

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

Dyskusja odbyła się dnia: 31.05.2022, godziny 09:00

We wtorek, 31 maja, o godz. 9:00 odbył się czat inwestorski z Małgorzatą Kloką - CFA i Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich i Strategii Finansowej Benefit Systems SA.

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 4 500 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 inwestorski z Małgorzatą Kloką - CFA i Dyrektor ds. Relacji Inwestorskich i Strategii Finansowej Benefit Systems SA. Porozmawiamy o wynikach za pierwszy kwartał 2022 r. oraz planach 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. 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.
- **Gość:** Czy czujecie presję płacową? wszelkie rynkowe raporty mówią nadal o rynku pracownika plus inflacja. Ilu pracowników na UoP zatrudniacie a ile w ogóle pracuje dla spółki?

Małgorzata Kloka: Tak, definitywnie obserwujemy rynek pracownika, co w naszym przypadku – oprócz presji kosztowej – bardzo mocno przekłada się na skłonność pracodawców do finansowania świadczeń pozapłacowych i popyt na nasze produkty. Oczywiście we własnych szeregach również obserwujemy presję płacową, którą staramy się mitygować przez poprawę efektywności i rentowności naszych produktów. Na 31 grudnia 2021 jako Grupa zatrudnialiśmy 1410 pracowników oraz 3764 współpracowników, głównie w naszych klubach fitness.

- **Gość:** Na czym polegają Wasze projekty grywalizacji, np. wakacyjne, aby zachęcić do odwiedzania siłowni w tym okresie?

Małgorzata Kloka: Nasze projekty grywalizacyjne mają za zadanie zaktywizować naszych użytkowników w okresie wakacyjnym, w którym zwyczajowo Polacy rzadziej odwiedzają obiekty sportowe. Grywalizacja ma za zadanie zachęcić uczestników np. do pójścia na siłownię czy aktywności plenerowych, ale też do innych aktywności związanych ze zdrowym trybem życia. W ramach letniej gry MultiSport użytkownicy zdobywają punkty, które mogą wymieniać na nagrody lub np. wsparcie dla akcji charytatywnych.

- **Janek79:** Jak rozwijają się projekty MultiTeatr, MultiMuzeum, MultiZoo oraz BenefitLunch? Ilu klientów obecnie korzysta z nich? w jakich miastach są dostępne?

Małgorzata Kloka: Te produkty rozwijają się stabilnie od kilku lat. Z uwagi na ich specyfikę w gronie partnerów mamy głównie obiekty w największych miastach w Polsce. Te produkty są częścią naszej oferty na platformie kafeteryjnej, z której korzysta ponad pół miliona użytkowników.

- **Alan:** Z czego wynika dużo wolniejsza odbudowa portfela na rynkach zagranicznych niż w PL ? Wzrost w I kw r/r 29 vs 115 proc.?

Małgorzata Kloka: Porównanie 1Q22 do 1Q21 jest zaburzone tym, że w 2021 na wielu rynkach były lockdowny. Co do zasady, jeśli chodzi o odbudowę liczby użytkowników MultiSport rynki zagraniczne radzą sobie bardzo dobrze – w maju liczbę MultiSportowców na 4 rynkach zagranicznych szacujemy na 347 tysięcy w porównaniu do 335 tysięcy na koniec 2019.

- **af trader:** Witam. Czytam o planach rozwoju zagranicznego, jakie kraje już działają, jakie są w kolejce, i przede wszystkim, jaką wartość daje taka karta klientowi, który szczególnie w nowej erze robienia biznesu na Zoomie, bardzo sporadycznie podróżuje?

Małgorzata Kloka: Obecnie działamy w Czechach, Bułgarii, Słowacji, Chorwacji i rozwijamy biznes w Turcji. Karty są przeznaczone dla pracowników firm mających siedzibę w każdym z krajów, więc brak podróżowania nam nie przeszkadza w rozwoju biznesu.

- **Alex:** Który z projektów wdrożonych w związku z koniecznością zmian związanych z pandemią okazał się najlepszym pomysłem i nadal dobrze performuje?

