

PARTNER DODATKU



KATARZYNA ORZEŁ

KANCELARIA RADCY PRAWNEGO

Sprzedać czy nie sprzedać? oto jest pytanie

Ogólnopolskie telekomy, takie jak Netia, Vectra, czy Nexera nie ukrywają poszukiwań atrakcyjnych celów do przejęcia wśród lokalnych ISP. Akwizycjami zainteresowani są też niektóre podmioty z tego segmentu z ambicjami odegrania głównej roli we własnym regionie. Wiele wskazuje na to, że fala fuzji i przejęć (M&A), nigdy w zasadzie nie wygasła, właśnie wzbiera w segmencie lokalnych operatorów.

autor: Marek Jaślan

– Wysokiej jakości infrastruktura światłowodowa była atutem operatorów telekomunikacyjnych w okresie pandemii koronawirusa, który wywiera swe piętno na rynek telekomunikacyjny – można było przeczytać w opublikowanym przez Haitong Bank na początku września raporcie. I choć bank w tym przypadku odnosił diagnozę do Orange Polska, to podobnie było w przypadku pozostałych telekomów, w tym lokalnych ISP. Odnotowywali oni zwiększone zainteresowanie usługami

internetowymi ze strony klientów, którzy wcześniej zadowalali się łączem mobilnym. Mali i średni operatorzy, to na rynku internetowym w Polsce poważna siła. Jak pokazuje raportu Urzędu Komunikacji Elektronicznej o stanie rynku w 2019 r. – choć Orange dominuje na rynku FTTH (30 proc. abonentów) – to łączne udziały lokalnych operatorów z sektora MSP sięgają w tym segmencie prawie 54 proc.



Pewne jest jedno: grono lokalnych ISP będzie stopniowo topnieć, co nie znaczy, że branża jest skazana na kapitulację w konkurencji z ogólnopolskimi sieciami.

ŹR. CHROMA STOCK



CO JEŚLI NIE SPRZEDAŻ?

Sprzedaż firmy lub infrastruktury większemu graczowi – czy to ogólnopolskiemu, czy regionalnemu – to nie jedyna opcja dla ISP. Podczas ubiegłorocznej konferencji Krajowej Izby Komunikacji Ethernetowej (KIKE), Krzysztof Czuszek ze Stowarzyszenia e-Południe, które integruje środowisko ISP pod szyldem MiŚOT (Mały i Średni Operator Telekomunikacyjny), prezentując nową strategię, przedstawił pomysł na konsolidację. Istotną rolę miałyby pełnić spółka MiŚOT SA, w której ISP mieliby obejmować akcje w zamian za przekazanie aktywów sieciowych (w całości lub częściowo).

Przewiduje się, że MiŚOT SA będzie także przejmować ISP, płacąc gotówką. Podczas konferencji KIKE poinformowano, że na rozpoczęcie konsolidacji zdecydowały się cztery firmy ze Śląska: Art-Com z Jaworzna, Systel z Katowic, Microchip z Bytomia oraz Itcomp z Zawiercia. Celem jest zwiększanie skali działania w regionie, dobry kontakt z klientami i profesjonalizacja działań.

ZAGADKOWY EFEKT COVID-19

i odcięty kurek z dotacjami.

Jednak pytanie czy efekt Covid-19 będzie miał pozytywny czy negatywny wpływ na ISP, pozostaje wciąż otwarte. Przecież ekonomiczne efekty lockdownu uderzają także w ich klientów tak, że ci mogą zacząć opóźniać spłatę swoich należności. To jeden z czynników, który może spowodować, że niejeden z lokalnych operatorów zacznie intensywniej myśleć o sprzedaży biznesu. Na początku kwietnia br. ówczesny Prezes UKE Marcin Cichy, w jednym z wywiadów prasowych, zawiadomił, że po pandemii kilku dużych graczy rozpocznie przejęcia. Stwierdził, że jako regulator wolałby, żeby lokalni przedsiębiorcy przystępowali do konsolidacji z wyboru, a nie z konieczności. Dlatego proponował, by wspierać małe firmy środkami na inwestycje z Funduszu Szerokopasmowego, który realnie rusza od przyszłego roku.

