь на негативный опыт России в 90-ых годах



Финансовые

- Высокая конкуренция за свободный доход: аренда/ипотека, семья, крупные бытовые расходы
- Желание высокой доходности и большой ликвидности
- Появление финансовых обязательств перед семьей (оплата обучения детей – репетиторы, школа, университет)



Информационные

- Слабое понимание, как именно работает фонд недвижимости
- Неочевидная разница между покупкой пая, вкладом, облигациями и покупкой квартиры



Поведенческие

- Низкая готовность тратить время на разбор сложного инструмента
- Чувствительность к длинному клиентскому пути и избыточному числу действий до покупки;

Выводы по результатам интервью

Три инициативы привлекут 10 тыс. уникальных пайщиков младше 35 лет на горизонте 3 лет с бюджетом 66 млн рублей

Инициатива

Описание

Совокупный эффект

Будущее для детей



Позиционирование ЗПИФ как защищенного от инфляции актива для долгосрочных накоплений аналог трастового фонда, откуда нельзя «вытащить» деньги. Концепция – накопления для будущего вашего ребенка

Пай молодоженам за оформление брака (МСК и СПб)



Интеграция предложения в сервис «Регистрация брака» на портале Госуслуг. В день регистрации брака молодоженам (в возрасте 28–35 лет в Москве и СПб) начисляется приветственный пакет паев фонда «Современный 8» на целевой совместный счет

Защита от развлекательных трат



Интеграция оплаты через Сбер, при которой 5-10% от общей суммы, потраченной в выбранных пользователем категориях, пойдет на покупку паев. «Совмещение приятного с полезным»

Эффект, тыс. новых пайщиков



10

30 млн руб.

4

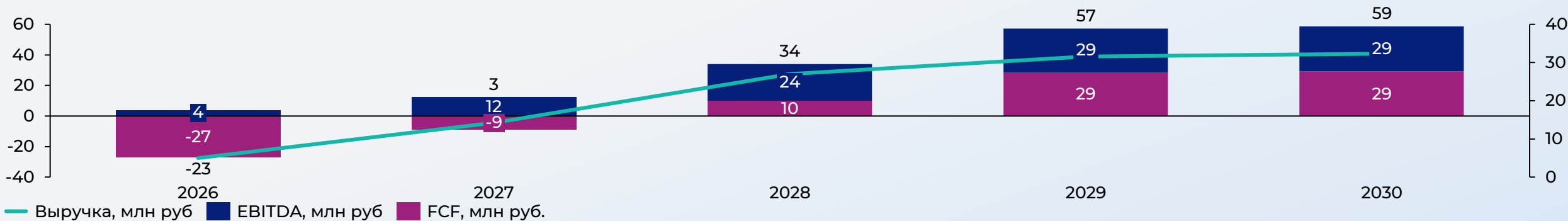
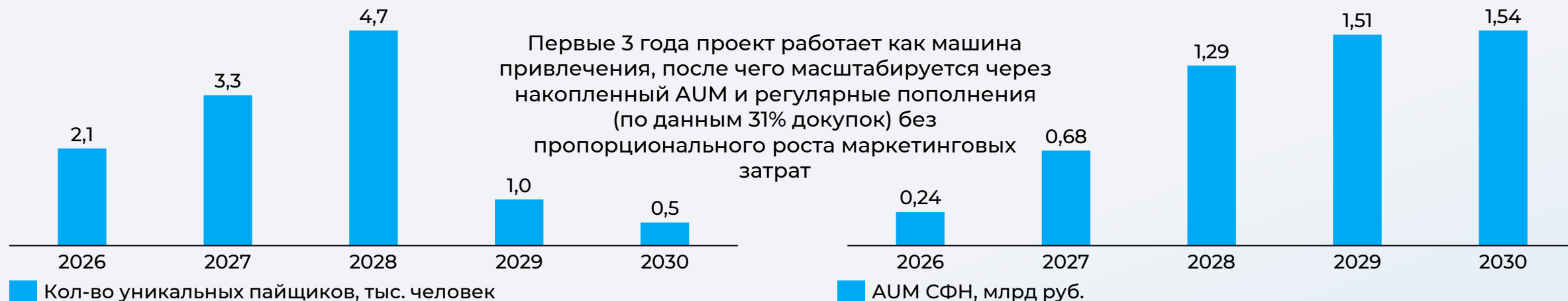
24 млн руб.

4

12 млн руб.

2

К 2028 году пакет инициатив привлечет 10,1 тыс. новых пайщиков, а AUM проекта превысит 1,5 млрд руб. к 2030 году при прямом бюджете 66 млн руб., оставляя резервный бюджет* на масштабирование



