

Warszawa, 21.12.2017

Rynek telekomunikacyjny i telewizji kablowej w Polsce czeka intensywny rok zmian

Ponieważ powoli wchodzimy w rok 2018, analitycy Haitong Bank przejrzeni się operatorom telekomunikacyjnym w Polsce i wyróżnili najważniejsze – według nich – tematy, które mogą napędzać rynek. Zdaniem analityków, duże znaczenie dla sektora w nadchodzącym roku będzie miało przejście Netii przez Cyfrowy Polsat, które może spowodować dalsze fuzje i przejęcia, szczególnie wśród operatorów infrastrukturalnych i telewizji kablowej. Ponadto, wśród kluczowych tematów dla telekomów analitycy wymieniają możliwą intensyfikację konkurencji na rynku oraz zakup przez Cyfrowy Polsat praw telewizyjnych do UEFA Champions League.

Gorący okres konsolidacji

Przejście Netii to kolejny krok pozwalający Cyfrowemu Polsatowi wejść na obecnie bardzo słabo spenetrowany przez niego rynek dużych i średnich miast. Jest on aktualnie zdominowany przez telewizję kablową w segmencie płatnej telewizji, w telefonii stacjonarnej przez Orange Polska, a w telefonii komórkowej przez T-Mobile, Orange i Play.

Wezwanie do wykupu do 66 proc. akcji Netii (a w przyszłości zapewne na 100 proc.) musi uzyskać zgodę organów antymonopolowych. Prezentując transakcję z Netią, Cyfrowy Polsat poinformował, że planuje przedstawić aktualizację celów średnioterminowych w pierwszym kwartale 2018 r., a wezwanie obowiązuje do 5 marca 2018 r. Oznacza to, że firma spodziewa się bardzo szybkiej decyzji ze strony Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta (UOKiK). Zdaniem Konrada Książepolskiego, Szefa Działu Analiz Haitong Bank, to podejście jest nieco zbyt optymistyczne, biorąc pod uwagę sprawy, które są i będą rozpatrywane przez UOKiK. W październiku 2016 r. UPC podpisało warunkową umowę o przejściu 100-procentowego pakietu w Multimedia Polska (MMP). Do dziś UOKiK wciąż nie wydał decyzji w tej sprawie. Transakcja pomiędzy UPC i MMP dotyczyła operatorów kablowych, którzy działają w tej samej technologii, a ich sieci nakładają się na siebie w wielu obszarach. Oprócz transakcji UPC/MMP, UOKiK pracuje obecnie nad przejściem Mili przez Eurocash, niebawem zajmie się transakcją Cyfrowy Polsat/Netia i będzie się również musiał wypowiedzieć w kwestii transakcji Macquarie/INEA.

Analitycy zdają sobie sprawę, że przejście Netii przez Cyfrowy Polsat jest dla urzędu antymonopolowego łatwiejsze do przeanalizowania niż UPC/MMP. Głównie dlatego, że działalność Cyfrowego Polsatu i Netii nie zazębia się. – Jedynym punktem budzącym wątpliwości może być rynek płatnej telewizji, w którym Cyfrowy Polsat już ma blisko 34-procentowy udział. Netia ze swoimi około 180 tys. klientów telewizji IP ma około dwuprocentowy udział w rynku. Razem daje to prawie 36-procentowy udział w rynku płatnej telewizji, a to oznacza koncentrację na rynku. Może to skłonić UOKiK do uważniejszego przeanalizowania tej transakcji i odłożenia w czasie ostatecznej decyzji – mówi Konrad Książepolski.

Czego się spodziewać na rynku po zakupie Netii?

Po przejściu Netii przez Cyfrowy Polsat, Play wraz z T-Mobile pozostaną w 100 proc. mobilnymi i nie w pełni konwergentnymi operatorami telekomunikacyjnymi w Polsce. Ważne pytanie brzmi, jak może to wpłynąć na nich, na cały rynek i jakie inne ruchy może wywołać. Jeżeli chodzi o Play i T-Mobile, to analitycy Haitong Bank uważają, że pierwszy operator był i najprawdopodobniej będzie znacznie bardziej wydajny niż T-Mobile. Dodatkowo transakcja Cyfrowego Polsatu i Netii z definicji jest obliczona na rynek stacjonarny w gęsto zamieszkałych regionach, zdominowanych dotąd przez operatorów kablowych, które teraz próbuje odzyskać Orange. Zdaniem analityków, na rynku

telewizji kablowej może zatem dojść do dalszych transakcji i zmian. Play ostatnio podpisał umowę o współpracy z UPC, której celem jest wspólna sprzedaż usług. Przejęcie Netii może jedynie przyspieszyć ten proces. Jak zaznacza Konrad Książopolski, biorąc pod uwagę, że UPC jest skupiony na transakcji z Multimedia Polska, przejęcie Play przez UPC jest mało prawdopodobne. Inni operatorzy kablowi, tacy jak Vectra i Toya są w gorszej pozycji konkurencyjnej, bo nie mają podpisanego strategicznego partnerstwa z żadnym operatorem komórkowym.

Konkurencja nadal mocna

Ostra konkurencja przez wiele lat była kluczowym powodem, dla którego wartość polskiego rynku telekomunikacyjnego spadała. Mimo rosnącej bazy klientów i nasycenia, wartość rynku obniżyła się do około 39,5 mld złotych w 2016 r. z 43 mld złotych w roku 2008. Za ostrą konkurencję odpowiadał przede wszystkim Play, który startował od zera w 2007 r., by stać się drugim graczem na rynku z 15 mln klientów.

