

Czat inwestorski z Małgorzatą Kloką - CFA i Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich i Strategii Finansowej Benefit Systems SA

Dyskusja odbyła się dnia: 17.11.2021, godziny 09:00

W środę 17 listopada o godz. 9:00 zapraszamy chat inwestorski z Małgorzatą Kloką - CFA i Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich i Strategii Finansowej Benefit Systems SA. Porozmawiamy o wynikach za trzy kwartały 2021 r. oraz planach spółki na kolejne okresy.

Grupa Kapitałowa Benefit Systems specjalizuje się w dostarczaniu pracodawcom skutecznych rozwiązań z obszaru pozapłacowych świadczeń pracowniczych. Flagowym produktem Spółki jest Program MultiSport, który umożliwia prowadzenie aktywnego, a tym samym zdrowego, trybu życia, dzięki dostępowi do ponad 4 000 obiektów sportowo-rekreacyjnych w około 650 miastach Polski. Grupa Benefit Systems posiada w ofercie także inne karty sportowe, np. kartę FitProfit.

Rozwój flagowego produktu jest konsekwentnie wspierany przez inwestycje w rynek fitness, zapewniając w ten sposób odpowiednią infrastrukturę dla posiadaczy kart MultiSport. Dzięki inwestycjom w kluby fitness Grupa Benefit Systems gwarantuje użytkownikom kart sportowych możliwość korzystania z nowoczesnych, dobrze wyposażonych klubów, które oferują szeroką gamę profesjonalnych usług.

Grupa Benefit Systems oferuje także platformy kafeteryjne MyBenefit oraz MultiKafeteria, które pozwalają pracownikom na wybór dowolnego świadczenia pozapłacowego w ramach listy zaakceptowanej przez pracodawcę, a z perspektywy Grupy są przede wszystkim kanałem dystrybucji dla głównego produktu – kart sportowych.

Strategia Grupy Kapitałowej zakłada m.in. rozwój organiczny działalności Grupy w Polsce i za granicą, wspieranie kart sportowych poprzez rozwój infrastruktury fitness, wzrost liczby kart sportowych w Polsce oraz dynamiczny wzrost liczby kart sportowych na rynkach zagranicznych, a także zrównoważony wzrost użytkowników segmentu kafeteryjnego i budowanie przewagi konkurencyjnej poprzez uatrakcyjnianie produktów Grupy. Szczegóły tutaj: <https://www.benefitsystems.pl/dla-inwestora/lad-korporacyjny/strategia/>

Zapis dyskusji

- **moderator:** Witam na czacie inwestorskim z Małgorzatą Kloką - CFA i dyrektor ds. relacji inwestorskich i strategii finansowej Benefit Systems SA. Tematem spotkania będą wyniki za trzy kwartały 2021 r. oraz plany spółki na kolejne okresy.
- **moderator:** Przypominam zasady organizacyjne czata: pytania są przesyłane najpierw do moderatora. Publikowane są pytania wybrane przez Gościa czata wraz z odpowiedziami. U dołu ekranu kolejgowane są u każdego użytkownika jego pytania. Moderator może odrzucić pytanie niezgodne z regulaminem.
- **moderator:** Informacja dla dziennikarzy relacjonujących przebieg czata: wykorzystanie cytatów z dzisiejszej rozmowy w Państwa materiałach redakcyjnych

wymaga podania źródła. W razie pytań czy wątpliwości prosimy o kontakt:
biuro@stockwatch.pl

- **moderator:** Już można zadawać pytania, na które nasz Gość zacznie odpowiadać o 9:00. W razie problemów z wyświetlaniem odpowiedzi prosimy o odświeżenie strony. Uczestników zachęcamy też do udostępniania czatu i komentowania jego przebiegu w mediach społecznościowych z hasztagiem #czatStockWatch
- **Małgorzata Kloka:** Dzień dobry, witam Państwa na czacie inwestorskim z Benefit Systems. Zapraszam do zadawania pytań.
- **JarekB:** Z danych widać, że nie odradza się baza klientów kart Multisport. Jak spółka postrzega to zjawisko? Jako trwalszą tendencję, np. zmiany nawyków ludzi lub odwrót pracodawców od tego benefitu? I jak spółka chce temu przeciwdziałać?