Czy tak się stanie? Marcin Cichy ze stanowiska prezesa UKE został odwołany, a Ministerstwo Cyfryzacji ma pomysł, by pieniądze z Funduszu przekazywać samorządom, by te rozwiązywały na miejscu problem białych plam. Oczywiście, urzędnicy mają to robić we współpracy z operatorami, ale nie wiadomo, czy lokalni ISP będą mieli jakieś preferencje w rozdziale środków. Patrząc, jak rozdzielane były środki w ramach działania 1.1 POPC można stwierdzić, że tam zasady preferowały dużych graczy. Ministerstwo Cyfryzacji i Centrum Projektów Polska Cyfrowa nie zrobiły wiele, by w ramach 1.1 POPC wesprzeć mały i średni biznes.

To było jedną z przyczyn nasilenia procesów M&A na rynku ISP. Nie przypadkiem ten temat zaczął się pojawiać w agendach branżowych konferencji małych i średnich operatorów. Zapewne nie przez przypadek do grupy FixMap założonej przez Piotra Muszyńskiego, niegdyś wiceprezesa Orange Polska, która skupuje lokalnych ISP, trafiły takie firmy jak Wide-Net z Ustrzyk Dolnych czy Akasha.net z Krasnegostawu, które w przeszłości w swym rozwoju mocno wspierały się dotacjami unijnymi (np. z 8.4 POIG). Gdy startowało działanie 1.1 POPC szansa na to praktycznie już nie miała. Niewątpliwie odkręcanie lub zakręcanie kurka z dotacjami dla ISP wpływa na procesy konsolidacyjne na rynku telekomunikacyjnym Polsce, przynajmniej w segmencie mniejszych graczy.

DUZI CHCĄ KUPOWAĆ

Dobra infrastruktura światłowodowa, którą ISP od dekad konsekwentnie rozbudowują – czy to ze wsparciem środków unijnych czy za własne środki – czyni ich obiektem zainteresowania dużych graczy. Nie ukrywa tego np. Netia, która pod koniec ubiegłego roku dokonała dwóch akwizycji – ISTS z Krakowa oraz IST z Łomży – i ma apetyt na kolejne transakcje.

– Nie chodzi o akwizycje dla samej akwizycji, ale żeby była spójna z zasięgiem naszej sieci i ją uzupełniała. Przejmowana infrastruktura musi także spełniać odpowiednie standardy technologiczne, Na razie nie możemy ujawnić z kim rozmawiamy, informujemy o tym dopiero po ewentualnej finalizacji – mówił w sierpniu br., podczas konferencji podsumowującej półroczne wyniki Andrzej Abramczuk, prezes Netii.

Aktywność na rynku przejęć zapowiedziała też Nexera, która – choć działa w modelu czysto hurtowym – to chce kupować infrastrukturę światłowodową, która będzie uzupełniać budowany zasięg sieci. Operatorom odsprzedającym światłowody proponuje wejście w rolę partnera detalicznego i firmy utrzymaniowej (czytaj: Nexera: dwa modele przejęć, str.6). Jacek Wiśniewski, prezes Nexery w lipcowej rozmowie z TELKO.in zwrócił uwagę, że to istotna innowacja na polskim rynku. Do tej pory akwizycje obejmowały całe przedsiębiorstwa, podczas gdy Nexerę modelowo interesują tylko środki trwałe.

Niemniej precedensy już były, bo np. Orange dwa lata temu kupił w Bełchatowie od operatora hurtowego Telekomp lokalną sieć FTTH.

W jej zasięgu było blisko 7,3 tys. gospodarstw domowych i lokali biznesowych. Dodatkowo, w ramach umowy, Telekomp miał wykonać na potrzeby Orange podłączenia do sieci ponad tysiąca domów jednorodzinnych. Oczywiście, Orange – w odróżnieniu od Nexery – gdy przejmuje sieć, to z założenia razem z biznesem detalicznym.

