

Polska firma przejęła znaną markę fitness od spółki z NA SDAQ

Spółka Ive Outdoor przejęła firmę Queenax od amerykańskiej grupy Precor, spółki zależnej Peloton Interactive, notowanego na NASDAQ producenta sprzętu fitness. Skokowy wzrost skali działalności ma przełożyć się na siedmiokrotny wzrost przychodów już w tym roku



Łukasz Rawa
l.rawa@pb.pl

► DWA LATA PRZED KONKURENCJĄ:

Rynek profesjonalnych zewnętrznych stref fitness w praktyce sami definiujemy. Jako jedyni oferujemy technologię all-in obejmującą cały proces – od prac ziemnych przez produkcję urządzeń i elektronikę po systemy płatności i oprogramowanie spinające wszystko w jedną platformę. Realizacje m.in. przy stadionie PGE Narodowy oraz współpracy z Benefit Systems pokazują, że dostarczamy w pełni autonomiczne obiekty zintegrowane z popularnymi aplikacjami treningowymi. Wyprowadzamy rynek o dwa-trzy lata – mówi Mateusz Lendzioszek, dyrektor ds. rozwoju biznesu w Ive Outdoor.

[FOT. MW]

Polska spółka Ive Outdoor przejęła globalną markę Queenax wraz z pełnym pakietem aktywów operacyjnych obejmującym know-how, linie produkcyjne, dokumentację techniczną oraz portfolio własności intelektualnej. W zakres transakcji wchodzi m.in. znaki towarowe, wzory przemysłowe i patenty chronione nie tylko na poziomie globalnym i europejskim, ale także na kluczowych rynkach, w tym w USA, Chinach, Japonii, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Brazylii i Australii. Strony nie ujawniają wartości transakcji.

Globalna marka trafia w polskie ręce

Firma Queenax powstała na początku minioniej dekady jako producent modułowych konstrukcji do treningu funkcjonalnego. W 2015 r. została przejęta przez fińską grupę Amer Sports i włączona do segmentu fitness rozwijanego pod marką Precor. Sam Precor w 2020 r. trafił w ręce notowanego na NASDAQ Peloton Interactive. Sprzedaż Queenaksa – spółki, która w ciągu ostatnich 12 lat wygenerowała łączne przychody przekraczające 270 mln USD – jest konsekwencją decyzji Pelotona koncentrującego się obecnie na podstawowej działalności, czyli domowym ekosystemie treningowym



opartym na sprzęcie, subskrypcjach i treściach cyfrowych.

– Ciekawostką jest, że globalną rozpoznawalność Queenaksa pomógł zbudować powstały strefy treningowe – mówi Mateusz Lendzioszek, dyrektor ds. rozwoju biznesu w Ive Outdoor.

dostrzegł potencjał marki i zamówił setki konstrukcji m.in. do klubów fitness oraz pociągów Virgin Trains West Coast, gdzie powstały strefy treningowe – mówi Mateusz Lendzioszek, dyrektor ds. rozwoju biznesu w Ive Outdoor.

Skokowy wzrost skali po przejęciu
Ive Outdoor specjalizuje się w realizacji plenerowych stref treningowych i współpracuje m.in. z Benefit Systems. Do tej pory spółka rozwijała się organicznie, bez finansowania zewnętrznego. W zeszłym roku

– jeszcze bez Queenaksa – wypracowała 15 mln zł przychodu oraz 3,3 mln zł zysku.

– Zakładamy, że w 2026 r. nasze przychody wzrosną siedmiokrotnie – mówi Mateusz Lendzioszek.

Jak podkreśla, Queenax dysponuje siecią ponad 100 dystrybutorów krajowych obsługujących 135 rynków oraz ponad 200 lokalnych dystrybutorów w USA. Już w tym roku marka ma odpowiadać za około połowę przychodów całej grupy.

Na obecnym etapie Ive Outdoor nie widzi bezpośredniej konkurencji w kluczowym segmencie działalności, czyli realizacji plenerowych obiektów fitness w formule pod klucz.

– Mamy 24-36 miesięcy przewagi technologicznej, zanim rynek dojdzie do naszego poziomu. Chcemy ten czas wykorzystać do zbudowania co najmniej 120 takich obiektów na świecie – zarówno własnych, jak też franczyzowych oraz realizowanych dla klientów komercyjnych, którym przekazujemy gotowe obiekty w dniu otwarcia. W tym modelu współpracujemy m.in. z Benefit Systems – mówi Mateusz Lendzioszek.

W segmencie samej marki Queenax naturalnym punktem odniesienia jest marka Outrace należąca do Technogymu. Jak podkreśla spółka, mimo silnego zaplecza konkurenta Queenax historycznie wygenerował wielokrotnie wyższą sprzedaż i posiada znacznie większą bazę instalacji. Zdaniem Ive Outdoor zwinność organizacyjna i koncentracja na jednym segmencie mają pozwolić tę przewagę nie tylko utrzymać, ale także systematycznie powiększać.

