

TRANSCRIPT TELECONFERINȚĂ REZULTATE 9 LUNI 2026

Vineri, 20 noiembrie 2026, 4.00 PM EET

Mihail Marcu: Bună ziua tuturor și vă mulțumim că participați la conferința noastră de astăzi. Alături de mine se află domnul Dorin Preda, Director General Adjunct, Flavia Cîmpean, Manager Corporate Finance și Sustenabilitate și, desigur, Ioana Bîrsu, Manager Relații cu Investitorii. O voi lăsa acum pe Flavia să susțină prezentarea principală, iar ulterior vom fi, desigur, alături de dumneavoastră pentru sesiunea de întrebări și răspunsuri. Flavia, poți prelua.

Flavia Cimpean: Bună ziua tuturor și vă mulțumesc că participați la prezentarea noastră de astăzi.

Vom începe această prezentare cu principalele rezultate pentru primele nouă luni ale acestui an.

Am continuat să înregistrăm o creștere solidă a activității, veniturile consolidate pro-forma majorându-se cu 12% față de aceeași perioadă a anului trecut, până la 2,6 miliarde RON. Este important de menționat că 11,2% din această creștere a fost organică, reflectând un nivel susținut al activității pacienților și cererea constantă pentru serviciile medicale private.

Am observat, de asemenea, o îmbunătățire clară a profitabilității, marja EBITDA pro-forma ajungând la 16,7% pentru perioada de nouă luni. Aceasta reflectă performanța operațională mai puternică înregistrată în T2 și T3. Un alt aspect important este că beneficiile efectului de levier operațional devin din ce în ce mai vizibile. Pe măsură ce afacerea noastră crește, observăm o absorbție mai bună a costurilor fixe. Împreună cu focusul nostru constant pentru eficiență, disciplina costurilor și optimizarea operațională, acest lucru a susținut extinderea marjei și ne-a ajutat să navigăm în mediul inflaționist actual.

Creșterea a rămas extinsă la nivelul liniilor de business ale Grupului, demonstrând reziliența platformei noastre diversificate. Acest aspect este deosebit de relevant în mediul actual, în care cheltuielile de consum rămân prudente, însă cererea pentru serviciile medicale continuă să fie relativ rezilientă.

În același timp, am continuat să avansăm în implementarea agendei noastre de dezvoltare strategică, cu investiții axate pe extinderea infrastructurii, consolidarea capacităților medicale de înaltă performanță, dezvoltarea soluțiilor de servicii medicale personalizate și accelerarea inițiativelor digitale și tehnologice.

Per ansamblu, intrăm în ultimul trimestru al anului cu un impuls operațional pozitiv, susținut de creșterea constantă a veniturilor, îmbunătățirea profitabilității și progresul continuu în ceea ce privește prioritățile noastre strategice.

Trecând la M&A și creșterea organică, aș dori să evidențiez două evoluții importante din trimestrul al treilea.

În primul rând, în august, am anunțat achiziția unei participații de 75% în Qualipat, o companie românească specializată în anatomie patologică și testare moleculară, cu operațiuni în Timișoara și Oradea și acoperire la nivel național.

Această tranzacție este importantă din punct de vedere strategic, deoarece ne consolidează capacitățile de diagnostic avansat și completează expertiza noastră existentă în medicina personalizată, în special în ceea ce privește testările cu valoare adăugată ridicată. Qualipat va continua să opereze sub propriul brand și cu propria echipă de management, asigurând continuitatea activității, beneficiind în același timp de platforma extinsă MedLife. Finalizarea tranzacției este estimată până la sfârșitul acestui an.

A doua evoluție majoră a fost lansarea Level Up by MedLife în august, care a marcat rebranding-ul fostei noastre rețele de fitness SWEAT. Aceasta reprezintă încă un pas în ambiția noastră de a ne extinde dincolo de serviciile medicale tradiționale și de a construi o platformă integrată de sănătate, wellness și prevenție. În urma unei investiții de aproximativ 0,5 milioane EUR într-o nouă locație din București, rețeaua cuprinde acum 6 cluburi, care deservesc aproximativ 6.000 de membri activi. Planificăm deschiderea a încă 4 locații până la începutul anului 2027 și avem ca obiectiv atingerea unui număr de 20 de cluburi până la sfârșitul anului viitor.

Considerăm Level Up o componentă importantă a strategiei noastre mai ample de dezvoltare a unor ecosisteme integrate de sănătate și longevitate, care să conecteze serviciile medicale cu fitness-ul, wellness-ul și prevenția.

Trecând pe scurt la extinderea organică, am deschis Hyperclinica MedLife Panduri din București, în urma unei investiții de peste 1 milion EUR. Noua unitate consolidează fosta clinică Panduri într-un centru medical mai mare și integrat.

În Arad, MedLife Genesys și-a continuat, de asemenea, extinderea, deschizând cea de-a patra unitate medicală. Noua locație adaugă capacitate pentru peste 17 specialități medicale și diagnostic de laborator, introducând totodată un concept de Longevity Center axat pe prevenție și sănătate integrată.

În cele din urmă, în urma finalizării achiziției Medstar în ianuarie, integrarea în rețeaua Sfânta Maria a început în februarie, consolidându-ne și mai mult prezența în Cluj-Napoca și în regiunea extinsă a Transilvaniei.

Per ansamblu, aceste evoluții ilustrează modul în care combinăm achizițiile selective cu investițiile organice pentru a ne extinde capacitățile, a ne consolida prezența regională și a construi treptat un ecosistem mai cuprinzător de servicii medicale și wellness.

Dincolo de extinderea continuă prin achiziții și creștere organică, înregistrăm progrese și în ceea ce privește o serie de inițiative strategice care vizează consolidarea capacităților noastre digitale și diferențierea suplimentară a ofertei de servicii.

Un pas major în parcursul nostru de transformare digitală a fost lansarea oficială a iMed, noua noastră platformă digitală integrată în aplicația MedLife, care va avea, de asemenea, un rol important în strategia noastră de creștere pentru 2027.

Platforma reunește o gamă largă de informații legate de sănătate, inclusiv istoricul medical al pacienților, rezultatele analizelor de laborator, profilurile genetice, datele biometrice și informațiile privind stilul de viață, într-un singur ecosistem integrat. Ambiția noastră este să le oferim utilizatorilor o imagine mai cuprinzătoare asupra sănătății lor, ajutându-i să își înțeleagă mai bine profilurile individuale de sănătate și să adopte o abordare mai proactivă în ceea ce privește prevenția și îngrijirea personalizată. În plus, iMed include conținut educațional conceput pentru a susține conștientizarea aspectelor legate de sănătate și pentru a încuraja luarea unor decizii mai bine informate.

