

## ישראל כרטיס בע"מ

### שיחת משקיעים – תוצאות רבעון שני 2026, 13 באוגוסט 2026

משתתפים: תמר יסעור – יו"ר דירקטוריון, איתמר פורמן – מנכ"ל, יוני רגב – סמנכ"ל כספים

**מנחה:** שלום וברוכים הבאים לשיחת המשקיעים של ישראל כרטיס לפרסום התוצאות לרבעון השני 2026. לידיעתכם, כל משתתפי השיחה הינם במצב ההאזנה. במהלך השיחה ניתן לשלוח שאלות בצ'אט. לאחר הצגת התוצאות, הנהלת החברה תתייחס לשאלות. לידיעתכם, מפגש זה מוקלט וההקלטה תועלה בהמשך לאתר החברה. נמצאים איתנו תמר יסעור, יושבת הראש, איתמר פורמן, המנכ"ל ויוני רגב סמנכ"ל הכספים. לפני שאעביר את רשות הדיבור לתמר יסעור, ברצוני לציין שייתכן שבמידה שיימסר בשיחה זו, ייכלל מידע צופה פני עתיד. ככל שיימסר מידע כזה, הוא עשוי שלא להתממש כולו או חלקו, או להתממש באופן שונה, מהותית מכפי שנצפה על ידי החברה, ויחולו לגבי כל העקרונות בקשר למידע כזה, לרבות שלא להסתמך עליו. שיחה זו אינה מחליפה את הצורך לעיין בדוחות החברה ל-2025 לרבעון השני ל-2026 ובדיווחים השוטפים בהם נכלל המידע המלא, לרבות מידע בהתאם לסעיף 32א לחוק ניירות ערך. זכות הדיבור מועברת כעת לתמר יסעור. תמר, בבקשה.

#### תמר יסעור, יו"ר דירקטוריון

צהריים טובים לכולם ותודה שהצטרפתם. קשה היה לי להגדיר את משפט הפתיחה לוועידה הזאת, אבל מבחינתי רבעון סופר סופר מרגש ולא פחות מדרמטי. מה שהצלחנו לעשות ברבעון הזה, ואנחנו מפרסמים גם את הנתונים נכון ליום פרסום הדוחות, הצלחנו לקחת מנוע צמיחה מרכזי שהגדרנו אותו כאסטרטגי, מנוע צמיחה של הכרטיסים החוץ-בנקאיים, ולעשות בו פשוט קפיצת מדרגה משמעותית ביותר. אנחנו מדווחים על יותר מ-250 אלף כרטיסי FlyCard, כרטיסים חוץ-בנקאיים ובנקאיים בישראל. בתחילת השנה התחלנו לראות צמיחה יפה בכרטיסים החוץ-בנקאיים שלנו, אבל הצטרפות מועדון FlyCard, אחרי ההסכם שחתמנו עם אל-על והמועדון, הצליחה להגיע פשוט לשיאים מרשימים. בעבודה מאומצת של קצת יותר משלושה חודשים, הצלחנו להגיע ל-250 אלף כרטיסים, וחשוב מאוד מאוד לציין, וכל מי שמכם רואה, ברבעון השני רק חודש יוני בעצם מראה את הצמיחה בכרטיסים האלה. אנחנו מפרסמים את המספר נכון ליום פרסום הדוחות, כך שבאופן טבעי, ברבעון הזה החברה עוד לא נהנתה מהכנסות אותם 250 אלף כרטיסים, אבל כן לקחה על גבה את הוצאות הבנייה, התשתית, ההנפקה ויצירת המועדון הגדול והמפואר הזה. אז על זה אנחנו רגועים באמת עוצרים ואומרים תודה לאיתמר, לחברי ההנהלה, לעובדות ועובדי ישראל כרטיס, שבעבודה מאומצת לא סטנדרטית, 7-24 הגיעו למספר המדהים הזה. מהבחינה הזאת מה שחשוב להבין שכמובן הכרטיסים החוץ-בנקאיים האלה מצטרפים למצבת הכרטיסים הגדולה ביותר בענף של ישראל כרטיס, וכשאנחנו מסתכלים על נתוני שב"א לחודש יולי, אנחנו רואים שישראל כרטיס לראשונה מזה הרבה זמן, לא רק במחזוריים הכי גבוהים בענף, אלא בקצב הצמיחה הכי גבוה בענף בכרטיסי האשראי. זה יבוא לידי ביטוי במחזוריים מקומיים, בפלטפורמה לאשראי, במספר הלקוחות ובכל מה שנרצה ונדבר עליו בהמשך כהתפתחות עתידית של ישראל כרטיס. אז מהבחינה הזו, כשאני מדברת על FlyCard, עד היום דיברנו על הפוטנציאל ועל העתיד ועל התוספת העתידית של 1.2 עד 1.6 מיליארד שקל לרווח, פה אנחנו מדברים על תוצאה בפועל, לא על תחזית ולא על פוטנציאל, אלא על 250 אלף כרטיסים אמיתיים. מנוע הצמיחה המדהים הזה מצטרף למנוע הצמיחה הוותיק יותר, שעליו אני מדברת כבר הרבה מאוד, וזה כמובן האשראי הצרכני והאשראי העסקי, סך הכל תיק האשראי של ישראל כרטיס עבר את ה-13.1 מיליארד שקלים, בשוק האשראי העסקי אנחנו עם התיק הגדול ביותר והצמיחה המואצת ביותר, בשוק האשראי הצרכני אנחנו בצמיחה קונסיסטנטית וטובה, לאורך זמן, ובאמת ה-13.1 זה רף שמאוד מרשים מבחינתנו, איתמר ויוני יצללו לעומק על כל המרכיבים של הנושא. אבן אסטרטגית נוספת ומנוע צמיחה מאוד משמעותי לישראל כרטיס בחטיבה העסקית, החשבון העסקי החוץ-בנקאי, השקנו אותו לפני יותר משנה, ופה אני רגע שמה סוגריים. דיווחנו בחודשים האחרונים על משא ומתן עם קבוצת esh מתוך ראייה אסטרטגית, תפיסה אסטרטגית להפוך לבנק, בנק ישראל כרטיס. אחת האפשרויות הייתה הסכם עם קבוצת esh שבסופו של דבר לא יצא לפועל. מכיוון שכבר לפני יותר משנה השקנו את החשבון העסקי החוץ-בנקאי כפלטפורמה בנקאית עם פוטנציאל ענק להפוך לבנק, אנחנו נמשיך בדרך הזאת, אמנם העסקה היא לא הושלמה, אבל האסטרטגיה של להרחיב את שירותי הבנקאות, להרחיב את הפלטפורמה של מוצרים ושירותים ולהפוך בעצם לבנק ישראל כרטיס עדיין קיימת. כך בעצם כל מנועי הצמיחה האלה מתחברים יחד,