Kluczowym czynnikiem wzrostu przychodów grupy, w tym samej marki Queenax, ma być cyfryzacja oferty. Obejmuje ona zarówno nowe urządzenia, jak też znaczną część z ponad 21,5 tys. instalacji już działających na świecie.

– Przygotowujemy system treningowy w modelu SaaS, który łączy sprzęt z oprogramowaniem i pozwoli zarządzać treningami grupowymi oraz indywidualny-

mi w ramach jednej platformy. Dzięki bazie urządzeń liczymy na trwałą przewagę konkurencyjną i możliwość zbudowania globalnego ekosystemu łączącego hardware z oprogramowaniem – tłumaczy dyrektor ds. rozwoju biznesu w Ive Outdoor.

Równolegle Queenax ma pełnić rolę narzędzia ekspansji. Marka wnosi do grupy kilkadziesiąt gotowych produktów oraz międzynarodowy kanał dystrybucji, który umożliwia szerokie oferowanie rozwiązań Ive Outdoor, w tym przede wszystkim zewnętrznych klubów fitness.

Rozwój wymusza zmiany

Skok skali oznacza także zmianę etapu rozwoju. Ive Outdoor kończy fazę startupową i buduje struktury dostosowane do działalności międzynarodowej. Obejmuje to formalizację procesów i wzmocnienie zespołu menedżerskiego oraz zaplecza operacyjnego.

W najbliższym czasie funkcję prezesa obejmie Iwona Nieścior mająca 30-letnie doświadczenie w zarządzaniu. Do zespołu dołączyła także Łucja Minga, która odpowiada za koordynację rozliczeń na kilkudziesięciu rynkach.

Równolegle swoje pioniry rozbudowują udziałowcy spółki: Damian Romanik, dyrektor operacyjny, oraz Wiktor Kumala, dyrektor sprzedaży. Ich zespoły są powiększane, by obsługiwać globalny łańcuch dostaw i sieć dystrybucji Queenaksa.

Spółka nie wyklucza kolejnych przejęć, choć – jak podkreśla – priorytetem pozostaje rozwój organiczny.

– Prowadzimy rozmowy dotyczące przejęcia podmiotu w USA oraz firmy w Polsce, z którą już dziś blisko współpracujemy. Otrzymujemy także propozycje finansowania od funduszy i graczy branżowych, ale na tym etapie stawiamy na reinwestowanie zysków. Przy akwizycjach korzystamy z finansowania dłużnego od zaufanych partnerów, co pozwala nam zachować pełną kontrolę właścicielską i nie rozważać udziałów – mówi Mateusz Lendzioszek. ☺ ☹

OKIEM EKSPERTA

Fitness wychodzi poza siłownię

DR PRZEMYSŁAW GROBELNY, partner CMT Advisory

Z perspektywy rynku M&A transakcje w segmencie fitness coraz częściej wpisują się w globalny trend redefinicji infrastruktury treningowej zarówno pod względem formatu, jak też lokalizacji. Dynamiczny rozwój funkcjonalnych stref treningowych, w tym outdoorowych, nie jest już niszą, lecz odpowiedzią na popyt, który pojawia się w miejscach dotychczas pozbawionych dostępu do obiektów fitness. Dotyczy to nie tylko przestrzeni publicznych, ale także hoteli, apart hoteli, inwestycji mieszkaniowych czy obiektów mixed-use, gdzie dostęp do treningu coraz częściej staje się elementem standardu, a nie dodatkiem.

Rynek fitness wciąż pozostaje bardzo nierównomiernie nasycony. Polska jest tu dobrym przykładem szerszego globalnego zjawiska – blisko 1,9 tys. gmin zamieszkałych przez ponad 7 mln osób nie posiada żadnego klubu fitness ani siłowni sieciowej. Podobne białe plamy występują także na rynkach Europy Zachodniej czy Ameryki Północnej, zwłaszcza poza dużymi aglomeracjami. To właśnie w tych lokalizacjach najszybciej rozwijają się mniejsze, wyspecjalizowane formaty: kompaktowe siłownie osiedlowe, studia treningowe czy koncepcje low-cost, które opierają ekspansję na skali, powtarzalności i szybkości wejścia na rynek.

W tym kontekście rośnie znaczenie modułowych rozwiązań wyposażeniowych – zarówno indoor, jak też outdoor – pozwalających w krótkim czasie uruchomić w pełni funkcjonalną przestrzeń treningową, bez długotrwałych procesów projektowych i wysokich nakładów inwestycyjnych. Obserwujemy obecnie wyścig o atrakcyjne, dotychczas niepokryte lokalizacje, a przewagę konkurencyjną zyskują operatorzy, którzy po rozpoznaniu nisz są w stanie najszybciej uruchomić punkt, by uprzedzić konkurencję.