Observăm deja evoluții încurajatoare în ceea ce privește implicarea utilizatorilor în aplicația MedLife. Descărcările organice au crescut cu 40% față de aceeași perioadă a anului trecut, în intervalul mai-octombrie, de două ori mai mult decât rata de creștere înregistrată în aceeași perioadă a anului trecut.

Pornind de la acest impuls și de la noile funcționalități pe care planificăm să le lansăm până la sfârșitul anului, obiectivul nostru este să dublăm numărul conturilor din aplicație până la jumătatea anului 2027. De fapt, în lunile următoare, ne propunem să atragem un număr de utilizatori noi comparabil cu numărul total de conturi acumulate de la lansarea inițială a aplicației. Considerăm că iMed va avea un rol important în accelerarea adoptării și în încurajarea utilizatorilor să interacționeze mai regulat cu platforma.

Trecând la Longevity100+, continuăm să extindem aria de acoperire a acestui program, ducând medicina personalizată dincolo de testarea genetică și datele clinice tradiționale, către o înțelegere mai cuprinzătoare a profilurilor individuale de sănătate.

După introducerea testării microbiomului, care este realizată în întregime în laboratoarele noastre proprii din România, următorul pas va fi dezvoltarea capacităților de farmacogenetică. Acest lucru ne va permite să înțelegem mai bine modul în care profilurile genetice individuale influențează răspunsurile pacienților la diferite tratamente, susținând abordări terapeutice mai personalizate.

În același timp, analizăm modul în care datele colectate prin intermediul dispozitivelor purtabile pot completa informațiile genetice și pot oferi perspective suplimentare asupra tiparelor individuale de sănătate. Acestea includ indicatori precum frecvența cardiacă în repaus, variabilitatea ritmului cardiac, activitatea fizică și tiparele de somn, pe care ne propunem să îi corelăm cu predispozițiile genetice.

Per ansamblu, atât iMed, cât și Longevity100+ reflectă ambiția noastră de a avansa către un model de servicii medicale integrat și personalizat, care combină expertiza medicală, tehnologia și datele pentru a susține prevenția și rezultate mai bune pentru pacienți.

Privind acum către viitor, prioritățile noastre vor rămâne centrate pe creștere sustenabilă, inovație și consolidarea poziției competitive a MedLife, continuând în același timp să dezvoltăm un ecosistem integrat de servicii medicale.

O parte importantă a acestei strategii va consta în valorificarea în continuare a investițiilor realizate în digitalizare și medicina personalizată. În special, vedem un potențial semnificativ în utilizarea iMed și a programului Longevity100+ pentru a consolida implicarea pacienților, a susține serviciile medicale orientate către prevenție și a dezvolta noi modalități de interacțiune cu pacienții pe parcursul întregului lor parcurs medical.

Ambiția noastră este să integrăm din ce în ce mai mult aceste capacități în modelul de business al Grupului, creând valoare suplimentară pentru pacienți și susținând în același timp creșterea și diferențierea pe termen lung.

În ceea ce privește dezvoltarea, rămânem concentrați pe creșterea sustenabilă și alocarea disciplinată a capitalului, combinând extinderea organică cu M&A selectiv. În România, continuăm să vedem oportunități pentru achiziții de dimensiuni mici și medii, în special în sectoarele medical, frumusețe și wellness, unde ne putem consolida amprenta existentă, ne putem extinde portofoliul de servicii și putem valorifica sinergiile operaționale.

În același timp, privim dincolo de piața noastră internă, explorând oportunități de extindere a prezenței noastre la nivel regional, deoarece considerăm că acesta este următorul pas firesc în dezvoltarea MedLife. În ultimul deceniu, am construit un istoric solid în România și am acumulat experiență valoroasă în Ungaria și Republica Moldova. Considerăm că expertiza acumulată în dezvoltarea și integrarea afacerilor din domeniul serviciilor medicale pe aceste piețe poate fi valorificată și în alte țări din Europa Centrală și de Sud-Est, în special în Balcani.

Pentru a susține această ambiție, lucrăm la dezvoltarea unei platforme regionale de investiții alături de o instituție financiară internațională de prim rang. Ideea este de a combina expertiza operațională a MedLife și înțelegerea aprofundată a sectorului serviciilor medicale cu resursele financiare și experiența internațională în investiții ale partenerului nostru. Acest lucru ne-ar permite să împărțim riscurile investiționale și să ne consolidăm capacitatea de a urmări oportunități atractive la nivel regional.

Se estimează că platforma va viza companii care activează în domeniul serviciilor medicale, prevenției și wellness-ului, investițiile urmând să fie realizate treptat, pe parcursul unei perioade de 3 până la 5 ani. În funcție de piața specifică și de oportunitățile disponibile, luăm în considerare diferite modele de dezvoltare, inclusiv achiziții, investiții greenfield și parteneriate. În prezent, lucrăm la dezvoltarea acestei inițiative și estimăm că primele investiții ar putea începe în prima jumătate a anului 2027.

Este important de subliniat că abordarea noastră va rămâne una disciplinată. Nu urmărim extinderea geografică de dragul extinderii, ci mai degrabă oportunități în care ne putem valorifica experiența operațională, evaluând cu atenție potențialul pieței, cadrele de reglementare, calitatea potențialilor parteneri și randamentele estimate.

O altă prioritate importantă este diversificarea suplimentară a instrumentelor de finanțare ale Grupului și asigurarea flexibilității financiare necesare pentru a susține următoarea etapă de dezvoltare. De-a lungul anilor, MedLife a crescut printr-o combinație de extindere organică, achiziții și investiții în infrastructură medicală și tehnologie. Pe măsură ce trecem la următoarea etapă, considerăm că este important să avem alternative suplimentare de finanțare și să nu ne bazăm exclusiv pe datorie pentru a ne finanța creșterea.

În acest context, acționarii noștri au aprobat la începutul acestei săptămâni o autorizare care permite Consiliului de Administrație să majoreze capitalul social cu până la 20% din capitalul social subscris actual, pe o perioadă de 18 luni. Este important de subliniat că aceasta reprezintă capacitatea maximă autorizată de acționari, și nu o țintă prestabilită sau un angajament de a emite întreaga cantitate.