שמים את ישראל כרטיס לדעתי במקום מצוין של מובילות, של מנועי צמיחה יציבים, של מנועי צמיחה שכבר מביאים הכנסות מאוד מרשימות, אבל כמו שהתחלתי בהתחלה, מבחינתנו זו רק ההתחלה. מעבר לזה אנחנו מסכמים כמעט שנה עם בעלת שליטה חדשה, קבוצת דלק, לפני כשנה הושלמה הרכישה של חברת דלק את ישראל כרטיס וחברת דלק הפכה לבעלת שליטה. אני כן רוצה להדגיש שהגב החזק של קבוצת דלק מאפשר לישראל כרטיס, כמו שאנחנו אומרים יותר מהר, יותר חזק, יותר גבוה, ליזום ולממש את כל היעדים העסקיים, ועל כך גם תודה על השותפות החדשה הזאת. אני יכולה לדבר עוד שעה, כמו שחלקכם מכירים ויודעים, אבל אני מעבירה את רשות הדיבור לאיתמר, מנכ"ל ישראל כרטיס, ובהצלחה ותודה.

## איתמר פורמן, מנכ"ל

תודה, תמר. אז כמו שנאמר, אנחנו באמת, כמו שתמר אמרה, אנחנו באמת מתרגשים להמשך הדרך. אז בסך הכול מה שאתם רואים לפניכם, ובהמשך למילים של תמר, יש פה את המספרים מולכם, אנחנו מסכמים רבעון חזק מאוד, צמיחה בכל תחומי הפעילות, בכל מנוי הצמיחה שלנו, אפשר לראות את מחזור העסקאות הגבוה בענף, כמעט 67 מיליארד שקלים, ההכנסות שלנו צמחו ב-11% ל-954 מיליון, תיק האשראי צמח ב-20% לשיא של 13.1 מיליארד שקל, ותיק האשראי העסקי, הגדול בענף גדל בחצי מיליארד שקל רק בחצי שנה. קצב מדהים. יש נתון אחד שממחיש את קצב השינוי שלנו יותר מכל. יש לישראל כרטיס, כמו שנאמר, כבר מעל רבע מיליון כרטיסי FlyCard. רבע מיליון. בארבעה חודשים בלבד הגדלנו את מספר הכרטיסים החוץ-בנקאיים ב-200,000, זה חסר תקדים לישראל כרטיס, זה חסר תקדים בשוק כולו. מהפכה אמיתית לבסיס הלקוחות שלנו, מהפכה אמיתית בכלל. עם הכניסה שלי לתפקיד הגדרנו אסטרטגיית צמיחה ברורה. אנחנו רוצים להרחיב את בסיס הלקוחות, להגדיל את פעילות האשראי ולהעמיק את הקשר עם הלקוחות במגוון רחב מאוד של שירותים. ברבעון הזה אנחנו פעם ראשונה רואים את כל המנועים האלה עובדים יחד. יש לנו יותר לקוחות, יותר פעילות ויותר אשראי. והכי הכי חשוב, המומנטום הזה ממש לא מסתיים ב-30 ביוני, להפך הוא רק מתחיל. הביצועים כבר משקפים את זה, משקפים את השינוי, אבל החלק המשמעותי של התרומה הכלכלית עוד לפנינו, ואנחנו נראה אותו ברבעון הבא וברבעונים הבאים. אנחנו צומחים, מגשימים את האסטרטגיה שלנו ונכנסים עם מומנטום מאוד מאוד חזק לחצי השני של השנה. אי אפשר לא לדבר על FlyCard ברבעון הזה, מהמועדונים הגדולים והאיכותיים שיש בישראל, מאופיין בנאמנות גבוהה של הלקוחות ובריכוז מחזורי עסקאות. חתמנו באפריל על הסכם לעשר שנים שהוא מהפכה אמיתית בשוק, לא פחות מזה. הוא צפוי לתרום לנו בין 1.2 ל-1.6 מיליארד שקלים לרווח לפני מס בתקופת ההסכם, זה מספר מדהים, והצלחת ההשקעה רק מחדדת את הביטחון שלנו בתחזית הזאת. יש לנו כבר מעל 250,000 כרטיסים, הסבנו לקוחות בסדרי הגודל ובקצבים שלא נראו