Istotnym katalizatorem zmian jest również jakość infrastruktury outdoorowej. W wielu krajach, w tym w Polsce, zdecydowana większość plenerowych stref treningowych nie spełnia podstawowej funkcji. Dominują urządzenia oparte wyłącznie na ciężarze własnym użytkownika, pozbawione realnego, regulowanego oporu, co w praktyce uniemożliwia progresję treningową. W efekcie takie strefy mają charakter czysto rekreacyjny i nie odpowiadają na potrzeby osób trenujących regularnie, co coraz wyraźniej widać w zmianie oczekiwań użytkowników i inwestorów.

Równolegle obserwujemy silny trend integracji sprzętu fitness z technologią. Nie chodzi już wyłącznie o sprzedaż urządzeń, lecz o dostarczanie kompletnego, skalowalnego rozwiązania treningowego łączącego sprzęt z oprogramowaniem, analityką danych i narzędziami wspierającymi użytkownika. Dla operatorów siłowni oznacza to konkretne korzyści biznesowe: lepsze monitorowanie aktywności klientów, personalizację treningów, elementy grywalizacji, integrację z aplikacjami mobilnymi czy systemami wearable, a w efekcie wyraźny wzrost retencji i spadek liczby rezygnacji z członkostwa. Coraz częściej są to platformy umożliwiające zarządzanie całą strefą treningową – od planowania zajęć i obciążeń przez analizę progresu po automatyzację dostępu i płatności. Na tym tle rośnie aktywność transakcyjna w branży fitness. Wartość coraz częściej przesuwa się z samego produktu w stronę platformy, know-how wdrożeniowego i zdolności do szybkiego skalowania na wielu rynkach. To właśnie te elementy, a nie tylko moce produkcyjne stają się dziś kluczowymi aktywami w procesach fuzji i przejęć, zwłaszcza w segmentach łączących fitness, technologię czy nieruchomości.

Amerykański fundusz chce przejąć Software Mind

Ailleron podpisał z Tailwind list intencyjny w sprawie sprzedaży software house'u, w którym ma niemal 50 proc. akcji. W ciągu miesiąca inwestor ma złożyć wniosek o koncentrację.

Giełdowy Ailleron, który w lutym 2025 r. rozpoczął przegląd opcji strategicznych pod kątem zbadania wariantów wyjścia wraz z funduszem Enterprise Investors z Software Mindu poprzez sprzedaż wszystkich lub większości udziałów, znalazł potencjalnego inwestora.

W listopadzie ubiegłego roku Software Mind, Ailleron,

Polish Enterprise Funds SCA (zarządzany przez Enterprise Investors) oraz Tailwind Capital Partners podpisały list intencyjny i rozpoczęły negocjacje.

Tailwind wyraził chęć nabycia wszystkich akcji Software Mindu. Giełdowa firma zdecydowała się na opublikowanie informacji o liście intencyjnym, gdyż Tailwind obecnie jest gotowy do dokonania zgłoszenia planowanego przejęcia, tym samym informacja i tak trafiała do wiadomości publicznej. Okres wyłączności negocjacyjnej z Tailwindem trwa do 27 lutego 2026 r. Do tego czasu amerykański fundusz ma zgłosić zamiar koncentracji.

„Na dzień publikacji niniejszego raportu bieżącego, niezależnie od zamiaru dokonania

przez Tailwind zgłoszenia koncentracji, ostateczne warunki transakcji nie zostały jeszcze ustalone. Spółka zaznacza, że proces negocjacji transakcji nie został zakończony i jego wynik, a przez to prawdopodobieństwo faktycznego przeprowadzenia transakcji jest niepewne. W szczególności finalizacja transakcji może zostać uzależniona także od spełnienia określonych warunków prawnych i podlega czynnikom zewnętrznym niezależnym od spółki, jej akcjonariuszy i Tailwindu” – podał Ailleron w raporcie.

Software Mind świadczy usługi tworzenia oprogramowania dla firm w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych oraz – pod marką Ampliiv – dla branży telekomunikacyjnej. Ailleron

jest właścicielem 49,8 proc. akcji Software Mindu. Drugim inwestorem jest Enterprise Investors, jeden z największych funduszy private equity w Europie Środkowo-Wschodniej. W skład grupy Software Mind wchodzi kilkanaście spółek, w tym Chmurowisko, Value Logis czy Core 3. Spółki z grupy działają w Europie (Rumunia, Hiszpania, Wielka Brytania, Niemcy) i w USA. Za oceanem grupa jest obecna za pośrednictwem firm The Big Three 912, Virtual M i Prosoft.