O potențială majorare de capital ar oferi flexibilitate suplimentară pentru susținerea mai multor priorități strategice, inclusiv extinderea organică, investițiile în infrastructură și echipamente medicale, tehnologie și inovație, precum și oportunitățile selective de M&A și consolidarea suplimentară a piețelor pe care activăm.

Autorizarea oferă Consiliului de Administrație flexibilitatea de a stabili calendarul, dimensiunea și structura oricărei tranzacții potențiale, ținând cont de condițiile de piață și de

oportunitățile de investiții disponibile. Intenția noastră este să menținem o abordare disciplinată în alocarea capitalului, asigurându-ne că orice fonduri atrase sunt direcționate către oportunități capabile să genereze randamente atractive pe termen lung pentru acționari, susținând în același timp o structură financiară sustenabilă.

Merită, de asemenea, să clarificăm că potențiala majorare de capital și platforma regională de investiții reprezintă două inițiative separate în cadrul strategiei noastre mai ample de creștere. În timp ce majorarea de capital ar oferi MedLife flexibilitate financiară suplimentară pentru a-și finanța dezvoltarea, platforma regională este analizată împreună cu o instituție financiară internațională, ca vehicul dedicat urmăririi oportunităților de investiții la nivel regional.

Trecând la următoarea secțiune, rezultatele financiare, și analizând contul consolidat de profit și pierdere:

9 luni 2026 pro-forma comparativ cu 9 luni 2025 IFRS:

- Vânzările brute (incluzând Programul Național de Sănătate pentru medicamentele oncologice) au crescut cu 11,8%, ajungând la 2,6 miliarde RON;

- Profitul operațional pro forma a crescut cu 33,1%, până la 163 milioane RON;

- EBITDA pro forma a crescut cu 17,8%, până la 398,7 milioane RON, rezultând o marjă de 16,7% pe bază pro forma, respectiv 14,6% pe bază IFRS, ajustată cu cheltuiala excepțională aferentă litigiului înregistrată în T2, comparativ cu 14,3% în 9 luni 2025;

- Rezultatul net pro forma a fost o pierdere de 7,1 milioane RON, determinată în principal de deprecierea de aproximativ 2,8% a RON față de EUR în trimestrul al doilea.

În ceea ce privește impactul financiar, în special pierderea nerealizată din diferențe de curs valutar, luăm deja măsuri pentru a reduce treptat expunerea Grupului la fluctuațiile EUR/RON și pentru a îmbunătăți echilibrul valutar al structurii noastre de finanțare.

Ca parte a acestui proces, în T4 2026 am convertit deja o parte din finanțarea existentă prin împrumuturi în RON, reducându-ne expunerea la variațiile cursului valutar. În plus, conversia unei tranșe suplimentare este în derulare, pe măsură ce continuăm să reechilibrăm treptat structura datoriei. În perspectivă, vom lua în considerare și finanțarea în moneda locală pentru noile investiții, acolo unde este cazul, pentru a alinia mai bine structura finanțării cu moneda în care generăm cea mai mare parte a veniturilor și fluxurilor noastre de numerar.

Un alt factor de atenuare este extinderea continuă a segmentului Corporate, care reprezintă o componentă a veniturilor Grupului denominată în EUR. Pe măsură ce această activitate crește, ea oferă o acoperire naturală împotriva unei părți din expunerea valutară a Grupului.

Împreună, aceste două măsuri de diminuare a riscului sunt estimate să acopere între o treime și jumătate din expunerea noastră valutară.

În cele din urmă, obiectivul nostru este să consolidăm progresiv alinierea dintre monedele de finanțare și cele ale fluxurilor de numerar, reducând în același timp sensibilitatea rezultatelor noastre financiare la variațiile cursului de schimb.

Trecând la următorul slide:

- În ceea ce privește reconcilierea veniturilor, de la cifrele IFRS la cifrele pro forma, am inclus ajustări de normalizare în valoare de 3 milioane RON aferente filialelor integrate în primele 9 luni ale anului, respectiv Medstar, care a intrat în consolidare în februarie 2026. De asemenea, am extras reclasificarea de 260,6 milioane RON aferentă Programului Național de Sănătate pentru medicamentele oncologice din toate unitățile noastre, comparativ cu 200 milioane RON în aceeași perioadă a anului trecut. Vă reamintesc că aceasta este o activitate cu o contribuție directă la marjă de zero, dar foarte importantă pentru susținerea creșterii volumelor în ariile de servicii complementare, și a fost întotdeauna tratată ca o ajustare în cifrele pro forma.

- În ceea ce privește reconcilierea EBITDA, de la cifrele IFRS la cifrele pro forma: 108 mii RON corespund ajustărilor de normalizare aferente achizițiilor, iar 21 milioane RON reprezintă cheltuieli nerecurente sau neoperaționale.

Analizând evoluția trimestrială, aș evidenția îmbunătățirea profitabilității noastre în cursul anului 2026, tendința pozitivă câștigând amploare începând cu al doilea trimestru. Marja

EBITDA a crescut comparativ cu perioadele corespunzătoare ale anului trecut, reflectând creșterea continuă a volumelor de pacienți, o structură mai favorabilă a serviciilor cu complexitate mai ridicată, un efect de levier operațional mai bun și măsurile de eficiență implementate în continuare la nivelul rețelei noastre.

În ceea ce privește veniturile, continuăm să observăm o creștere constantă de la un trimestru la altul, determinată în principal de creșterea volumelor de pacienți în rețeaua noastră existentă, completată de contribuția suplimentară a unităților deschise recent și a companiilor integrate în Grup.

Trecând la performanța fiecărei linii de business, am continuat să observăm o creștere solidă în segmentele noastre principale, Corporate, Clinici, Laboratoare și Spitale, toate contribuind pozitiv la performanța Grupului.

Segmentul Corporate a rămas unul dintre segmentele cu cele mai bune performanțe, veniturile crescând cu 21% față de aceeași perioadă a anului trecut. Creșterea continuă să fie susținută de cererea puternică pentru serviciile medicale corporate, atragerea de noi clienți și extinderea contractelor existente, confirmând reziliența acestei linii de business și importanța sa pentru Grup.

În Clinici, veniturile au crescut cu 16% față de aceeași perioadă a anului trecut, reflectând creșterea continuă a volumelor de pacienți în rețeaua noastră ambulatorie. Continuăm să beneficiem de forța echipelor noastre medicale, de amploarea ofertei noastre de servicii și de investițiile continue în extinderea capacităților noastre.