כמותם. ההשקעות הנדרשות לצורך העברת מועדון כזה מושקעות ברובן השנה, גם את זה פרסמנו, והחלק היחסי שלהם כבר בא לידי ביטוי בדוח הנוכחי. את הפירות הראשוניים בלבד אנחנו רואים כבר ברבעון הזה, עם הלקוחות ועם גידול במחזורים, אבל את ההמשך ואת המשך הצמיחה ואת המשך המחזורים ואת ההכנסה נראה ברבעונים הבאים. לסיכום, לא מדובר רק במועדון אלא במנוע צמיחה של ממש, שמרחיב את בסיס הלקוחות, את המחזורים ואת פעילות האשראי. יצרנו ערך כלכלי אמיתי לישראל כרטיס שצפוי לתרום רבות לשורה התחתונה שלנו לאורך שנים. השקף הזה, אני מבקש שתסתכלו עליו, הוא משקף את המהפכה שיש לישראל כרטיס עשתה. זינוק מטאורי בקצב ההנפקות מתחילת הרבעון ועד סוף יולי, ולא סתם הצגנו פה גם את הנתונים של יולי. העלייה החדה במספר הכרטיסים החוץ-בנקאיים, אני אדגיש שיעיקר הצמיחה גם רואים את זה בגרף, היא החל מיוני, המועד שבו התחלנו להשיק את כלל הכרטיסים של FlyCard, לשווק אותם, כלומר בגין חודשיים בלבד רואים את מירב הצמיחה פה. FlyCard הוא אכן המחולל המרכזי בתוספת הזאת, אבל הוא לא היחיד. אנחנו ממשיכים לחזק את בסיס המועדונים שלנו ובסיס הלקוחות שלנו. אני אזכיר שאת מועדון "חבר" חידשנו בהסכם לעשר שנים בתחילת השנה, ברבעון הזה השקנו גם את מועדון "מאמי", עם שיא ביום ההנפקה הראשון שלו, ו-"SuperFly" הושק רק אתמול, מועדון הצרכנות של רמי לוי עם ישראיר, וגם הוא צפוי לחולל שינוי דרמטי במועדוני הצרכנות. אנחנו מחזקים את האקו-סיסטם שלנו ומצרפים את זה למועדונים המצוינים שכבר נמצאים אצלנו. בגרף הזה אפשר לראות גם את קצב החסר התקדים של גיוס כרטיסים, פי 2.5 הנפקות ברבעון הזה לעומת רבעונים קודמים. זה באמת חסר תקדים, חצינו את רף 2 מיליון כרטיסים החוץ-בנקאיים, גידול של 10% בתיק שלנו בתוך 4 חודשים בלבד, והקצב נמשך גם ברבעון השלישי. כלומר הזינוק בכמות הכרטיסים לא נעצר, להפך אנחנו רואים המשך מגמה וחשוב לנו לחדד את ההשפעה המהותית של המחזורים וההכנסות רק מתחילים לראות ברבעון הזה, וברבעונים הבאים וברבעון

השלישי גם אנחנו נראה את ההשפעה בצורה גוברת. עכשיו מה שתמר אמרה בנוגע לאסטרטגיה שלנו להקמת בנק, אנחנו נחוישים להמשיך לקדם את ההיערכות שלנו לקבלת רישיון בנקאי. חשוב להדגיש שאנחנו לא מתחילים מאפס, אין פה בנקאות יש מאין, יש לנו כבר לפני שנתיים החלטנו לפתח פלטפורמה של חשבון עסקי. ישראל, שהיא הסולקת הגדולה בענף, היא בעלת היקף הלקוחות העסקיים הכי גדול והכי מגוון בענף, מעל 100,000 לקוחות עסקיים. יש לנו את תיק האשראי העסקי הכי גדול והכי צומח, והוא צומח מדי רבעון. כל אלה, לצד בסיס הלקוחות הפרטיים הגדול שלנו, מהווה תשתית להרחבת שירותים פיננסיים, וכל זה בדרך להרחבת שירותים בנקאיים, ובסוף בדרך להיות בנק. אני אעצור פה ואעביר ליוני להצגת התוצאות הפיננסיות, ונחזור בהמשך.

