

---

MedLife a înregistrat în 2021 un profit net de 123 milioane lei, în creștere cu 93%

**MedLife a încheiat anul 2021 cu un profit net de 123 milioane lei, în creștere cu 93% fata de anul anterior, conform unui raport transmis Bursei de Valori Bucuresti.**

Potrivit sursei citate, cifra de afaceri consolidata pro-forma a fost de de 1,632 miliarde lei (332 milioane euro) cu 51,6% mai mare fata de anul 2020. Totodata, veniturile operationale s-au ridicat la 1,647 miliarde lei, în creștere cu 51,6% fata de 2020, în timp ce cheltuielile operationale au atins 1,460 miliarde lei, în creștere cu 49,4%.

"Grupul MedLife a continuat în 2021 strategia dinamica de extindere prin achizitii, iar investitiile au fost directionate catre sustinerea unor obiective strategice care au vizat partea de cercetare, consolidarea zonei de radioterapie si oncologie, amplificarea procesului de digitalizare si de extindere teritoriala, bugetul investit la nivelul anului trecut depasind valoarea de 30 milioane de euro", se mentioneaza în comunicat.

Potrivit reprezentantilor companiei, toate liniile de business au urmat în 2021 un trend ascendent, cu performante notabile pentru divizia de laboratoare, clinici, spitale, dar si pentru stomatologie si farmacii. În ansamblu, anul trecut, MedLife a oferit la nivel national 14 milioane de servicii în regim de analize, investigatii, diagnostic, tratamente si operatii chirurgicale.

Din perspectiva celui de-al doilea an al pandemiei, MedLife s-a concentrat pe interventie rapida în cazul pacientilor cronici si acuti în contextul limitarii activitatii din spitalele de stat.

Reprezentantii companiei sustin ca o activitatea intensa a fost înregistrata pe segmentul de clinici în partea de monitorizare a patologiei cronice si a pacientilor care au trecut prin Covid. În acest context, a fost evidenta si dinamica activitatea diviziei corporate, aceasta fiind axata pe sprijinul oferit companiilor mari, IMM-urilor si start-up-urilor pentru siguranta si sanatatea angajatilor pe perioada pandemiei. În paralel, zona de cercetare a jucat un rol important în ultimul an, agregând resurse proprii si investitii suplimentare de peste 1 milion de euro.

"Anul 2021 a marcat si consolidarea pe segmentul de servicii oncologice dupa ce, de curând, Grupul a primit unda verde din partea Consiliului Concurentei pentru achizitia a 50% din actiunile Neolife România, cea mai mare tranzactie derulata de MedLife anul trecut", se mai spune în comunicat.

Aditional parteneriatului cu NeoLife, MedLife a mai anuntat anul trecut alte 7 tranzactii: Veridia (martie 2021), Medica Sibiu (mai 2021), CED Pharma (iulie 2021), Pharmachem Distributie (august 2021), Grupul Stomestet (noiembrie 2021), Oradent (decembrie 2021), CM Irina Galati.

"Am ajuns la un grad de maturitate care confirma ca MedLife este un model de business sustenabil si replicabil, performanta recunoscuta si prin includerea recenta a companie în indicii FTSE Russell. Ne bucuram mult pentru faptul ca am finalizat parteneriatul cu NeoLife România, fiind cea de-a 36 tranzactie încheiata cu succes la nivel de grup. În prezent, avem discutii în stadii avansate pentru 3 tranzactii de dimensiuni medii si mari si alte 5 mici si speram sa le finalizam pâna la finalul anului. De altfel, bugetul de investitii planificat pentru perioada urmatoare este de 100-120 milioane de euro, iar aproximativ 50-70 milioane de euro intentionam sa-i alocam pentru tranzactii în România si în tarile din regiune", a declarat Mihai Marcu, Presedinte si CEO MedLife.