Spitalele au înregistrat, de asemenea, rezultate solide, veniturile crescând cu 10% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut. Performanța continuă să fie susținută de cererea pacienților și de complexitatea tot mai mare a serviciilor medicale furnizate în cadrul rețelei noastre de spitale.

Există încă anumite spitale în care profitabilitatea este sub potențial, în principal din cauza timpului necesar pentru atingerea unor volume adecvate de pacienți și pentru obținerea sau extinderea contractelor cu Casa Națională de Asigurări de Sănătate. Considerăm că acestea sunt businessuri cu potențial suplimentar de dezvoltare, mai degrabă decât probleme structurale de profitabilitate, și credem că vom putea încheia contracte cu Casa Națională de Asigurări de Sănătate pe termen scurt.

Laboratoarele au înregistrat o creștere a veniturilor de 13% față de aceeași perioadă a anului trecut, determinată în principal de volumele mai mari de testare. Segmentul continuă să beneficieze de cererea susținută pentru serviciile de diagnostic, precum și de dezvoltarea continuă a capacităților noastre de testare avansată.

Trecând la Farmacii, veniturile au crescut cu 40% față de aceeași perioadă a anului trecut. Această performanță puternică a fost determinată de creșterea atât a vânzărilor medii per client, cât și a volumului de clienți, reflectând dezvoltarea continuă a acestei linii de business.

Stomatologia a rămas segmentul care se confruntă cu cel mai dificil mediu operațional, veniturile scăzând cu 1,4% față de aceeași perioadă a anului trecut. Totuși, aceasta reprezintă o contracție mai moderată comparativ cu T2 2026, sugerând unele îmbunătățiri ale tendinței. Am început implementarea unor îmbunătățiri operaționale și redefinirea poziționării strategice a diviziei, cu un accent mai puternic pe segmentele de clienți cu venituri medii și ridicate. Alte inițiative sunt în curs de desfășurare și ne așteptăm ca impactul acestora să se materializeze progresiv în perioadele următoare.

În cele din urmă, segmentul Altele a înregistrat o scădere de 14% față de aceeași perioadă a anului trecut, reflectând în principal o activitate mai redusă în distribuția angro.

Analizând structura costurilor în următorul slide, cheltuielile operaționale ca procent din vânzări s-au îmbunătățit ușor față de aceeași perioadă a anului trecut, reflectând o influența multor factori:

Pe de o parte, consumabilele și materialele de reparații au reprezentat o pondere mai mare din venituri, în linie cu contribuția în creștere a serviciilor de oncologie, laborator și spital la structura veniturilor Grupului. Acest lucru a fost compensat parțial de ponderea mai redusă a mărfurilor în totalul vânzărilor.

Pe de altă parte, cheltuielile cu personalul ca procent din venituri au scăzut, deoarece creșterea activității ne-a permis să obținem o absorbție mai bună a bazei existente de costuri fixe. Această tendință a devenit mai vizibilă începând cu trimestrul al doilea, contribuind pozitiv la eficiența operațională.

Per ansamblu, aceste evoluții au susținut o îmbunătățire treptată a ponderii costurilor operaționale.

Trecând la poziția financiară, în următorul slide, activele imobilizate au rămas relativ stabile, înregistrând o creștere de 1,7%. Principala modificare în acest sens a fost o creștere de 27 milioane RON a fondului comercial, în urma achizițiilor finalizate în acest an.

Activele circulante, excluzând numerarul și echivalentele de numerar, au crescut cu 12%. Acest lucru a fost parțial în ton cu creșterea activității și parțial legat de calendarul plăților în avans și al creanțelor. Așa cum am discutat în trimestrele anterioare, creanțele de la Casa Națională de Asigurări de Sănătate urmează tipare diferite de plată și de decontare pe parcursul anului comparativ cu sfârșitul anului, astfel încât putem observa unele fluctuații temporare ale soldului. Acesta este în principal un efect de calendar.

Pe cealaltă parte a bilanțului, datoriile curente, excluzând datoriile purtătoare de dobândă, au crescut cu 13,5%, reflectând în linii mari nivelul mai ridicat al activității.

Trecând la datorie și gradul de îndatorare, datoria financiară a crescut cu 7,7% în cursul perioadei, determinând o creștere de 6,4% a datoriei nete.

Raportul Datorie Netă / EBITDA pro forma s-a situat la 3,67x la sfârșitul lunii septembrie, reflectând o ușoară îmbunătățire comparativ cu T1 și S1, în pofida deprecierii de aproximativ 3,5% a RON față de EUR în primele 9 luni ale anului. Dacă am exclude acest efect valutar, indicatorul s-ar fi situat la aproximativ 3,54x, indicând o tendință favorabilă de reducere a gradului de îndatorare.

Privind înainte, rămânem concentrați pe alocarea disciplinată a capitalului și îmbunătățirea gradului nostru de îndatorare, cu obiectivul pe termen scurt de a reduce treptat raportul Datorie Netă/EBITDA pro forma sub 3,5x și mai aproape de 3,1x.

Trecând la fluxul de numerar consolidat, continuăm să observăm o generare solidă de numerar la nivel fundamental în primele nouă luni ale anului. Fluxul de numerar operațional înainte de capitalul de lucru a crescut cu 10% față de aceeași perioadă a anului trecut, ajungând la 375,5 milioane RON.

Numerarul net generat din activitățile operaționale a fost de 261,5 milioane RON, reprezentând o creștere de 50% comparativ cu aceeași perioadă a anului 2025.

În ceea ce privește investițiile, am alocat până în prezent aproximativ 174 milioane RON activităților de investiții, acoperind în principal achizițiile și proiectele de investiții în curs. Din această sumă, 37 milioane RON au fost direcționate către achiziția de filiale, în timp ce 118 milioane RON au fost investite în imobilizări corporale, susținând dezvoltarea și modernizarea continuă a rețelei și infrastructurii noastre medicale.

Aceasta încheie prezentarea noastră de astăzi și putem trece acum la sesiunea de întrebări și răspunsuri. Vom prelua mai întâi întrebările telefonice, dacă există, iar ulterior vom trece la întrebările transmise prin intermediul platformei. Vă mulțumesc. Operator...

Operator: Prima întrebare vine din partea lui Bram Buring, de la Wood & Co. Vă rugăm să continuați.