## יוני רגב, סמנכ"ל הכספים

תודה רבה איתמר, צהריים טובים לכולם. אני חושב שכמו שתמר ואיתמר אמרו, זה רבעון מאוד מאוד מרגש, ממש אנחנו יכולים לראות בו את השינוי המשמעותי שעובר עלינו וקורה כאן בישראל. אני אציג עכשיו את תמצית התוצאות הפיננסיות של הרבעון השני. לפני שאני אדבר על ישראל כספית, אני אתחיל בסקירת מאקרו קצרה ואתייחס לפרמטרים העיקריים שמשפיעים עלינו. ישראל היא בבואה של המשק הישראלי, ובדרך כלל מה שקורה במשק, בקניות אנחנו פחות או יותר אותו דבר. אני שמח לומר שהפעם אנחנו רואים משהו קצת שונה, השינויים שאיתמר ציין ואני גם אתייחס אליהם, בבסיס הלקוחות והכרטיסים הגדול שלנו, אנחנו מתחילים לראות השפעה משמעותית ואנחנו צומחים מעבר לצמיחה הכללית בענף שלנו. הרבעון הזה בדומה קצת לרבעון הקודם, אנחנו נחלק אותו לשני חלקים. החלק הראשון הוא חודש אפריל. חודש אפריל עדיין הושפע באופן מאוד משמעותי משאגת הארי והפעילות הכלכלית הייתה יחסית מוגבלת. בשני הגרפים משמאל ניתן לראות את זה בבירור, אפשר לראות שאת מספר הישראלים היוצאים לחו"ל, אפשר לראות שבאפריל הוא אמנם עלה ממרץ אבל הוא עדיין היה מאוד נמוך, מאוד נמוך ביחס לשנה שעברה, מאוד נמוך ביחס לתקופת הפסח וגם מבחינת היקף המחזורים בכרטיסי האשראי בישראל, אפריל היה חודש עם היקף הוצאה נמוך, בדרך כלל חודש הפסח הוא חודש עם הוצאה גבוהה יחסית ואפריל מאוד הושפע משאגת הארי. נאמר עוד משהו שאנחנו כן ראינו גם בצפון את ההשפעה המשמעותית של המלחמה, היא המשיכה כמובן יותר עמוק מיתר המדינה והייתה תלויה בעצמות הלחימה. בחודשים מאי ויוני אפשר לראות התאוששות, אפשר לראות התאוששות משמעותית גם במחזור המקומי והתאוששות גם במספר הישראלים שיוצאים לחו"ל. יוני, לדוגמה, אפשר לראות שהגענו להיקף דומה פחות או יותר לחודשי הקיץ של שנת 2025 אבל עדיין לא שם. אני מזכיר שמספר הישראלים שנוסעים לחו"ל זה מנוע הכנסות מבחינתנו, תיירות יוצאת והקניות בחו"ל. אפשר לראות גם את חודש יולי ששמנו פה, שהתאוששות ממש, יש קפיצה במספר הישראלים שיוצאים לחו"ל וגם המחזורים בארץ גבוהים משמעותית. מבחינת ריבית בנק ישראל, בנק ישראל ביצע ברבעון הפחתת ריבית של רבע אחוז וגם לאחר הרבעון ביולי רבע אחוז נוסף כך שריבית בנק ישראל כידוע לכם עומדת היום על שלושה וחצי אחוזים לעומת ארבעה וחצי אחוזים ברבעון המקביל אשתקד. מאחר שרוב תיק האשראי שלנו בריבית משתנה, הירידות בריבית משפיעות לנו על ההכנסות, אבל אני אציג את זה בצורה ברורה יותר מאוחר יותר. בעצם הסיפור המרכזי והבשורה של הרבעון הזה, כמו שגם איתמר וגם תמר דיברו, הוא ללא ספק הקפיצה המטאורית שלנו בבסיס הלקוחות במספר הכרטיסים, בדגש על FlyCard, אבל לא רק. ברבעון השני בעצם הנחנו את התשתית, את מספר הלקוחות, את הכרטיסים שיבואו לידי ביטוי בהאצה בהכנסות ברבעונים הבאים. אם נסתכל על ארבעת הגרפים בצד ימין, הם מספרים את כל הסיפור של ההשקעה שלנו, שהיא תתבטא בהמשך בהאצה בהכנסות. סיימנו את הרבעון השני עם גידול של 4% במצבת כרטיסי האשראי הפעילים שלנו ל-4.84 מיליון כרטיסים. אבל זה לא הסיפור, אם תסתכלו את הצבע השחור, עוד לפני האפקט המלא של FlyCard, הצגנו רבעון מול רבעון גידול של 11% במספר הכרטיסים החוץ-בנקאיים. ואם תסתכלו בוורוד מצד ימין, הצמיחה המדהימה הזאת ממשיכה גם ביולי. ביולי לבדו, בחודש אחד, גדלנו ב-6% במספר הכרטיסים החוץ-בנקאיים הפעילים. הגענו ל-1.55 מיליון כרטיסים פעילים. זאת אומרת שאותם כרטיסים, אותו גידול במספר הכרטיסים הוא לא רק פלסטיקים, זה לקוחות שקונים שמסיתים מחזורים, והגידול וההכנסות יגיעו בהמשך. בפרק זמן של 4 חודשים בלבד, סך הכרטיסים הפעילים בישראל גדל ב-150,000. זה מספר מטורף. אני מזכיר שרק מ-4 ביוני, ישראל יכלה לשווק את כלל כרטיסי FlyCard, כפי שאיתמר אמר, מירב הגידול הוא בחודש יוני וחודש יולי, כך שההכנסות יגיעו החל מהרבעון השלישי. סך מחזורי העסקאות בכרטיסי האשראי עלו ב-9%, גידול של כמעט 6 מיליארד שקלים ל-66.8 מיליארד שקלים. גם כאן בולט האפקט של הכרטיסים החוץ-בנקאיים, שכבר כמה רבעונים אנחנו אומרים שזה אחד