Tailwind Capital to prywatna firma inwestycyjna z ponad 20-letnim doświadczeniem, która koncentruje się na inwestycjach w średnie firmy m.in. z segmentu usług IT. Od momentu powstania Tailwind za-

inwestował w ponad 50 spółek portfelowych i zrealizował ponad 250 dodatkowych akwizycji.

Ekspert firmy doradczej PwC w ubiegłym tygodniu wskazywali w PB, że software house'y, w które jeszcze kilka lat temu chętnie inwestowały działające w Polsce i regionie fundusze private equity, stały się problematycznymi aktywami.

– Teraz ze względu na rozwój AI wartość firm informatycznych bez własnych rozwiązań wyraźnie spada. W tych branżach kupującymi mogą być raczej szukający synergii inwestorzy branżowi, a nie fundusze – mówił Adam Demusiak, partner i lider zespołu fuzji i przejęć w PwC. ☺ ☹

Grzegorz Suteniec
g.suteniec@pb.pl



► SOFTWARE'OWA SKALA:
Grupa Software Mind, na czele której stoi Grzegorz Młynarczyk, działa na rynku od 25 lat i zatrudnia ponad 1600 osób. [FOT. ARČ]

BGK zainwestował w polski fundusz Cogito

Bank Gospodarstwa Krajowego dołożył 15 mln EUR do drugiego funduszu Cogito Capital Partners, którego docelowa kapitalizacja ma wynieść 125 mln EUR. Fundusz venture capital inwestuje w technologiczne scale-upy z apetytem na ekspansję zagraniczną.

Cogito Capital Partners to jeden z polskich funduszy venture capital inwestujących w bardziej dojrzałe spółki działające w Europie Centralnej, a mające potencjał na ekspansję w Stanach Zjednoczonych.

W listopadzie 2024 r. ogłoszono tzw. pierwsze zamknięcie Cogito Fund II przy zebranych 90 mln EUR. Teraz Bank Gospodarstwa Krajowego (BGK) poinformował o swoim udziale w drugim zamknięciu. Zainwestował 15 mln EUR.

Kapitał na niwelowanie luki inwestycyjnej

– Brakuje funduszy o znaczącej kapitalizacji przekraczającej 100 mln EUR, dzięki czemu polskie innowacyjne firmy mogłyby liczyć na wsparcie także w późniejszych rundach finansowania, na etapie budowania większej skali działania. Przez naszą inwestycję w fundusz Cogito Fund II mamy nadzieję wesprzeć rynek VC i growth capital oraz przyczynić się do powstania

funduszu o wielkości adekwatnej do potrzeb rynku – zaznacza Marcin Prusak, dyrektor pionu inwestycji i analiz BGK.

Dodaje, że zaangażowanie inwestorów instytucjonalnych, w tym instytucji rozwoju, jest kluczowe, by wielkość lokalnych funduszy mogła zbliżyć się do europejskiej średniej.

Fundusz prowadzi proces pozyskiwania kapitału do drugiego wehikułu Cogito Fund II od jesieni 2024 r. Zdolał przyciągnąć finansowanie publiczne również od takich instytucji jak Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju (15 mln EUR), Międzynarodowa Korporacja Finansowa (IFC) z grupy Banku Światowego (15 mln EUR), Europejski Fundusz Inwestycyjny (do

15 mln EUR) i Polski Fundusz Rozwoju (10 mln EUR).

Fundusz Cogito z widokiem na USA

– Dostrzegamy wyjątkowe możliwości inwestycyjne w segmencie growth capital wynikające z wyraźnej luki kapitałowej w tym zakresie w całej Europie, jak również z dużego potencjału rozwoju spółek technologicznych z Polski i innych krajów Europy Środkowej na rynkach globalnych – mówi Sylwester Janik, partner zarządzający Cogito Capital Partners.

Biuro Cogito w Nowym Jorku oferuje spółkom wsparcie operacyjne w USA, pomoc w rozwoju sprzedaży na tamtejszym rynku i przygotowaniu do sprzedaży udziałów. Fundusz

angażuje się w firmy dokapitalizowywane kwotą nawet do 50 mln EUR w rundzie B lub rundach późniejszych. Zawsze inwestuje w konsorcjach z innymi wehikulami w podmioty działające w modelu B2B mające potwierdzony model biznesowy i roczne przychody na poziomie co najmniej 5-10 mln EUR. ☺ ☹

Magdalena Glowacka
m.glowacka@pb.pl

► DRUGI FUNDUSZ ROZPOCZĄĆ INWESTYCJE:

W portfolio Cogito Fund II, drugiego funduszu Cogito Capital Partners zarządzanego przez Sylwestra Janika, znajduje się pięć spółek działających w sektorach enterprise software'u, fizycznego AI i robotyki oraz fintechowym. [FOT. WM]