Bram Buring: Bună ziua. Am trei întrebări. În primul rând, ați discutat despre acordurile cu Casa Națională de Asigurări de Sănătate pentru noile spitale. Ați spus că vă așteptați să încheiați un acord cu aceasta în trimestrul al patrulea sau am înțeles greșit? Aceasta este prima întrebare.

Dorin Preda: Problema spitalelor va fi rezolvată, dar, din păcate, nu putem spune că trimestrul al patrulea va fi momentul în care această situație se va rezolva. Din păcate, nu putem face o astfel de afirmație. Cu o dată exactă.

Bram Buring: Am înțeles. A doua întrebare ar fi referitoare la restructurarea datoriei denominate în EUR. Ați spus că o tranșă a fost refinanțată în RON. Ați putea indica exact valoarea acesteia?

Flavia Cimpean: Am denominat deja 14 milioane EUR și lucrăm acum la denominarea unei alte tranșe de aproape 60 milioane EUR în lunile următoare.

Dorin Preda: Și, de fapt, ideea, Bram, este ca, împreună cu noua tranșă și cu acoperirea naturală oferită de divizia Corporate, să avem aproape jumătate din expunere protejată.

Bram Buring: Așadar, dacă am înțeles corect, ați spus că doriți să faceți acest lucru pentru o treime până la jumătate din expunerea voastră în EUR? Am înțeles corect cifrele?

Mihail Marcu: Permite-mi să intervin pentru un moment, Bram.

Bram Buring: Sigur, vă rog.

Mihail Marcu: Voi răspunde la ambele întrebări. În ceea ce privește prima întrebare, reducem treptat expunerea față de EUR. Am făcut deja acest lucru, să spunem, pentru aproximativ 5%-7% din expunerea noastră. Intenționăm să creștem această proporție și să adăugăm aproximativ 60 milioane EUR în primul trimestru al anului 2027. Nu avem un plan exact privind modul în care se va realiza acest lucru și momentul în care vom ajunge la jumătate din această sumă, dar, pentru moment, sperăm ca aproximativ 100 milioane EUR să fie realizați în prima jumătate a anului viitor. Aceasta este referitor la prima întrebare.

În ceea ce privește cele două spitale, ceea ce încerca Flavia să spună este că suntem destul de încrezători că, în cursul anului viitor, vom reuși să semnăm contractele pentru cele două spitale.

Nu ne așteptăm ca situația să se schimbe complet, dintr-odată, deoarece, la urma urmei, aceste spitale au aproximativ 60, respectiv 100 de paturi fiecare. În prezent, Casa Națională de Asigurări de Sănătate îți permite să începi cu 20 de paturi, apoi să treci la 30 de paturi, apoi la 50 de paturi și așa mai departe. Această situație este blocată pentru toate spitalele noi din România, nu doar pentru aceste două spitale ale MedLife.

Bram Buring: Am înțeles, îmi amintesc că aceasta erao problemă. Este util.

Mihail Marcu: Din ceea ce am auzit de la Casa Națională de Asigurări de Sănătate în ultimele două luni, se pare că am putea reuși, în cursul anului viitor, să facem treptat câțiva pași. Suntem încrezători că, în 2027, în această perioadă a anului, nu ne vom mai afla în aceeași situație, fără contracte pentru aceste două spitale.

Bram Buring: Am înțeles. Mulțumesc. Ultima întrebare se referă la platforma regională de investiții pe care ați menționat-o. Cred că este prima dată când auzim despre aceasta. Ați putea oferi mai multe detalii? Ce fel de partener sau cine este partenerul, dacă puteți dezvălui acest lucru? Care ar fi dimensiunea platformei? Cât ar trebui să investiți în M&A prin intermediul platformei împreună cu partenerul dumneavoastră?

Mihail Marcu: Mulțumesc, Bram, pentru întrebare. Suntem în discuții cu o instituție financiară internațională importantă. Acest lucru a fost făcut public. De fapt, am publicat un comunicat de presă în urmă cu aproximativ două săptămâni în legătură cu această inițiativă sau poate acum o săptămână, nu îmi amintesc exact.

În prezentarea noastră am explicat că, să spunem, ne așteptăm să investim între 10 și 15 milioane EUR pe an în următorii patru ani, împreună cu acest fond, care ar putea contribui cu aceeași sumă anual. De ce a spus Flavia că aceasta este o operațiune distinctă de majorarea de capital? Pentru că, în primul rând, majorarea de capital va avea loc și o vom utiliza pentru dezvoltarea activității noastre de M&A și a creșterii noastre naturale, în special în România.

Ne-am dori, în cazul în care vom merge mai departe cu expertiza și know-how-ul nostru în regiune, de exemplu, dacă vom merge în Republica Moldova pentru a avea o participație mai mare acolo, în Bulgaria sau în Serbia. Ofer doar trei exemple. Nu înseamnă că ne angajăm să investim în aceste trei țări, dar acestea ar putea fi pe listă. Având în vedere guvernanța acestor țări și modul în care funcționează piețele serviciilor medicale private de acolo, ne-am dori să fim protejați și să mergem acolo împreună cu o instituție financiară internațională care să fie un scut pentru noi și, în același timp, are birouri și expertiză locale.

Dar, având în vedere suma de poate 10 milioane EUR, poate 12 milioane EUR pe an în următorii patru ani, să nu vă așteptați ca aceasta să fie utilizată împreună cu finanțarea pe care o obținem acum în cazul în care realizăm majorarea de capital. Aceasta înseamnă că putem face acest lucru din fluxul nostru de numerar. Flavia tocmai a prezentat fluxul de

numerar al MedLife. Generăm un flux de numerar destul de bun în fiecare an, aproape 100 milioane EUR pe an.

Așadar, putem utiliza fondurile proprii pentru a finanța, împreună cu această instituție financiară internațională, această investiție în afara României și poate, în România, în wellness, poate în stomatologie, poate în servicii de frumusețe. Deci, nu utilizăm aceste platforme pentru a ne dezvolta sectorul serviciilor medicale din România.

Bram Buring: În regulă.

Mihail Marcu: Nu știu dacă acest lucru răspunde întrebării dumneavoastră.

Bram Buring: Da. Din această sumă, spuneți că ar fi între 10 și 15 milioane EUR anual, cu cât din fondurile proprii ați contribui la platformă?