מהדגשים שלנו, עם גידול של 17% במחזורי העסקאות החוץ-בנקאיים שלנו. כל אלה הביאו ל-4% גידול בהכנסות מפעילות בכרטיסי האשראי, ל-633 מיליון שקלים. גם פה אני אזכיר את אפריל שהושפע מהמלחמה מאוד בהיבטי המחזורים ומבחינת ההכנסות, ואת העובדה שהגידול המשמעותי של הכרטיסים מבחינת הכנסות עדיין לא נמצא אצלנו. הכנסת הריבית מלקוחות עלתה ב-8% ל-333 מיליון שקלים. אני רוצה להבהיר, ריבית בנק ישראל הממוצעת היא הייתה גבוהה ב-0.6% בממוצע ברבעון המקביל אשתקד, לעומת הרבעון הזה. ירידה לחברה כמו ישראלכרט היא משמעותית. ועדיין הצמיחה באשראי הביאה אותנו לגידול בהכנסות הריבית מלקוחות על אף ירידת ריבית בנק ישראל. אני עובר לגרף השמאלי מלמעלה, וכמובן אותן הוצאות שגם דיווחנו עליהן, הוצאות ההסבה של לקוחות FlyCard, הוצאות הרכשת הלקוחות החדשים, באות לידי ביטוי בהוצאות ברבעון שעמדו על 780 מיליון שקלים. אין ספק שהקצב צמיחה שלנו בלקוחות, בכרטיסים משפיע, אנחנו עומדים לחלוטין בתוכניות, במה שדיווחנו בתוכניות הכלכליות שלנו בהיבט הזה, ויאפשר לנו גידול משמעותי ברבעונים הבאים. מבחינת הרווח, אנחנו דיווחנו על רווח של 80 מיליון שקלים ברבעון הנוכחי, הוא כולל גם הכנסה מדיבידנד עקב מכירת ביימי של 65 מיליון שקלים. מבחינת ההוצאות, אני גם אציין ה-290 מיליון שמופיעים בשחור, זו אותה ההוצאה על פסק דין המע"מ ברבעון המקביל אשתקד. אני אציין שישראלכרט ביחד עם שתי חברות כרטיסי האשראי האחרות, הגשנו ערעור על פסק הדין והנושא יתברר. אני אעבור עכשיו לנושא האשראי. סך תיק האשראי שלנו חצה את רף ה-13 מיליארד עומד על 13.1 מיליארד שקלים. זה גידול של 20% בשנה וקצב גידול שנתי של 2.5 מיליארד שקלים. מבחינת התיק העסקי, התיק ממשיך לצמוח רבעון אחר רבעון, באופן עקבי משלים צמיחה של 28% בשנה האחרונה למעל 3.7 מיליארד שקלים, עם גידול של 300 מיליון שקלים ביתרת תיק האשראי העסקי שלנו רק ברבעון האחרון. זו צמיחה מאוד משמעותית, אנחנו מאוד גאים בה, כאשר הכנסות הריבית עלו ל-93 מיליון שקלים, ואפשר לראות פה באופן ברור את הדומיננטיות שלנו בקרב הלקוחות העסקיים, זה מתקשר גם לדברים שאיתמר דיבר על החשבון העסקי ועל האסטרטגיה שלנו קדימה. גם תיק האשראי הצרכני ממשיך לצמוח כמו שהוא צמח ב-2025, אנחנו ממשיכים עם הצמיחה המואצת הזאת, גם ברבעונים האלה השלמנו צמיחה דו-ספרתית של 17% בשנה האחרונה, 1.3 מיליארד שקלים גידול בשנה אחת באשראי הצרכני, הכנסות הריבית עלו ב-9.6% ל-240 מיליון שקלים. גם פה על אף המלחמה, אני מזכיר, דיברתי על המלחמה, אז על אף השפעות המלחמה והיו השפעות למלחמה גם על הביקושים לאשראי וכן הלאה, אנחנו ממשיכים לראות קצב צמיחה גדול, בלי שאנחנו מוותרים על איכות התיק. כמו שציינתי, תיק האשראי שלנו צומח. הרגולציה שלנו בהיבט הוצאות להפסדי אשראי זו רגולציית CECL שמחייבת הפרשה מלאה ביום העמדת האשראי לכל אורך חיי ההלוואה, כלומר בגידול תיק, או גידול תיק מביא בהכרח לגידול בהוצאות להפסדי אשראי לפי רגולציית CECL. רשמנו ברבעון הזה הוצאות של 83 מיליון שקלים הוצאות להפסדי אשראי, סך המחיקות נטו וההוצאה הפרטנית עמדו על 77 מיליון שקלים, או 0.42% שיעור מחיקות נטו והוצאה פרטנית מיתרת החייבים. אומנם יש עלייה קטנה בשיעור המחיקות הרבעוני, אבל חלק מההסתכלות הרבעונית הזאת הושפעה גם מהמלחמה, מהעובדה שהיה קושי בגבייה, הייתה סגירה של ההוצאה על הפועל בחלק מהתקופה, אבל אני רוצה, חשוב לי להדגיש פה, בהסתכלות שלנו, בהסתכלות קדימה, אנחנו לא רואים פה שינוי מגמה, אנחנו לא רואים שינוי באיכות התיק, אנחנו לחלוטין בטוחים באיכות של התיק, אם מסתכלים קדימה אנחנו יכולים לראות, ואפשר לראות את זה גם בדוחות, ששיעור והיקף החובות הבעייתיים יורד, ואנחנו רואים גם בפרמטרים נוספים אצלנו שהאיכות של התיק נשמרת ואין כאן שינוי במגמה בהיבט המחיקות. התשתית מימון החזקה שלנו מאפשרת לנו להמשיך לצמוח מבחינה עסקית ולהגדיל את תיק האשראי שלנו. בגרף השמאלי אפשר לראות את הגידול במסגרות האשראי של הקבוצה, שגדלו מסוף 2025 מ-8.7 ל-10 מיליארד שקלים, וגם את הניצול הממוצע שגדל ל-3.6 מיליארד שקלים. זה מבטא את הגידול בפעילות העסקית שלנו, גם בעולם התשלומים, גם בעולם החוץ-בנקאי, הקניות החוץ-בנקאיות, וכמובן כמובן הגידול הדרמטי שלנו בתיק האשראי שלנו. מבחינת יחסי ההון אנחנו ממשיכים לעמוד ביחסי הון מעל המינימום הרגולטורי, יחסי ההון האלה אפשרו לנו את המשך הצמיחה, עם יחס הון רובד אחד של 10.6% ויחס הון כולל של 12.3%. התשואה להון של הרווח המדווח ברבעון הזה היא 9.8%. לסיכום החלק הזה, החלק של הסקירה הפיננסית, דיברנו על המלחמה שהשפיעה מאוד על התוצאות שלנו של חודש אפריל, ויחד עם זאת ועל אף ההשפעה הזאת אנחנו מסיימים רבעון עם צמיחה בכל הפרמטרים ואנחנו מאוד מאוד מעודדים ומתרגשים קדימה. הרבעון הזה הוא באמת רבעון מיוחד שניתן לראות בו בבירור את ההצלחה ואת הגידול בלקוחות בכלל והחוץ-בנקאיים, עם גידול של 200 אלף כרטיסים חוץ-בנקאיים בארבעה חודשים בלבד, זה משהו שלא נראה בשוק, הוא חסר תקדים והוא יביא את הפירות שלו מאוד מאוד מהר, כמו שתמר אמרה אנחנו כבר חשים את זה בדיווחים של שב"א ובמה שאנחנו רואים כמובן. כאמור הגידול הזה צפוי לבוא לידי ביטוי בהכנסות ברבעונים הקרובים וכבר ברבעון השלישי. אז תודה רבה לכולם, איתמר אעביר חזרה אליך לדברי סיכום.