Małgorzata Kloka: Widzimy duże zainteresowanie funkcjonalnościami online związanymi z aktywnym i zdrowym trybem życia – w pandemii widzieliśmy spore zainteresowanie zarówno naszą platformą do ćwiczeń Yes2Move jak i treściami i usługami z obszaru zdrowej diety, zdrowia psychicznego, mindfulness itp. Popyt na tego typu usługi utrzymuje się, dlatego z dużą determinacją rozwijamy program MultiLife, który ma adresować m.in. te obszary.

- **JAG:** Jak wyglądają biznesowo pierwsze miesiące 2 kwartału - kwiecień i maj

Małgorzata Kloka: Bardzo dobrze, w każdym miesiącu zwiększaliśmy liczbę kart, łącznie od początku kwartału o ponad 50 tys. w Polsce i 30 tys. zagranicą.

- **Gość:** Czy mając polską kartę Multisport mogę z niej korzystać w Waszych obiektach będąc zagranicą?

Małgorzata Kloka: Nie, są to oddzielne produkty

- **Łukaszekk:** Widać, po pierwszym kwartale, że powrót do normalności idzie pełną parą. Czy już udało się Wam w pełni wrócić na tory przedpandemiczne? Jeśli nie to kiedy liczycie, że to nastąpi?

Małgorzata Kloka: Jeśli chodzi o liczbę kart, to w Polsce jest ich jeszcze nieco mniej niż przed pandemią, ale oczekujemy, że na koniec bieżącego roku będziemy mieć ok. 1,1 mln kart – czyli porównywalnie do końca 2019. Na siłowniach jesteśmy w trakcie odbudowy bazy karnetów – ich liczba jest wprawdzie jeszcze niższe niż przed Covid, ale pomaga nam wzrost ARPU. Oczekujemy, że pod koniec roku w Polsce wyniki kwartalne wrócą do poziomu sprzed pandemii. Rynki zagraniczne odbudowują się szybciej – już teraz mamy więcej kart MultiSport (347 tysięcy) vs. koniec 2019 (335 tysięcy). W 1Q22 wyniki były również lepsze niż przed pandemią.

- **Ludwik82:** Czy po pandemii pojawiło się więcej okazji akwizycyjnych? zarówno u nas w PL jak i za granicą? czy jednak rynek dobrze poradził sobie z lockdownami?

Małgorzata Kloka: Cały czas przyglądamy się mniejszym podmiotom - atrakcyjnym celom, które wpasowywałyby się w naszą koncepcję produktu MultiLife. Jeżeli chodzi o obszar klubów fitness nastawiamy się na rozwój organiczny - w tym roku planujemy otworzyć 5 klubów w Polsce.

- **Gość:** Na ilu MultiSportowców szacujecie potencjał każdego z rynków na którym obecnie działacie?

Małgorzata Kloka: W Polsce przed pandemią nasz szacunek zakładał 1,8-2,2 mln długoterminowego potencjału całego rynku – dziś te liczby wydają się raczej konserwatywne. Na rynkach zagranicznych 4 kraje łącznie powinny mieć nieco niższy potencjał vs. Polska (z uwagi na niższą liczbę ludności). W Turcji jesteśmy jeszcze na wczesnym etapie rozwoju i trudno podać konkretne liczby, ale jeśli produkt zaskoczy, potencjał może być dużo wyższy niż w Polsce.

- **NormanMcD:** Śledzę Spółkę od bardzo dawna i uważam że osiągnęła swój szczyt rozwoju toteż patrzę na Benefit jako na inwestycję dywidendową. Czy jest szansa na powrót do regularnych wypłat? Inaczej nie ma sensu trzymać papieru który jest po prostu ciężki.

Małgorzata Kloka: Bardzo nam miło, że Pani/Pan śledzi naszą spółkę :) W 2019 roku przyjęliśmy politykę dywidendową zakładającą wypłatę co najmniej 50 proc. skonsolidowanego zysku netto. Dwa lata pandemii pokrzyżowały plany dzielenia się zyskiem z akcjonariuszami. Ale polityka dywidendy nadal obowiązuje, więc liczymy na to, że w kolejnych latach powrócimy do wypłaty dywidend.

