

Dane o łącznej sprzedaży 2014						Struktura sprzedaży					Kanały sprzedaży			Wiek (Lata)			
	Sprzedaż łączna	w tym zamiana	w tym zamiana %	w tym IKE	w tym IKE %	KOS	DOS	TOZ	COI	EDO	Punkty Sprzedaży Obligacji	Internet	Telefon	Do 25	25-35	35-50	Pow 50
I	256,2	99,4	38,8%	20,0	7,8%		67,0%	6,4%	12,9%	13,7%	86,5%	13,4%	0,1%	0,9%	2,0%	17,2%	80,0%
II	474,7	56,6	11,9%	15,7	3,3%	59,4%	21,5%	7,4%	6,0%	5,6%	88,8%	11,0%	0,2%	1,6%	2,4%	17,7%	78,2%
III	151,4	62,5	41,3%	6,7	4,5%		63,4%	7,0%	19,0%	10,6%	86,5%	13,5%	0,1%	0,5%	1,7%	18,5%	79,3%
IV	121,1	38,4	31,7%	4,4	3,6%		62,8%	6,9%	16,7%	13,6%	85,5%	14,3%	0,2%	5,3%	2,2%	18,9%	73,7%
V	154,6	33,7	21,8%	3,7	2,4%		46,0%	19,1%	20,5%	14,4%	72,1%	27,8%	0,1%	0,5%	12,6%	14,0%	72,9%
VI	116,3	37,5	32,3%	3,6	3,1%		65,7%	6,7%	17,2%	10,4%	80,6%	19,1%	0,2%	1,4%	2,3%	19,8%	76,5%
VII	169,3	60,5	35,7%	3,1	1,8%		76,1%	6,0%	10,6%	7,4%	84,5%	15,4%	0,1%	0,9%	2,2%	16,7%	80,2%
VIII	175,9	64,9	36,9%	3,2	1,8%		52,3%	18,3%	20,2%	9,2%	87,2%	12,8%	0,0%	2,0%	2,6%	17,5%	77,8%
IX	167,9	105,6	62,9%	2,8	1,7%		73,0%	6,1%	15,3%	5,6%	85,8%	14,1%	0,1%	3,4%	2,0%	14,4%	80,1%
X	133,8	52,1	39,0%	5,8	4,3%		73,0%	4,3%	9,3%	13,3%	82,1%	17,8%	0,1%	0,9%	3,1%	17,3%	78,7%
XI	113,9	52,8	46,4%	7,9	6,9%		43,4%	23,5%	18,3%	14,8%	87,5%	12,3%	0,2%	1,3%	4,4%	13,3%	81,0%
XII	685,7	386,9	56,4%	26,8	3,9%	71,0%	17,2%	1,8%	4,0%	5,9%	90,0%	9,8%	0,2%	2,7%	3,3%	14,2%	79,8%
Razem	2 720,9	1 051,0	38,6%	103,8	3,8%	28,3%	44,2%	7,6%	11,1%	8,9%	86,4%	13,5%	0,2%	1,9%	3,2%	16,3%	78,6%
Dane o łącznej sprzedaży 2015																	
I	97,2	27,4	28,2%	25,8	26,5%		45,8%	5,9%	12,4%	35,9%	82,4%	17,5%	0,1%	1,0%	2,8%	15,7%	80,6%
II																	
III																	
IV																	
V																	
VI																	
VII																	
VIII																	
IX																	
X																	
XI																	
XII																	
Razem	97,2	27,4	28,2%	25,8	26,5%												

DANE ARCHIWALNE						Struktura sprzedaży					Kanały sprzedaży			Wiek (Lata)			
	Sprzedaż łączna	w tym zamiana	w tym zamiana %	w tym IKE	w tym IKE %	KOS	DOS	TZ/TOZ	COI	EDO	Punkty Sprzedaży Obligacji	Internet	Telefon	Do 25	25-35	35-50	Pow 50
2007	2 868,1	1 130,9	39,4%	18,9	0,7%		71,1%	10,9%	5,0%	13,0%	93,8%	5,9%	0,3%	1,9%	4,5%	23,7%	69,9%
2008	6 175,2	1 559,7	25,3%	14,7	0,2%		61,4%	12,0%	12,8%	13,8%	88,9%	10,8%	0,3%	1,8%	4,9%	26,0%	67,3%
2009	3 834,0	985,2	25,7%	57,5	1,5%		56,9%	4,8%	12,9%	25,4%	87,1%	12,6%	0,4%	2,5%	4,5%	23,3%	69,7%
2010	2 377,8	1 124,5	47,3%	59,4	2,5%		55,7%	5,6%	12,0%	26,7%	86,6%	12,8%	0,6%	1,2%	3,6%	21,7%	73,5%
2011	2 222,3	995,3	44,8%	66,9	3,0%		48,1%	13,0%	18,3%	20,6%	84,6%	15,0%	0,4%	1,8%	3,5%	22,0%	72,7%
2012	2 450,8	966,5	39,4%	87,8	3,6%		31,2%	6,3%	29,7%	32,8%	81,1%	18,6%	0,3%	2,2%	3,9%	20,7%	73,2%
2013	2 921,9	757,2	25,9%	84,3	2,9%	29,9%	36,7%	6,2%	16,8%	10,3%	85,0%	14,9%	0,1%	3,1%	3,1%	17,2%	76,6%