## **איתמר פורמן, מנכ"ל**

תודה רבה ליוני. לפני שנעבור לשאלות, השקף המסכם, אני רוצה להתייחס בפרספקטיבה של חצי שנה בתפקיד ולאחר שנה לרכישת השליטה על ידי קבוצת דלק. אנחנו לגמרי מרגישים בתנופת עשייה ומימוש האסטרטגיה לצמיחה שלנו בכל מנועי הפעילות המרכזיים, אמרתי אותם קודם, חוזר עליהם שוב, צמיחה באשראי, זינוק בבסיס הכרטיסים בעיקר החוץ-בנקאי, מומנטום מדהים לרבעונים הבאים בבסיס הלקוחות ובבסיס ההנפקות, ובנוסף אנחנו ממשיכים לקדם את קבלת הרישיון הבנקאי על בסיס הפלטפורמה של החשבון העסקי, ועל בסיס קהל הלקוחות הרחב שלנו. במקביל אנחנו שמים פוקוס גם על מהלכי ייעול וצמצום הוצאות. מבחינתי אנחנו רק בהתחלה של המהפכה של ישראלכרט. אנחנו עם מומנטום חיובי כבר עכשיו, מומנטום חזק לעתיד הקרוב, וכמובן גם לטווח הארוך מאוד. אנחנו נרצה לעבור לשאלות.

**מנחה:** בבקשה, כדי לשלוח שאלה, לחצו על כפתור הצ'אט ורשמו את השאלה בחלון הצ'אט מצד ימין. לפני השאלה, כתבו בבקשה את שמכם המלא ושם הארגון.

נעבור לשאלות

כמה מתוך 250 אלף הכרטיסים הסבתם בתקופה? האם זה בהתאם לתוכניות שלכם? גזרת התעופה היא אחת החמות ויש בה הרבה תחרות. האם בתחום כל כך תחרותי אפשר להרוויח? מה היתרון שלכם? ולאיזה נתח שוק אתם מכוונים? ושאלה נוספת קשורה, האם צפיתם את תגובת חברת כאל עם Fly All?