Od kilku kwartałów operatorzy telekomunikacyjni sygnalizują, że konkurencja na rynku komórkowym ustabilizowała się i złagodniała, co było również widoczne w niewielkim wzroście liczby klientów abonamentowych Orange Polska i Plus (Cyfrowy Polsat). Wcześniej na ich bazę numerów wpływ miała agresywna oferta handlowa Play. Te stopniowo stabilizujące się warunki konkurencyjne w segmencie mobilnym były również widoczne w statystykach MNP (Mobile Number Portability). W nich Play stopniowo wyhamowywał tempo wzrostu netto i brutto na rzecz innych graczy rynkowych, w tym zarówno operatorów infrastrukturalnych (Orange Polska, Plus, T-Mobile), jak i wirtualnych (takich jak Virgin czy Premium Mobile).

Czynnikiem, który według analityków Haitong Bank złagodził konkurencję rynkową, mogła być bardzo kosztowna aukcja LTE, warta łącznie 9,4 mld złotych. To znacząco wpłynęło na przepływy finansowe niemal wszystkich operatorów komórkowych (poza Plusem) i ich wskaźniki zadłużenia. Analitycy uważają również, że złagodzenie konkurencji rynkowej było spowodowane zmianą w podejściu biznesowym Play. Firma przestała się koncentrować na zdobywaniu udziału w rynku na rzecz czerpania wartości i gotówki z istniejącej bazy klientów.

Co ważne, wzrost liczby abonamentowych subskrybentów usług głosowych Orange Polska i Plusa odbywał się w ostatnich dwóch latach kosztem dosyć słabej strategii komercyjnej T-Mobile. T-Mobile dokonał jednak zmian w zarządzie i wprowadził bardziej agresywne podejście komercyjne, ukierunkowane na mobilne usługi szerokopasmowe. – Może to stanowić zagrożenie dla bazy ADSL Orange Polska. Ta odnowiona strategia komercyjna zaczyna być również widoczna w MNP, gdzie T-Mobile poprawił zarówno wynik brutto, jak i wskaźnik rezygnacji, co skutkuje wyraźnie lepszym wynikiem netto, który przez trzy ostatnie lata był negatywny – zaznacza Konrad Książopolski.

Analitycy Haitong Banku nie spodziewają się wojny cenowej w segmencie dostępu do szerokopasmowych usług mobilnych na polskim rynku telekomunikacyjnym. Nie oczekują jednak też, by konkurencja rynkowa całkowicie osłabła. Ich zdaniem, z uwagi na to, że T-Mobile mierzy w segment szerokopasmowych usług mobilnych, najbardziej podatni na jego ofertę mogą być abonenci ADSL. Dla nich LTE jest rozsądną alternatywą jeżeli chodzi o lepszy i szybszy dostęp do internetu.

Znaczenie UEFA Champions League na rynku płatnej telewizji

Jak zaznacza Konrad Książopolski, przy wysokim stopniu nasycenia rynku płatnej telewizji, konkurencja o nie-linearny i wysokiej jakości content video posiadany na wyłączność, będzie zyskiwała na znaczeniu jako kluczowy czynnik wyróżniający. Analityk podkreśla, że mimo wysokiej ceny (potencjalnie około 110 mln euro), jaką Cyfrowy Polsat zapłacił za prawa do transmitowania ponad tysiąca meczów UEFA Champions League i UEFA Europa League (Ligi Mistrzów i Ligi Europy)



HAITONG

przez trzy kolejne lata (do 2021 roku), jest to decyzja słuszna. Jego zdaniem może to przynajmniej nieznacznie zmienić kształt rynku płatnej telewizji, a Cyfrowy Polsat może okazać się zwycięzcą w tej grze.

Przez wiele lat NC+ budował swoją przewagę konkurencyjną na rynku jako dostawca kontentu sportowego klasy premium. Zdaniem analityków Haitong Bank, niektórzy abonenci NC+ mogą poważnie rozważyć rezygnację z obecnie używanych planów taryfowych płatnej telewizji i przenieść się na Cyfrowy Polsat. Dzięki skonsolidowanej ofercie może on również zmniejszyć ich miesięczne rachunki za telewizję.

Według Konrada Księżopolskiego, istnieje kilka sposobów, w jakie Cyfrowy Polsat może i prawdopodobnie wykorzysta umowę z UEFA. Po pierwsze, posiadanie praw telewizyjnych na najważniejsze rozgrywki w piłce nożnej przyciągnie obecnych klientów Cyfrowego Polsatu, co może podnieść ARPU. Po drugie, klienci NC+ mogą rezygnować z dotychczasowych umów i wybierać Cyfrowy Polsat, ponieważ zdaniem analityka duża ich część wybiera tę platformę z powodu jej oferty sportowej. Dodatkowo prawa UEFA może zapobiec odpływowi klientów Cyfrowego Polsatu, szczególnie z segmentu premium i przyniesie wzrost przychodów z reklam telewizyjnych kanałów Polsatu. Należy pamiętać również o fakcie, że Cyfrowy Polsat może odsprzedać content UEFA innym operatorom płatnej telewizji, pobierając od nich marżę hurtową.