Małgorzata Kloka: Od momentu zniesienia ograniczeń w funkcjonowaniu siłowni na przełomie maja i czerwca systematycznie, z miesiąca na miesiąc, odbudowujemy bazę kart w Polsce i na rynkach zagranicznych. W czerwcu aktywnych kart na rodzimym rynku było 544 tys., w listopadzie ta liczba znacznie przekroczyła 800 tys. Na powrót do poziomu sprzed pandemii potrzebujemy czasu oraz stabilnej sytuacji epidemicznej. Wspieramy się również kampaniami marketingowymi – w ostatnich miesiącach przeprowadziliśmy m.in. kampanię Gotuj się do sportu czy #CiałoDajeRadę. Nie obserwujemy ani odrotu pracodawców od kart sportowych ani niekorzystnej zmiany nawyków – wręcz przeciwnie, mocny rynek pracy wspiera popyt na benefity, a Polacy chętnie wrócili do aktywności po okresie długiego lockdownu.

- **Zainteresowany:** W połowie roku szacowaliście, że do końca roku powinniście mieć około 800 tys aktywnych kart w kraju, osiągnęliście ten próg już prawie z początkiem października niemal 770 tys. w Polsce. Jakie są obecnie szacunki na koniec roku zarówno dla Polski jak i zagranicy?

Małgorzata Kloka: W listopadzie liczba aktywnych kart w Polsce wynosi 814 tys., a na rynkach zagranicznych 293 tys. Grudzień to miesiąc, w którym zwykle liczba kart w Polsce istotnie się już nie zwiększała – jest to związane z sezonowością naszej działalności i okresem świątecznym. Z kolei na rynkach zagranicznych wzrastająca liczba zakażeń jest czynnikiem wpływającym na powrót użytkowników programu MultiSport.

- **Gość:** Czy nie boicie się, że widmo ponownego lockdownu zmaterializuje się i w Polsce? Jak się do niego przygotowujecie?

Małgorzata Kloka: Mamy świadomość ryzyka związanego z kolejną falą pandemii, choć – analizując wypowiedzi polityków - wydaje się, że skłonność rządzących do wprowadzenia kolejnego lockdownu jest mniejsza niż w przypadku poprzednich fal covidu. Pod względem operacyjnym jesteśmy przygotowani na różne scenariusze w zależności od panujących obostrzeń. Pod kątem finansowym: bardzo mocno zredukowaliśmy zadłużenie, poczyniliśmy dużo oszczędności kosztowych. Nieustannie rozwijamy również naszą ofertę online.

- **Janek76:** Dookoła obserwujemy rosnące ceny wszystkiego, czy należy się spodziewać podwyżek i u Was, chociażby ze względu na rosnące ceny energii?

Małgorzata Kloka: Ceny energii to istotny składnik kosztów klubów fitness; dodatkowo chyba cały rynek mierzy się z presją płacową - kolejną ważną kategorią kosztową. W związku z tym w klubach własnych wprowadzamy podwyżki cen karnetów.

- **Księgowy:** Czy poziom kosztów SG&A w okresie porównawczym był zaburzony przez niwelowanie tych pozycji z Tarcz?

Małgorzata Kloka: Nie. Zdecydowana większość wpływów z tarcz antykryzysowych - zarówno w Polsce jak i na rynkach zagranicznych - znajdowała się w pozostałych przychodach operacyjnych i nie wpływała na raportowany poziom SG&A.

- **Kaktus:** Jaki jest cel przejęcia aplikacji Focusly?

Małgorzata Kloka: Przejęcie start-upu Focusly ma na celu pozyskanie know-how w dynamicznie rozwijającym się segmencie mental health oraz wzmocnienie programu MultiLife aplikacją mobilną, wspierającą kondycję psychiczną pracowników. Analizy rynkowe wskazują jasno, że wraz z pandemią gwałtownie wzrosło zapotrzebowanie na rozwiązania online z obszaru mental health.

- **Sylwana:** Który z krajów zagranicznych poradził sobie najlepiej a który najslabiej w tej covidowej rzeczywistości. Gdzie widzicie największe zagrożenia w związku z wprowadzaniem nowych obostrzeń przez kolejne kraje?