NPV = 4,4 млн руб

DPP = 57 месяцев

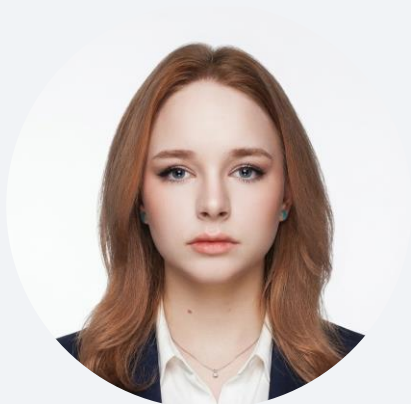
IRR = 24%

ROI = 49%

Команда

Ш

Софья
Ушакова

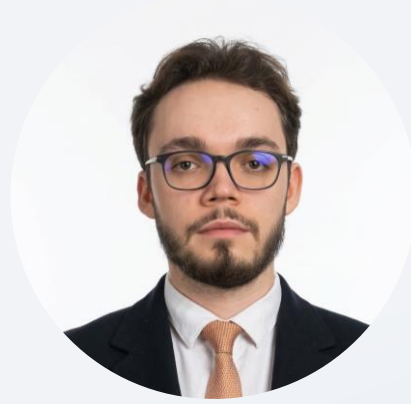


НИУ ВШЭ
ICEF

Международная
экономика и
финансы

И

Андрей
Калимбетов



МГИМО

Международный
политический и
бизнес-консалтинг

Ф

Богдан
Краснов



Финансовый
университет
и НИУ ВШЭ

Управление
проектами
и организациями

Р

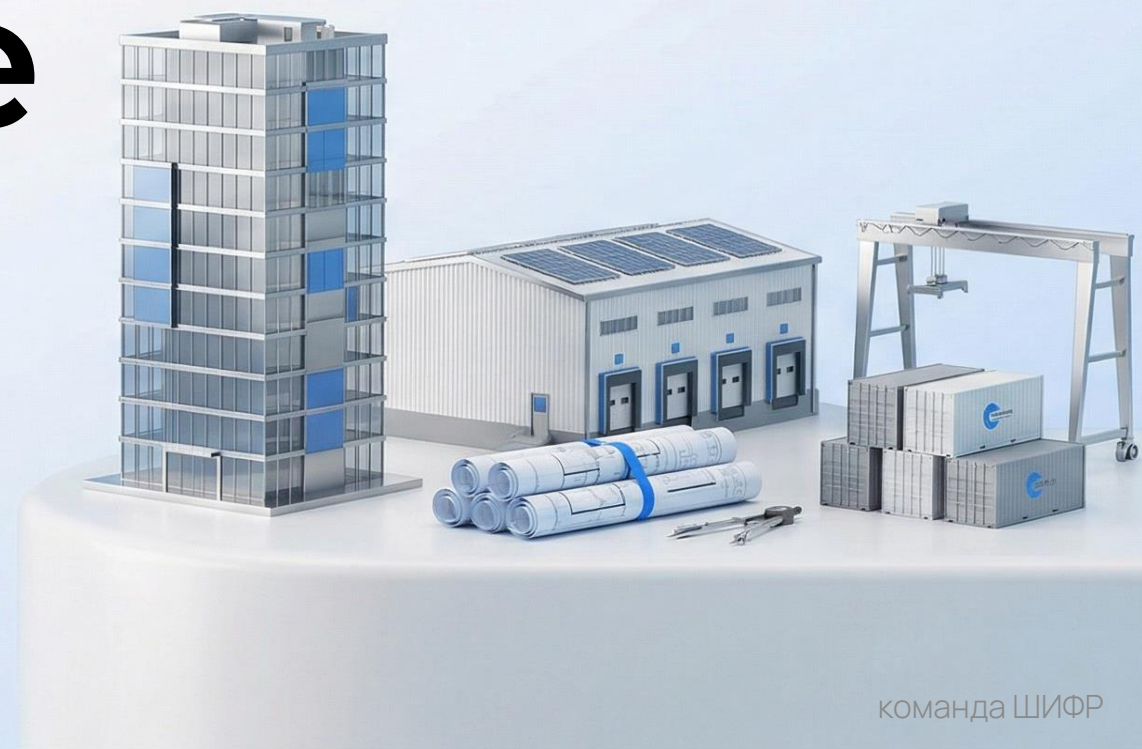
Ксения
Дубойская



РГУ Нефти и газа
им. Губкина

Разработка
нефтяных и газовых
месторождений

Приложение



Целевая аудитория – молодежь 28-35 лет, у которых уже есть сбережения, регулярный доход и запрос на понятный инструмент накопления и дохода

	Сегмент	Потребность	Барьер	Вывод	
А	18-22. Пробующие Высокая цифровая активность, любопытство к инвестициям, но низкий капитал и слабая дисциплина длинного горизонта	Попробовать без боли	Мало денег, низкая терпимость к сложным продуктам	Сегмент важен для знакомства с брендом, но слаб как ядро цели 10%.	-
В	23-27. Начинающие Появляется стабильный доход, первые серьезные сбережения, желание «войти в инвестиции правильно»	Простой и понятный первый/второй инвестиционный инструмент	Неясно, почему выбрать ЗПИФ, а не вклад, облигации или ETF	Сегмент для низкого чека и простого продуктового входа	-
С	28-35. Рациональные строители капитала и родители Самый перспективный сегмент. Чаше есть семья (дети) и накопительные цели, большая способность инвестировать регулярно	Предсказуемый доход, защита от инфляции, реальный актив	Сомнение в ликвидности; эффективность альтернативных инструментов	Приоритетный сегмент для набора доли молодежи в пайщиках	+

Конкурентное поле остается преимущественно «взрослым»: рынок слабо адаптирован под поведенческие паттерны молодежи

Наименование УК	 Дом.РФ Управление активами	 ВИМ Сбережения	 Альфа-Капитал	 PARUS Asset Management
Целевая модель инвестора	Состоятельный инвестор	Состоятельный инвестор	Состоятельный инвестор	Состоятельный и квалифицированный инвестор
Порог входа	Средний	Высокий	Средний	Высокий
Сложность входа	Средняя	Высокая	Средняя	Высокая
Стиль коммуникации	Формальный, экспертный	Экспертный, разъясняющий	Экспертный, основанный на сравнении разных стратегий инвестирования	Формальный, экспертный
Вывод для СФН	Пример доверия	Пример прозрачности	Пример популярного у молодежи бренда	Пример упрощенности продукта (1 объект = 1 фонд)