- **Ludwik82:** Czy rosnące ceny choćby energii zaczęły już być dla Was odczuwalne, jakie to będzie miało przełożenie na koszty w tym roku? I jak to wygląda zagranicą?

Małgorzata Kloka: Tak, odczuwamy wyższe ceny energii od około 4Q21 i początku bieżącego roku – w zależności od rynku. Wzrost rdr jest istotny, ale koszty prądu i gazu to w naszym przypadku ok 2 proc. wszystkich kosztów grupy kapitałowej – szacujemy, że w tym roku tych kosztów będzie o kilka milionów więcej vs. 2021.

- **Gość:** Jakie kategorie produktowe są najczęściej wybierane przez użytkowników MyBenefit? A jak to było przed pandemią?

Małgorzata Kloka: Niezmiennie królują sklepy, ale cieszymy się, że po pandemii, z każdym kwartałem coraz więcej użytkowników wybiera przez kafeterię finansowanie karty MultiSport

- **SW-fan:** Pani Dyrektor, a kiedy BENEFITY dla akcjonariuszy, nie przymierzając jak w Orlenie w Portfelu.

Małgorzata Kloka: W obecnej chwili skupiamy się na odbudowie biznesu, wzroście liczby kart oraz zysków, którymi w przyszłości zamierzamy się dzielić z akcjonariuszami w postaci dywidendy. W ten sposób chcemy generować wartość dla akcjonariuszy.

- **Ola:** Czy nie obawiacie się, że trudna sytuacja gospodarcza znów spowolni Wasz wzrost? Ludzie licząc każdy grosz, będą wycinać karty benefitowe, które też po części finansują.

Małgorzata Kloka: Jesteśmy świadomi ryzyka spowolnienia wzrostu gospodarczego. Czy i w jakim stopniu to się przełoży na nasz biznes będzie zależało od rynku pracy. Dziś rynek pracy jest bardzo mocny z perspektywy pracownika, bezrobocie jest niskie a wśród naszych klientów obserwujemy wysoką skłonność do finansowania świadczeń pozapłacowych. Jeśli rynek pracy nieco się "schłodzi", ale pozostanie na relatywnie

dobrym poziomie, to powinno to nadal wspierać nasz biznes. Patrząc z perspektywy konsumenta – rzeczywiście dochód rozporządzalny jest pod presją i to może na nas wpłynąć, ale z drugiej strony pandemia pokazała, że aktywność fizyczna oraz dbałość o zdrowie – zarówno fizyczne i psychiczne - przesuwają się w hierarchii potrzeb wielu ludzi.

- **Księgowy:** Ile jeszcze spodziewacie się uwzględnić w wynikach tego roku z pozostałych trwających jeszcze renegocjacji i obniżek czynszów w związku z pandemią?

Małgorzata Kloka: W pierwszym kwartale to było 2,5 mln zł, w całym roku to może być kilka milionów złotych.

- **Inwestor:** Ile zamierzacie przeznaczyć na akwizycję w tym roku?

Małgorzata Kloka: Nie ujawniamy tych liczb. Aktywnie analizujemy potencjalne targety – mniejsze spółki, które mogłyby wesprzeć rozwój produktu MultiLife. Na ten moment jednak – z uwagi na m.in. dużą zmienność otoczenia biznesowego, makroekonomicznego itp. trudno szacować jak ostatecznie ukształtuje się nasza aktywność w tym obszarze w bieżącym roku.

- **JAG:** W jakich nowych krajach planujecie ekspansję w dłuższej perspektywie?

Małgorzata Kloka: W tym momencie skupiamy się na rozwoju i wzroście na czterech dotychczasowych rynkach (Czechach, Słowacja, Bułgaria, Chorwacja) i budowie biznesu w Turcji. Na rynku tureckim jesteśmy na etapie dystrybucji kart testowych i pierwszej sprzedaży. Na ten moment działamy tylko w Stambule, ale w przyszłości chcielibyśmy wejść do kolejnych miast. Ze względu na ich liczbę i wielkość, a tym samym potencjał do rozwoju, będzie to istotny projekt. Nie rozważamy wejścia do kolejnego kraju w perspektywie najbliższych kilku miesięcy, choć nieustannie monitorujemy różne kierunki w kontekście przyszłej ekspansji. Kryteria wyboru krajów pozostają niezmiennie - duża fragmentacja rynku oraz wysoka urbanizacja.