Małgorzata Kloka: Trudno jednoznacznie odpowiedzieć, bo w różnych okresach pandemii na rynkach zagranicznych panowały różne restrykcje, które de facto determinowały to, jak odradzał się nasz biznes. Jeśli chodzi o odbudowę liczby kart, dobrze radziły sobie przede wszystkim Czechy, ale również Bułgaria. W III kwartale zarówno rynek czeski i bułgarski były na plusie, jeśli chodzi o wynik operacyjny. Z drugiej strony odbudowa kart na Słowacji była wolniejsza niż w innych krajach, co było związane z wyjątkowo restrykcyjnymi obostrzeniami na tym rynku

- **GOŚĆ:** Jakim zainteresowaniem cieszy się program ZZM? Poproszę o więcej szczegółów na jego temat

Małgorzata Kloka: Program ZZM jest nadal na dość wczesnym etapie rozwoju, choć systematycznie zwiększamy jego dostępność. Dziś ZZM to już 16 placówek w Warszawie oraz innych miastach. Widzieliśmy spore zainteresowanie tym produktem po uruchomieniu, w wakacje było ono mniejsze, teraz znów powraca.

- **Akcjonariusz:** W latach 2017-2020 w spółce był program motywacyjny, czy spółka będzie go kontynuowała? Jeśli tak to jakie są założenia w nowym programie? Jeśli nie to czemu rezygnujecie Państwo z niego?

Małgorzata Kloka: Tak, kontynuujemy program motywacyjny - Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie uchwaliło program na lata 2021-2025 w lutym bieżącego roku. Jego szczegóły można znaleźć na: <https://www.benefitsystems.pl/dla-inwestora/lad-korporacyjny/programy-motywacyjne/>

- **Kaktus:** Ile kart MultiSport przewidujecie w przyszłym roku?

Małgorzata Kloka: Tempo przyrostu bazy kart będzie zależało od wielu czynników, najistotniejszym będzie sytuacja epidemiologiczna. Zakładając brak lockdownów oraz względnie stabilną sytuację epidemiczną, oczekujemy, że przyrost liczby kart powróci do tego, który obserwowaliśmy przed pandemią – zarówno w Polsce jak i na rynkach zagranicznych.

- **zainteresowany:** W pandemicznym świecie rozkwit przeżywa „wellbeing” i „work-life balance”, Wy także postanowiliście wejść w ten segment. Jaki on ma obecnie udział w przychodach spółki i jakie są pomysły na rozwój tej gałęzi w ramach grupy?

Małgorzata Kloka: W tym momencie udział w przychodach jest nieistotny, natomiast mamy świadomość, że te tego typu usługi są coraz ważniejsze - również dla pracodawców - dlatego zdecydowaliśmy się zainwestować w ten obszar. Będzie to ważna część naszego nowego produktu MultiLife.

- **Akcjonariusz:** Według prezentacji w Polsce przychody z kart spadły o 5 proc., natomiast przychody z klubów o 15 proc. r/r. W III kw. nie było lockdownów ani istotnych obostrzeń, skąd więc taki spadek przychodów z klubów?

Małgorzata Kloka: Spadek przychodów w klubach jest związany z niższą niż przed rokiem bazą karnetów B2C. W zeszłym roku w III kwartale notowaliśmy przychody z karnetów, które były nabywane jeszcze przed pandemią i zamrażane na czas lockdown. Po długo trwających obostrzeniach związanych z falą Covid na jesieni zeszłego roku oraz w pierwszym półroczu 2021 r. mierzyliśmy się z wyższym wskaźnikiem odejść. Z kolei okres wakacyjny to sezonowo niski okres sprzedaży nowych karnetów, więc nowa sprzedaż nie skompensowała churnu.

- **Kaktus:** Czemu zdecydowaliście się na przejęcie sieci Total Fitness?

Małgorzata Kloka: Przejmujemy rentowne kluby z dobrą strukturą sprzedaży, w atrakcyjnych lokalizacjach z punktu widzenia programu MultiSport, jak i karnetów. Dzięki tej transakcji kontynuujemy budowę infrastruktury fitness zarówno dla użytkowników MultiSport jak i klientów indywidualnych.

- **Akcjonariusz:** Jaką część sprzedaży kart sportowych realizujecie przez platformy kafeterijne?

Małgorzata Kloka: Nie ujawniamy dokładnych danych w tym obszarze. Mogę jednak powiedzieć, że platformy kafeterijne to dla nas ważny kanał dystrybucji oraz narzędzie do budowy relacji z klientami. Dlatego niezmiennie inwestujemy w ten segment oraz pracujemy nad jego ofertą produktową.