Conform companiei, programul de dezvoltare si extindere planificat pentru 2022 urmeaza traseul Cluj-Napoca, Timisoara, Constanta, deschideri de noi clinici în Muntenia si Transilvania, dar si în alte regiuni ale tarii, cu obiectivul de a consolida în urmatorii doi ani acoperirea nationala. În acest moment, MedLife detine cea mai extinsa retea din România, cu prezenta în peste 25 de orase mari si medii din tara, fiind singurul operator privat cu o asemenea acoperire la nivel national.

În 2022 va fi impulsiona și dezvoltarea rețelei Sfânta Maria, al doilea brand parte din grup cu focus pe pacienții care își doresc să acceseze în mod special servicii în regim CAS. Anul acesta brandul Sfânta Maria își va extinde prezența în mai multe orașe mici și mijlocii atât prin achiziții cât și organic.

"Obiectivele anului 2022 se leagă și de MedLife Park, cel mai mare hub medical din țară care a intrat într-un ritm susținut de dezvoltare. Astfel, pentru anul acesta este planificată finalizarea primei etape care implică inaugurarea unei noi clinici de mari dimensiuni, amenajarea unor spații green avangardiste, dar și extinderea laboratorului de biologie moleculară și anatomie patologică. Compania vizează o unitate mult mai mare care să acomodeze și divizia de cercetare care își va extinde anul acesta activitatea în zona de oncologie", se menționează în comunicat.

Conform sursei citate, etapa a doua de dezvoltare a acestui hub medical este planificată pentru 2023 când MedLife intenționează să pună în funcțiune noi săli de operație și să extindă capacitatea de spitalizare a celui mai mare spital din cadrul grupului, cu alte 150 de paturi.

Potrivit reprezentatilor companiei, proiectul pilot MedLife Park ar urma să fie replicat pe termen mediu și lung în mai multe orașe mari din țară cum ar fi Brașov, Sibiu, Cluj sau Arad.

Totodată, aditional proiectelor de dezvoltare prin achiziții și în regim organic, MedLife va continua să pună accent pe digitalizare și tehnologizarea serviciilor, fiind o direcție strategică pentru dezvoltarea grupului în perioada următoare.

"Pe măsura ce avansează tehnologia, implicațiile asupra medicinei sunt tot mai evidente: consumul digital reconfigurează abordări tradiționale ale consumatorului, apare un nou tip de pacient care dorește să fie informat și care vrea să aibă acces la aplicații și device-uri care îi eficientizează experiența din punct de vedere timp și costuri, iar ca urmare a acestor schimbări piața serviciilor medicale se transformă la rândul ei.", susține președintele MedLife.

În opinia sa, pandemia a acționat ca un catalizator pentru a reimagina viitorul sănătății atât la nivel colectiv, cât și personal și ca atare a fost făcut un salt mult mai rapid.

"Dacă în primul an de Covid am găsit soluții rapide pentru a oferi pacienților noștri consultatii online sau am pus în funcțiune roboți pentru self check in și self pay, în 2021 ne-am concentrat pe digitalizarea experienței pacientului în raport cu interacțiunea pe care o avem. La nivel de B2C am investit în noi instrumente care te ajută să ai acces în orice moment și de oriunde ai fi la tot istoricul medical și chiar posibilitatea de a le vedea în dinamică sau de a cumpăra produse din secțiunea de shop - toate disponibile într-o singură aplicație. Pe partea de B2B am investit în noi produse digitale care ne ajută în aceste interacțiuni cu angajatorul, dar și cu angajatul. În plus, am digitalizat foarte multe fluxuri și programe la nivel intern. Evoluția tehnologiei ne împinge să ne depășim limitele și să susținem acțiuni din ce în ce mai complexe atât din punct de vedere medical, cât și din punct de vedere tehnologic.", a mai declarat Mihai Marcu.

El susține că medicina de mâine este despre roboți, realitate virtuală, realitate augmentată, holograma, procesarea datelor și monitorizare la distanță.