- **SW-fan:** Witam, czy można już podsumować straty związane z lockdownami, i czy sytuacja w sensie aktywności Klientów wróciła do poziomu sprzed pandemii?

Małgorzata Kloka: Za nami dwa lata pandemii, w których jako grupa kapitałowa wygenerowaliśmy po kilka mln straty operacyjnej. 4Q21 i 1Q22 pokazał, że choć nadal jesteśmy poniżej poziomu wyników z 2019, to dynamika odbudowy zysków jest bardzo solidna. Jeśli chodzi o liczbę kart – w Polsce chcemy przekroczyć 1 mln w czerwcu oraz 1,1 mln na koniec roku, zatem szybko zbliżamy się do poziomu z końca 2019 r; na rynkach zagranicznych ten poziom już przekroczyliśmy. Jeśli zaś chodzi o aktywność naszych użytkowników – jest ona nadal powyżej poziomu z 2019, ale z każdym miesiącem nieco się stabilizuje.

- **gość:** Ilu pracodawców jest Waszymi klientami?

Małgorzata Kloka: Na koniec 2021 r. w Polsce było to ponad 20 tys. firm.

- **Gość:** Czy zamierzacie dokupić pozostałe 25 proc. Lunching? Kiedy?

Małgorzata Kloka: Tak, zgodnie z zapisami umowy najprawdopodobniej nastąpi to w 2025.

- **Oliwer:** Jak rozwija się projekt Zdrofit Zdrowe Miejsce?

Małgorzata Kloka: Nieco zmieniliśmy formułę tej usługi. Aktualnie koncentrujemy się na monetyzacji usług oferowanych w formacie 1-na-1 oraz na rozwoju i doskonaleniu zajęć grupowych (tzw. Fizjoklasy) oferowanych dla osób posiadających karnety.

- **Stan66:** W jakich lokalizacjach działa obecnie Lunching i gdzie zamierzacie go rozszerzać?

Małgorzata Kloka: Jesteśmy dostępni w Krakowie, Warszawie, Poznaniu, Gdańsku, Wrocławiu, Łodzi, Białymstoku, Rzeszowie i Katowicach, a produkt zamierzamy skalować na kolejne duże miasta w Polsce.

- **Gość:** Jak rozkłada się obecnie frekwencja treningi na żywo vs online?

Małgorzata Kloka: Nieporównywalnie większą popularnością cieszą się treningi na „żywo”. Treningi online traktujemy jako uzupełnienie naszej oferty. Było to również świetne narzędzie w trakcie lockdownów – wtedy widzieliśmy zwiększony traffic na naszej platformie. Co ciekawe, w 2020-2021 po kończących się lockdownach bardzo szybko obserwowaliśmy przejście użytkowników z ćwiczeń online do klubów, co świadczy o potrzebie ćwiczenia w klubie.

- **gość:** Czy rozważaliście wejście na rynki skandynawskie? Tam ludzie dbają o zdrowie/kondycję, więc byłyby one dobrym kierunkiem

Małgorzata Kloka: Nie analizujemy wejścia na ten rynek

- **Roman91:** Czy dobrze mi się zdaje że próbujecie powoli zmierzać w stronę szeroko pojętej karty lojalnościowej jeśli chodzi o produkt? Jaki program byłby tutaj dla Was najlepiej pasującym wzorem?

Małgorzata Kloka: Chcemy zaadresować szerokie potrzeby naszych pracodawców, jak i ich pracowników, ale nie poprzez jeden produkt czy jedną kartę lojalnościową. Pod tym względem, będziemy oferować oddzielne produkty w postaci kart MultiSport, abonamentu MultiLife oraz Kafeterii MyBenefit.

- **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-31-maja-o-godz-900,535>