- **Księgowy:** W sprawozdaniu informują Państwo o zmianie kluczy alokacji niektórych kosztów, czego beneficjentem jest segment kafeterii. Proszę o dokładniejszy wyjaśnienie jakich zmian dokonaliście

Małgorzata Kloka: Zmiana alokacji jest pomiędzy kategoriami kosztów wewnątrz segmentu (przesunięcia między kosztem własnym sprzedaży oraz kosztami sprzedaży i ogólnego zarządu), a nie między segmentami. Nie ma ona zatem wpływu na wynik operacyjny segmentu Kafeterie (ani innych segmentów).

- **Robercik:** Do końca września otworzyliście 150 klubów w PL, jakie jest ich obłożenie na dzień dzisiejszy i czy wszystkie z nich było sens otwierać?

Małgorzata Kloka: Obłożenie jest poniżej szczytowego poziomu sprzed pandemii, ale jego poziom oceniamy pozytywnie. Uważamy, że decyzja o otwarciu prawie całej sieci w trakcie trzeciego kwartału była uzasadniona. Należy pamiętać, że choć baza kart MultiSport pozostaje niższa vs. pre-Covid, to w ostatnich miesiącach aktywność MultiSportowców była relatywnie wyższa - co przekłada się na większą liczę wizyt zarówno w klubach własnych jak i w placówkach partnerskich. Dodatkowo chcemy zapewnić naszym klientom i użytkownikom komfort i bezpieczną środowisko do ćwiczeń.

- **SteveeIP:** Jak zmienia się w czasie udział dosprzedaży kafeterii do kart multisport? Czy świadczenia te są nabywane w większości przez tych samych klientów rozumianych jako pracowników, czy raczej to dwie osobne gałęzie?

Małgorzata Kloka: Kafeteria to produkt popularny wśród pracodawców z większą liczbą pracowników; często takie firmy oferują swoim pracownikom karty właśnie poprzez te platformy.

- **Janek76:** dziękuję za odpowiedź, czy może Pani doprecyzować jakiej wielkości podwyżki to są i czy zakładacie, że one zrekompensują galopujące koszty w najbliższym roku-dwóch? czy to raczej pierwsze z planowanych kilku podwyżek cen kart?

Małgorzata Kloka: W przypadku karnetów w naszych klubach skala podwyżki zależy od rodzaju karnetu, typu kluby, jego lokalizacji itp. Są to podwyżki rzędu kilku-kilkunastu procent. Na ten moment nie jesteśmy w stanie powiedzieć, czy to zrekompensuje presję na koszty w perspektywie roku/dwóch lat, bo de facto nie wiemy jak duża ta presja będzie. Będziemy obserwować rynek i podejmować kolejne decyzje w tym zakresie w przyszłym roku.

- **Karol22:** JAK wygląda sytuacja na rynku pracy i świadczeń pozapłacowych?

Małgorzata Kloka: Na podstawie własnych obserwacji jak i raportów rynkowych widzimy dobrą sytuację na rynku pracy – mamy niską stopę bezrobocia: 5,5 proc. w październiku oraz rosnącą liczbą ogłoszeń o pracę (w październiku +6 proc. w porównaniu do 2019). To przekłada się na wzrost oferowanych pozapłacowych benefitów przez pracodawców. Obserwujemy również pewne zmiany oczekiwań klientów i użytkowników, nowe potrzeby, które adresujemy poprzez rozbudowę oferty online, nowe funkcjonalności (mindfulness, relaksacja, grywalizacja) i produkty, takie jak MultiLife.

- **GPWFan:** Nawiązaliście współpracę z urzędem mazowieckim w sprawie świadczenia usług rehabilitacyjnych dla osób po covid. Jak przełoży się ona na wyniki spółki? czy to jakaś długoterminowa współpraca czy raczej jednorazowy projekt? Bardzo proszę o szczegóły tej współpracy?

Małgorzata Kloka: Na ten moment projekt jest we wczesnej fazie i nie oczekujemy istotnego wpływu na wyniki spółki. Za wcześnie, aby komentować na ile ten projekt może na trwale wpisać się w portfolio naszych usług i produktów.

- **GOŚĆ:** Sporo działań w spółce w ostatnim czasie skierowanych było na przeniesienie przynajmniej części działalności do online'u. Jakie są wyniki z tej części działalności? Czy spełniła ona pokładane w niej nadzieje?