Mihail Marcu: Așadar, fondurile noastre proprii ar fi de aproximativ 10 milioane EUR, iar cealaltă jumătate ar urma să fie asigurată din fondurile proprii ale acestei instituții financiare internaționale. Din nou, în cazul în care vom concretiza acest acord, nu suntem, să spunem, nici măcar la jumătatea drumului. Dar aceasta este intenția noastră, avem anumite discuții și am putea finaliza și începe investițiile.

Dacă totul merge bine, anul viitor putem contribui cu 10-15 milioane EUR în acest sens din propriile noastre fonduri, din fondurile MedLife, și cu alte 10-15 milioane EUR din partea instituției financiare internaționale.

Desigur, nu vreau să mă limitez la această sumă de 10-15 milioane. Încerc să explic că dorim să investim împreună maximum 100 milioane EUR și, dacă acest lucru se va întâmpla, va avea loc în următorii patru ani, jumătate din partea noastră și jumătate din partea lor. Dar nu ne așteptăm să investim întreaga sumă dintr-o dată. Așadar, în comparație cu România, unde suntem încrezători că, dacă avem o majorare de capital de 100 milioane EUR, știm cum să o utilizăm. Am mai făcut acest lucru în trecut și nu vom sta cu acești bani.

Poate 18-24 de luni, da, desigur, nu în cinci luni, deoarece cunoaștem foarte bine piața din România. Dar extinderea în străinătate este cu totul altceva și nu avem cunoștințele necesare despre acele țări, motiv pentru care avem nevoie de o instituție financiară internațională, în cazul în care vom reuși să semnăm un astfel de acord. Va fi vorba de aproximativ 15 milioane EUR maximum pe an sau, nu știu, în medie 15 milioane EUR, maximum 15 milioane EUR în medie pe an, în următorii patru ani, din partea noastră.

Bram Buring: Am înțeles. În regulă, voi ieși din coada de întrebări. Vă mulțumesc foarte mult.

Operator: Următoarea întrebare vine din partea Laurei Simion, de la Swiss Capital. Vă rugăm să continuați.

Laura Simion: Bună ziua și vă mulțumesc pentru prezentare. Am și eu câteva întrebări despre extinderea regională și apoi câteva întrebări suplimentare referitoare la rezultatele financiare.

În ceea ce privește extinderea în regiune, cum intenționați să vă adaptați modelul de business, având în vedere că în țările pe care le-ați menționat, Serbia și Bulgaria, serviciile medicale private sunt furnizate, în general, prin intermediul asigurătorilor și nu în modul în care se întâmplă în România, unde aveți contact direct cu companiile?

Mihail Marcu: Așadar, din nou, nu suntem nici măcar la 50% din parcursul acestor discuții. Aș prefera să ne oprim aici cu discuția pe acest subiect pentru moment, desigur, nu și în viitor. În cazul în care vom avansa și vom avea ceva semnat, poate în februarie sau martie, atunci, desigur, vom putea oferi mai multe detalii despre acest subiect.

Laura Simion: Cum vedeți marjele acolo? Pentru că, în mod logic, dacă lucrați cu asigurători, marjele sunt mai mici. Cum intenționați să obțineți anumite sinergii sau altceva pentru a nu dilua marja Grupului, la nivel de Grup?

Mihail Marcu: Îmi pare rău, ați putea repeta întrebarea? Are legătură cu extinderea în străinătate?

Laura Simion: Da.

Mihail Marcu: Așadar, ceea ce spun este că nu suntem nici măcar la jumătatea discuțiilor cu această instituție financiară internațională. Aș prefera să ofer mai multe detalii și să

discutăm mai mult despre acest subiect în ianuarie, februarie, dacă vom continua discuțiile cu instituția financiară internațională cu care suntem în prezent în contact. Vă mulțumesc.

Laura Simion: În regulă. Acum, referitor la rezultatele financiare pentru T3 și privind către T4, vă așteptați ca, în ceea ce privește vizitele în clinici, numărul pacienților din spitale și abonamentele corporate, să existe același ritm ca în T3? Sau cum comparați, în acest moment, ultima parte a anului cu T3?

Dorin Preda: Voi prelua eu întrebarea. Ideea este că, dacă urmăriți rezultatele trimestrelor din acest an, veți observa că cea mai mare parte a creșterii noastre provine din faptul că avem mai mulți pacienți decât anul trecut. La începutul anului părea că valoarea medie a tichetului este mai mică decât cu un an înainte, dar, după cum puteți vedea, pe măsură ce avansăm în an, valoarea medie a tichetului tinde să se stabilizeze și apoi să înregistreze mici creșteri. Așadar, aș spune că, fără a avea intenția de a face aici o declarație referitoare la perspectivele, ne așteptăm ca și în trimestrul al patrulea să avem un număr mai mare de pacienți decât anul trecut.

Laura Simion: Și în ceea ce privește marja, vă așteptați să mențineți marja peste 15% în T4, așa cum s-a întâmplat în T3?

Dorin Preda: De fapt, ar trebui să luăm în considerare sezonalitatea. Trimestrul al patrulea, dacă ne uităm și la evoluția istorică, tinde să fie puțin mai slab decât trimestrul al treilea. Așadar, nu m-aș aștepta neapărat să avem aceeași profitabilitate, același raport al marjei, aceeași marjă EBITDA în trimestrul al patrulea, ceea ce este în concordanță cu sezonalitatea rezultatelor pe care o puteți observa deja în istoricul nostru.

Mihail Marcu: De asemenea, pot adăuga, că menținem așteptările bugetare. Așadar, puteți pur și simplu să calculați utilizând acea formulă. Considerăm că bugetul este realizabil.

Am fost întrebați la sfârșitul trimestrului al doilea dacă menținem bugetul, având în vedere că ar trebui să avem o marjă mai bună în a doua jumătate a anului pentru a atinge bugetul. Am spus da, avem încredere că putem respecta bugetul. Iar răspunsul pentru acest trimestru și sentimentul nostru sunt că menținem în continuare bugetul, așa cum l-am propus la începutul anului și cum a fost aprobat de acționari.

Laura Simion: În regulă, vă mulțumesc. Acestea au fost toate întrebările din partea mea.

Operator: Avem o întrebare suplimentară din partea lui Bram Buring, de la Wood & Co. Vă rugăm să continuați.

Bram Buring: Scuzați-mă. Bună ziua. Această întrebare are legătură cu extinderea regională, așa că este posibil să nu doriți să răspundeți deloc la ea. Întrebarea mea era dacă vreuna dintre țările învecinate pe care le analizați susține sistemul de pachete de servicii medicale plătite de angajator, așa cum există în România. Aceasta este întrebarea.