**איתמר פורמן, מנכ"ל** - טוב, אז ככה. קודם כל ההשקה של FlyCard מאוד מוצלחת, לגמרי תואמת את הציפיות ואני אפילו אגיד בסוגריים אפילו מעבר. אנחנו הצגנו תחזית של תוספת רווח של 1.2 עד 1.6 מיליארד שקל לרווח לפני מס במהלך תקופת ההסכם וההשקה המוצלחת רק מחזקת את היכולת שלנו לתת את התחזית הזאת. גזרת התעופה היא באמת חמה, אפקט FlyCard עושה את שלו ואנחנו שמחים להיות בצד של FlyCard. לגבי כמות הכרטיסים של FlyCard, אז נכון להיום יש לנו יותר מרבע מיליון כרטיסים של FlyCard אצלנו, שיתפנו שבארבעה החודשים הראשונים מההשקה חצינו את רף 200 אלף הכרטיסים החוץ-בנקאיים, המחולל המרכזי, אמרתי גם קודם, הוא FlyCard. ועוד יותר חשוב לחדד שעיקר הצמיחה בעצם בגין חודשיים מתחילת יוני ועד יולי שאלו הנתונים שאנחנו מציגים פה, והמומנטום נמשך כמו שאמרתי קודם. חשוב לי גם להדגיש את הייחודיות של כרטיס FlyCard, בכרטיס FlyCard אנחנו למעשה מקבלים את הכרטיס שהוא גם כרטיס ייחודי מעצם זה שהוא מרכז את הרכישות בו, והוא גם כרטיס ייחודי מעצם זה שהוא מרכז את התשלומים של המחזיקים בו, ואין דומה לו ואין שני לו בריכוז המחזורים. לגבי השאלה של תגובת כאל עם Fly All, אז בהחלט לא הופתענו. נגיד, אזכיר שגם אנחנו השקנו את אפליקציית TimeOff, והייתה גם אל-על שהפיקה את אל-על Travel ועוד, ואני חושב שכולם אפליקציות יפות וחשובות, אבל הן לא ברות השוואה ל-FlyCard, FlyCard באמת יש רק אחד, כמו שהפרסומת אומרת.

**מנחה:** שאלה בנושא אסטרטגיה. עברה שנה לכניסת דלק, ואיתמר כבר בתפקיד המנכ"ל. מתי תציגו תוכנית אסטרטגית עדכנית?

**איתמר פורמן, מנכ"ל** - אז אני אגיד, ואני חושב שהתייחסתי גם לזה במצגת. האסטרטגיה שלנו מאוד ברורה. אנחנו רוצים להרחיב את בסיס הלקוחות, אנחנו רוצים להגדיל את פעילות האשראי, ואנחנו רוצים להעמיק את הקשר עם הלקוח על ידי הרחבת השירותים הפיננסיים. אנחנו גם מיישמים את זה, גם לזה התייחסתי במצגת. תיק האשראי שלנו שובר שיאים בכללי ובטח ובטח בעסקי. אנחנו מגדילים דרמטית את בסיס הלקוחות שלנו, ובמיוחד עם דגש על החוץ-בנקאי. ואנחנו גם פועלים לקבלת רישיון בנקאי כמו שצינתי קודם, שיאפשר הקמה על בסיס החטיבה העסקית והעוצמות שלה והחשבון העסקי, ועל בסיס כר הלקוחות המאוד רחב שלנו.

**מנחה:** יש פה בקשה להתמקד בנושא מהלכי הייעול והיעילות התפעולית. האם תוכלו לפרט בבקשה? מה אתם מתכוונים לעשות ומתי?

**איתמר פורמן, מנכ"ל** - קודם כל אני אציין, אנחנו בצמיחה ומאיצים. ובצד השני, ורוצים להגדיל את נתח השוק כמובן, ועושים את זה גם. ולצד השני של זה יש גם רצון וכוונה תמידית לשפר את היעילות של החברה בצד ההוצאות. פרסמנו גם את זה בדוחות הכספיים, שאנחנו כבר השנה פועלים לצמצום הוצאות וייעול תהליכים, שיביאו לחיסכון עוד השנה של עשרות מיליונים. זה החל מיצירת אוטומציות ותהליכי רובוטיקה ו-AI, תהליך שבו

מיזגנו שתי חטיבות לתוך שתי חטיבות קיימות, ועוד הרבה מאוד איסוף של הרבה מאוד מקומות שבהם אפשר לייצר חסכונות ויעילות, וכל זה מסתכם, כמו שצינתי קודם, לעשרות מיליונים עוד השנה.

**מנחה:** שאלה נוספת על FlyCard, מה השפעת FlyCard על ההוצאות ברבעון?

**איתמר פורמן, מנכ"ל -** אז פרסמנו גם כשחתמנו על ההסכם, יש הוצאות משמעותיות להסבת מועדון בסדר גודל הזה אלינו, בטח להסבה מוצלחת כמו שאנחנו עושים. ריבוי ההוצאות מגיע ב-2026, והחלק היחסי של אותן הוצאות, משתקף כבר בתוצאות הרבעון הנוכחי, כלומר בתוצאות הרבעון השני. וחשוב לי גם להדגיש בהקשר הזה, שאת ההוצאות אנחנו רואים ברבעון הזה, ההכנסות עוד רק בתחילת דרכן ברבעון הזה, לקוח שגויס כבר עכשיו, לא מיד רואים את ההשפעה של המחזורים שלו, למרות שהוא הסיט את המחזורים. אנחנו נראה את ההכנסות בגין אותם מחזורים, בגין אותם דמי כרטיס, ברבעון העוקב, ולכן את התוצאה הכלכלית הצפויה, אנחנו נראה בהמשך, וגם זה באמת מאוד חיובי שצריכים לקחת אותו בחשבון במבט על הוצאות והכנסות.