Małgorzata Kloka: Usługi online były bardzo istotne w okresach lockdownu - wsparły nas w generowaniu przychodów, kiedy obiekty sportowe były zamknięte. Po zniesieniu obostrzeń - zwłaszcza w tym roku - obserwujemy szybki powrót do klubów oraz obiektów partnerskich, co pokazuje, że Polacy chcą ćwiczyć w 'realu'. Mamy jednak przekonanie, że usługi online - nie tylko z zakresu aktywności fizycznej, ale również dbania i zdrowie i wellbeingu będą coraz popularniejsze, dlatego budujemy produkt MultiLife.

- **Karol22:** Ile kart macie w Turcji i ile chcecie mieć?

Małgorzata Kloka: Na rynku tureckim zarejestrowaliśmy spółkę oraz zatrudniliśmy kluczowych managerów. Obecnie jesteśmy na etapie budowy sieci partnerskiej. Zakładamy, że w pierwszym półroczu przyszłego roku powinniśmy być gotowi do dystrybucji kart partnerskich. Trudno o prognozę przyszłego poziomu kart, natomiast z uwagi na rozmiar i demografię Turcji, potencjał tego rynku wydaje się być duży.

- **GPW_geek:** Czy zabezpieczacie w jakiś sposób marzę na działalności zagranicznej? Jasne, że część kosztów ponosicie w tej samej walucie co przychody, ale ja mówię o realizowany zysk, bo ten naturalnie zabezpieczyć się nie da.

Małgorzata Kloka: Nie prowadzimy żadnych zabezpieczeń.

- **Gość:** Pandemia na różnych rynkach okazuje się być świetnym czasem na transakcje M&A. Wy też mieliście w nim swój udział, czy macie na oku kolejne podmioty do przejęcia?

Małgorzata Kloka: Systematycznie, nie tylko w tej chwili, analizujemy rynek pod kątem atrakcyjnych możliwości inwestycyjnych.

- **AnalitykBS:** Dlaczego nie segmentują Państwo osobno klubów i kart?

Małgorzata Kloka: Traktujemy kluby fitness i karty jako jeden biznes, te obszary ściśle ze sobą współpracują, a kluby własne to ważna infrastruktura wspierająca produkt MultiSport. Zależy nam oczywiście na transparentności przekazu, dlatego w prezentacjach wynikowych pokazujemy kluczowe KPI tych dwóch obszarów.

- **PatrycjuszZ:** Pandemia to okres w którym można było renegotjować czynsze. Czy Wy to robiliście, a jeśli tak to czy obecnie po lockdownach właściciele lokali nie cisną Was o powroty do starych stawek?

Małgorzata Kloka: Tak, negocjacje czynszów były jednym z kluczowych obszarów optymalizacji kosztów w trakcie pandemii, o zrealizowanych oszczędnościach

informowaliśmy rynek. Renegocjacje czynszów to proces ciągły, nadal jesteśmy w takich rozmowach.

- **Gość:** Czy zamierzacie nadal inwestować w sieć klubów fitness? Rozumiem, że w tej chwili to ryzykowny temat, ale po wygaśnięciu pandemii?

Małgorzata Kloka: Po niedawnym dużym przejęciu sieci Total Fitness koncentrujemy się teraz na rozwoju organicznym, choć jeśli na rynku pojawią się okazje inwestycyjne wpisujące się w naszą strategię rozwoju, to będziemy je analizować.

- **Investor:** Jakiej wysokości dotacje uzyskaliście w ramach covidowych pomocy na poszczególnych rynkach?

Małgorzata Kloka: Łączna wartość dotacji na rynkach zagranicznych w tym roku wyniosła ok 15 mln zł, w Polsce była to kwota ok. 8 mln zł.

- **Małgorzata Kloka:** Bardzo dziękuję za udział w czacie inwestorskim oraz za zainteresowanie spółką Benefit Systems. Zapraszamy na czaty po wynikach kolejnych okresów oraz do kontaktu indywidualnego (IR@benefitsystems.pl).
- **moderator:** Ja również w imieniu redakcji StockWatch.pl serdecznie dziękuję za ciekawą dyskusję i zapraszam na kolejne czaty.

Link do strony: <https://www.stockwatch.pl/czat-inwestorow-gieldowych/malgorzata-kloka-cfa-i-dyrektor-ds-relacji-inwestorskich-i-strategii-finansowej-benefit-systems-sa-start-17-listopada-o-godz-900,476>