Mihail Marcu: Voi răspunde din nou la această întrebare. În Europa, sistemele sunt foarte, foarte diferite. Se încearcă alinierea lor în măsura posibilului. De exemplu, se încearcă realizarea acelorași autostrăzi, cu aceeași lungime, aceeași distanță între benzinării etc. Se încearcă, de asemenea, alinierea și în alte industrii.

Acum, se încearcă alinierea diferențelor din cadrul sectorului nostru. Sistemele medicale, inclusiv cele din Franța și Germania, care sunt țări vecine și au fost fondatoare ale Uniunii Europene, sunt uimitor de diferite.

Ceea ce spunem în legătură cu această instituție financiară internațională este că, atunci când trecem granița, avem nevoie de o instituție care este stabilită acolo de mult timp, care cunoaște regulile, ne poate proteja și ne poate învăța cum să procedăm. MedLife are o expertiză foarte vastă. Avem expertiză în spitale, clinici, stomatologie, laboratoare și așa mai departe. Fiecare dintre țări, Bulgaria, Moldova, Serbia, Ungaria și, nu știu, Muntenegru, are sisteme de sănătate complet diferite.

Ceea ce vă spunem este că nu va fi ușor să trecem granița. În primul rând, nu intenționăm să facem acest lucru decât dacă reușim și finalizăm acordul cu această instituție financiară internațională cu care discutăm. Nu vom merge cu un spital într-o țară, un laborator într-o altă țară și două clinici într-o altă țară. Avem nevoie de două țări în care să putem crește până la 50-100 milioane EUR. Nu avem dimensiunea echipei de management și nici cunoștințele necesare pentru a avea câte o clinică sau un laborator în fiecare țară. Trebuie

să testăm și să identificăm, împreună cu această instituție financiară internațională, două țări, poate maximum trei, în care să avem expertiza necesară pentru a extinde unul dintre modelele noastre de business. Dar acesta este un subiect care nu este de actualitate în acest moment, deoarece nu am finalizat discuțiile cu instituția financiară internațională.

Și cred că discuțiile cu aceștia, chiar dacă vor fi de acord și vor aproba o astfel de structură pe care încercăm să o punem în aplicare, vor necesita încă două luni pentru a discuta contractele cu avocatul nostru și pentru a realiza planurile împreună cu ei, respectiv unde vom testa și cum vom testa piața. Acesta este motivul pentru care spun că nu vom merge acolo și nu vom face o achiziție imediat.

Nu vă așteptați ca MedLife și această instituție financiară internațională să achiziționeze o companie cu vânzări de, nu știu, 100 milioane EUR sau chiar 50 milioane EUR. Așteptați-vă să facem pași de dimensiunea a 5 milioane EUR, 10 milioane EUR, maximum 15 milioane EUR într-o țară, apoi să testăm, să așteptăm un an și apoi să vedem dacă acel model funcționează.

În acest fel, ceea ce spun astăzi este că, pentru noi, poate este mai important să luăm în considerare majorarea de capital și să creștem în România, unde știm cum să facem acest lucru și unde vom putea crește mult mai rapid, decât prin această structură pe care o analizăm și pe care am anunțat-o pentru a fi foarte transparenți față de acționarii noștri. Dar acest lucru nu se va întâmpla pe termen scurt. Va fi o investiție pe termen mediu, dacă se va realiza.

Bram Buring: Am înțeles. Pare o abordare prudentă. Încercam doar să îmi dau seama dacă componenta corporate a afacerii dumneavoastră poate fi replicată pe piețele învecinate. Acesta era singurul meu scop. Vă mulțumesc foarte mult pentru explicație.

Mihail Marcu: Nu cred că activitatea corporate, cu excepția cazului în care am merge în Polonia, care este o piață matură, iar MedLife nu își propune să ajungă pe acea piață, poate funcționa, în forma în care există astăzi în România, în vreuna dintre țările învecinate, cel puțin pentru moment.

Bram Buring: În regulă, foarte bine. Clar. Vă mulțumesc.

Operator: Nu mai există întrebări audio. Voi transmite acum cuvântul managementului pentru a răspunde la eventualele întrebări scrise online din partea participanților.

Dorin Preda: În regulă. Vă mulțumesc foarte mult. Voi încerca să răspund la întrebările pe care le avem pe platformă. Le voi grupa pe subiecte, nu neapărat să le iau una câte una.

Am o întrebare care se referă, de fapt, la creșterea veniturilor pentru farmacii. Întrebarea era dacă această creștere este legată în principal de volumele mai mari de clienți, dar și de îmbunătățirea mixului de produse.

Da, este. De fapt, există câțiva factori aici. Avem o influență provenită de la o nouă farmacie care a fost deschisă în acest an, M Pharmacy. Apoi avem o creștere a numărului de clienți, pe care, de fapt, o observăm în toate unitățile noastre, așa cum am spus, în toate liniile noastre de business.

Există, de asemenea, o schimbare pe piață, deoarece, în principal, cele mai mari rețele de farmacii au început să producă produse sub marcă proprie și, din acest motiv, există o presiune foarte mare din partea producătorilor pentru a-și promova produsele în farmaciile independente. Acesta este unul dintre motivele pentru care observați și această creștere față de aceeași perioadă a anului trecut.

Acest lucru este, de asemenea, legat de o altă întrebare pe care am primit-o, referitoare la veniturile din categoria Altele, care au scăzut. Este, de fapt, cealaltă față a monedei, deoarece, dacă farmaciile au crescut atât de mult și deoarece producătorii au exercitat o presiune atât de mare asupra farmaciilor independente pentru a crește, distribuția nu a avut rezultate la fel de bune.

Apoi avem o întrebare despre puterea de stabilire a prețurilor. În continuare, nu avem planuri de majorare a prețurilor până la sfârșitul anului. Desigur, există discuții pe care le avem în această privință, dar, din păcate, fondurile disponibile pentru cheltuieli nu au început încă să crească. Avem în vedere inflația. Avem în vedere și evoluția cursului de schimb, care a crescut

în cursul anului, și vom face tot posibilul pentru a transfera aceste efecte către pacienții noștri, dar cel puțin până la sfârșitul anului nu vedem că acest lucru va fi posibil.

Mai departe, văd întrebări referitoare la EBITDA. În cazul EBITDA de 15,1% din T3, cât din aceasta a fost structural, respectiv eficiență în stabilirea prețurilor și maturizarea unităților, și cât a fost sezonier?