**מנחה:** שאלות על תיק האשראי. אתם ממשיכים להציג צמיחה רבעון אחר רבעון בתיק האשראי, אבל קצב העלייה היחסי בהכנסות מריבית נמוך יותר, למה? מדוע?

**איתמר פורמן, מנכ"ל -** אז ככה, תיק אשראי, בסופו של דבר ההכנסות מתיק אשראי מושפעות, אפשר לקרוא לזה ארבעה אלמנטים מרכזיים, קודם כל יתרת תיק האשראי, הריבית במשק, תמהיל הלווים והסיכון שלהם. אני מזכיר שאפילו יוני הראה את זה, ורואים את זה כמובן בדוחות הכספיים. בסך הכל ההכנסות שלנו מריבית מלקוחות עלתה ב-8% לעומת רבעון מקביל. זה בזמן שהריבית ברבעון המקביל, בסוף הרבעון המקביל אשתקד, הייתה גבוהה ב-0.75% לעומת הריבית הנוכחית. וקודם כל ריבית הבסיס נמוכה יותר, וזה משפיע על הכנסות מריבית. מנגד, הגדלנו את התיק בהיקפים כאלה ובפרופיל סיכון כזה, שהצלחנו לייצר שמירה על פרופיל הסיכון ועל תיאבון הסיכון, ומנגד, גדיל את התיק באחוזים ניכרים, התייחסנו אליהם קודם, ב-20% ב-12 החודשים האחרונים. הגידול בבסיס הלקוחות, וכתוצאה מגידול בסיס הלקוחות יש גם את גידול בתיק האשראי, מקזז, ויותר מירידת ריבית הבסיס. שניהם ביחד בסוף מאפשרים לנו לייצר גידול בהכנסה, וכמובן אם לא הייתה ירידה בריבית הבסיס של בנק ישראל, ההכנסות היו גבוהות יותר, אבל למרות הירידה אנחנו מייצרים הכנסה עודפת וגידול בהכנסה.

**מנחה:** שאלה בנושא הפיכה לבנק. האם אתם יכולים לשתף לגבי התוכניות שלכם מבחינת הפיכה לבנק? ועוד שאלה קשורה, האם אתם חושבים שתהיה לכם הכבדה ברגולציה?

**איתמר פורמן, מנכ"ל -** אז אני חושב שהתייחסתי לזה במצגת, אבל אני אחזור קצת על הדברים שוב. למעשה, ללא קשר לעסקת esh שלא יצאה לפועל, בסופו של דבר, ישראל כר כר התחילה לפני שנתיים להקים את הפלטפורמה העסקית, החשבון העסקי החוץ-בנקאי, לפני שנה כבר השקנו אותו והוא כבר פועל ובהצלחה, וזו תשתית מצוינת להקים עליה או לבנות עליה את השירותים הנוספים שבסופו של דבר יהיו בנק. אני מזכיר, אנחנו הכי גדולים בעולם של האשראי העסקי בין החברות החוץ-בנקאיות ובין חברות כרטיסי האשראי by far, אנחנו צומחים שם הכי הרבה, יש לנו תיק הסליקה הגדול במערכת, יש לנו למעלה מ-100,000 לקוחות, הכי מגוונים והתיק הכי גדול גם בהקשר הזה, ובסופו של דבר כל הבסיס הזה כולו מייצר לנו יתרון מאוד גדול, נוסף לזה את הבסיס הלקוחות הפרטיים הרחב שלנו והגדול מאוד, כל זה יחד מאפשר לנו פלטפורמה מצוינת והאסטרטגיה, כמו שצוין, כמו שתמר ציינה ואני ציינתי קודם, לא השתנתה, אנחנו מתכוונים להרחיב את השירותים ולהפוך להיות בנק בסופו של דבר עם מלוא השירותים. לגבי הרגולציה, אני אזכיר, ישראל כר מפוקחת על ידי בנק ישראל כבר היום, הרצון והמוטיבציה שלנו קיימת, אין לי ספק שהיא גם קיימת בצד של הפיקוח, והשינוי שלנו שיידרש בהתאמות רגולטוריות הוא מינימלי, בטח ביחס לגופים אחרים שהם לא מפוקחים על ידי בנק ישראל. ונוסיף על זה שגם בנק ישראל פרסם נב"ת שיש בו הקלות, וההקלות האלה בוודאי שיחולו גם עלינו, ובסופו של הקושי שלנו במעבר מגוף סולק לבנק הוא צפוי להיות מינורי ואני בטוח שגם יהיו בו הקלות, כי אני חושב שזה אינטרס של כולם.

**מנחה:** תודה על השאלות. תודה רבה, איתמר. בזאת הסתיימה שיחת המשקיעים של קבוצת ישראל כר ופרסום התוצאות לרבעון השני 2026. תודה על השתתפותכם, בהמשך יום טוב.

**איתמר פורמן, מנכ"ל -** תודה לכולם.