Aș spune că cea mai mare parte a fost structurală. Există anumite influențe provenite dintr-o lună august foarte bună în ceea ce privește veniturile, dar, în afară de aceasta, majoritatea este structurală.

Referitor la posibilitatea revenirii la creșterea de 20% din anii anteriori prin adăugarea achizițiilor, întrebarea este cât de important este pipeline-ul pe care îl avem pentru M&A? Ce segmente și ce regiuni vizăm?

După cum probabil știți deja, urmărim foarte îndeaproape piața, atât România, cât și alte piețe din jurul nostru, deoarece, desigur, suntem prezenți în Moldova, suntem prezenți în Ungaria și încercăm să înțelegem ce se întâmplă în fiecare piață. Există mai multe direcții pe care dorim să le dezvoltăm. Desigur, brandul Sfânta Maria trebuie să își extindă cât mai mult rețeaua în țară, dar există și alte segmente în care am început deja să ne dezvoltăm pe verticală. Aș spune că avem experiență aici. Am fost, aș spune, foarte buni în identificarea unor companii bune și foarte buni în integrarea acestora. Acesta ar fi răspunsul pe care l-aș avea pentru această întrebare.

Am o altă întrebare care se referă la creșterea veniturilor pentru spitale, care este de 12,7%. Întrebarea este ce a determinat această creștere?

Din nou, în principal, numărul pacienților. Îmbunătățirea valorii medii a tichetului nu este atât de importantă. Aș spune că cea mai mare parte a acestei creșteri provine din creșterea numărului de pacienți și din creșterea complexității serviciilor.

Cred că întrebarea referitoare la Casa Națională de Asigurări de Sănătate pentru celelalte două spitale a fost deja acoperită.

În continuare, am decis să nu preluăm nicio întrebare referitoare la majorarea de capital, deoarece nu este un subiect aflat pe masă în acest moment.

Am o altă întrebare referitoare la monetizarea celor mai recente dezvoltări, precum genetica și celelalte. Voi aborda această întrebare în observațiile mele de încheiere. Așadar, Caius, doar câteva momente pentru a încheia.

Cred că acestea sunt toate întrebările pentru astăzi și înainte de a încheia, aș dori să fac câteva observații.

Din nou, vă mulțumesc foarte mult tuturor pentru că sunteți astăzi alături de noi pentru prezentarea rezultatelor MedLife pentru primele 9 luni ale anului.

Am trei observații, trei observații importante care au fost menționate anterior de Flavia, dar cred că trebuie să punem puțin mai mult accent pe acestea.

Prima este că MedLife a avut o performanță foarte bună în ultimul trimestru, în pofida provocărilor macroeconomice majore și a presiunii puternice pe care o observăm asupra bugetelor populației.

În ultimele 9 luni, MedLife a crescut cu peste 12%, iar acest procent a fost determinat în principal de creșterea organică și, în principal, de tratarea unui număr mai mare de pacienți. Acesta este un lucru de care suntem foarte mândri. Acest lucru vine, de asemenea, împreună cu o creștere a profitabilității și o creștere a eficienței operaționale. Modul în care devenim din ce în ce mai profitabili este un subiect pe care îl avem pe agenda noastră în fiecare zi.

A doua observație pe care o avem este că poate una dintre cele mai importante inițiative pe care le-am realizat în acest an este că am început parcursul nostru de transformare digitală prin iMed. Știți deja că iMed combină date medicale, genetice și biometrice pentru a îmbunătăți experiența pacienților. De asemenea, oferă o imagine clară asupra stării de sănătate a fiecărui pacient, dar îl ajută foarte mult și pe pacient să înțeleagă beneficiile medicinei preventive personalizate. Mai important decât atât, și cred că aici voi răspunde la întrebarea lui Caius, numărul persoanelor care descarcă aplicația MedLife și, mai mult decât atât, timpul petrecut de acestea utilizând aplicația s-au dublat comparativ cu anul trecut.

Și observăm că se deschide o nouă poartă de acces pentru pacienți către serviciile noastre. În mod tradițional, aveam clinicile, care reprezentau principala noastră poartă de acces pentru pacienți. Iar din clinici direcționam pacienții către alte linii de business. Apoi avem activitatea corporate, care a devenit, din nou, a doua poartă de acces. Se pare că iMed și aplicația MedLife au devenit a treia poartă de acces pentru atragerea pacienților în cadrul rețelei noastre.

Acest lucru vine împreună cu capacitatea noastră de a diferenția testarea genetică. Vine împreună cu capacitatea noastră de a realiza testarea microbiomului și cu capacitatea noastră de a furniza servicii de farmacogenetică în România. Suntem singurul laborator care realizează aceste teste aici, în România, fără să le trimită în afara țării.

Și, împreună cu toate acestea, există și o altă percepție. Vreau să spun că există o percepție tot mai puternică a pacienților că MedLife realizează lucruri complexe și că acesta este locul în care trebuie să vină în cazul în care au probleme medicale specifice.

A treia și ultima observație este că, privind înainte, avem aceste două scenarii care au fost deja discutate. Dorim să ne dezvoltăm în continuare rețeaua în România și, în acest sens, vom rămâne atenți la achiziționarea unor unități medicale mici și mijlocii, dar și a unor centre de wellness și frumusețe. Dar, în același timp, vom continua să investim în tehnologie, digitalizare și medicina preventivă personalizată.

La nivel regional, așa cum spunea Mihail puțin mai devreme, analizăm posibilitatea de a ne extinde treptat. Nu dorim să facem mișcări de amploare, așa cum spunea Mihail puțin mai devreme. Așadar, chiar dacă la început analizăm regiunea Balcanilor, obiectivul general este să ne uităm către Europa Centrală și de Est.

Desigur, extinderea în afara României este motivată de faptul că, în ultimii 30 de ani, am reușit să creăm un model de business care tratează, de fapt, pacientul în fiecare etapă. Fie că vorbim despre prevenție, diagnostic, tratament, monitorizare sau experiență digitală, este un model pe care îl putem și dorim să îl ducem și pe alte piețe. Desigur, pentru a face acest lucru, luăm în considerare opțiunile de finanțare care au fost deja menționate aici. Așadar, acest lucru ne-ar oferi flexibilitatea de a acționa și de a valorifica oportunitățile din România și din străinătate.

Vă mulțumesc foarte mult că ați fost alături de noi în această seară și vă doresc tuturor un weekend foarte plăcut.

Vă mulțumesc.