A jak wygląda to w przypadku Nexery, operator pokazał, przyjmując pod koniec lipca sieć od świętokrzyskiego operatora Uninet. Jest ona zlokalizowana w Skarżysku Kamiennej, Starachowicach i miejscowościach ościennych. Dzięki transakcji Nexera rozszerzy zasięg infrastruktury szerokopasmowej o ponad 200 km, w zasięgu której znajduje się blisko 18 tys. gospodarstw domowych. Uninet zaś będzie mógł się skoncentrować na sprzedaży detalicznej, oferując usługi na infrastrukturze Nexery. Dotychczasowi abonenci nadal będą mogli korzystać z usług telekomunikacyjnych oferowanych przez Uninet.

– Uninet, z jednej strony, uzyskał korzystne warunki sprzedaży aktywów sieciowych, a z drugiej strony, ma możliwość kontynuowania i rozwijania swojego biznesu telekomunikacyjnego we współpracy z wiarygodnym partnerem i ważnym dostawcą infrastruktury zewnętrznej, który daje nam nowe możliwości i korzyści biznesowe – skomentował transakcję Michał Wiśniewski, prezes i współudziałowiec firmy Uninet.

Sprzedaż sieci czy nawet całej firmy bez wychodzenia z biznesu, to nie jest wyjątkowa sytuacja. Kupujący często zakładają, że kontrahent nadal będzie działał w przedsiębiorstwie. Taką zasadę stosuje np. Piotr Muszyński z grupy Fixmap. Kupuje on większościowe udziały w spółkach, pozostawiając mniejszościowe pakiety założycielom i menedżerom, którzy mają dalej rozwijać biznes. Również Toya, przejmując na początku 2019 r. większościowy pakiet udziałów działającego pod Krakowem Fiberlinka, zostawiła menedżerom firmy pewną autonomię.

– Fiberlink pozostaje niezależnym podmiotem realizującym strategię rozwoju sieci światłowodowej na obszarach wokół Krakowa. Połączenie z Toya pozwala zaoferować naszym klientom większy zakres usług, w tym jedną z najbogatszych usług telewizyjnych na rynku – mówił wówczas Łukasz Leśniak, ówczesny i aktualny prezes Fiberlinka.

Duzi operatorzy, tacy jak Orange, Netia, UPC, Nexera czy Toya, na pewno mają oczy otwarte. Gdy pojawi się atrakcyjna okazja przejęcia lokalnej sieci, z pewnością skorzystają. Bardzo aktywna w przeszłości była w tym obszarze również Vectra, którą pochłaniało w ostatnich latach przejęcie, a teraz konsolidacja Multimediów Polska.

REGIONALNE AMBICJE NAJWIĘKSZYCH ISP

Oprócz graczy ogólnopolskich, coraz większą aktywność w obszarze M&A zaczynają przejawiać najwięksi z operatorów lokalnych, którzy mają ambicję stać się kluczowymi operatorami we własnym regionie. Lokalna konsolidacja ISP trwa już od dłuższego czasu i ma spory związek z zmianami technologicznymi. Wielu lokalnych operatorów rozpoczynało (kilkanaście lat temu) od technologii radiowej i ci, którzy nie „załapali się” na światłowodową rewolucję, są wchłaniani przez innych ISP, którzy dzięki inwestycjom w FTTH zyskali przewagę rynkową.

Przykładem takiego przyjęcia jest dokonany na początku ubiegłego roku zakup przez Beskid Media z Kęt firmy E-Net24 z Żywca, działającej wówczas głównie na terenie Jeleśni, Żywca i miejscowościach przyległych. Operator z Żywca oferował głównie usługi w technologii radiowej. Dostęp do internetu światłowodowego zapewniał tylko w wybranych lokalizacjach miejscowości Jeleśnia. Tymczasem Beskid Media realizuje w ramach POPC projekt „Wylimitowanie terytorialnych różnic w możliwości dostępu do szerokopasmowego Internetu o wysokiej przepustowości na terenie powiatu żywieckiego”. Klientom będzie oferować internet światłowodowy. W ten sposób uzyskał sporą przewagę technologiczną i finansową (możliwości inwestycyjne) nad dotychczasowym konkurentem z Żywca.

Beskid Media jest właśnie przykładem operatora, który chce wyrosnąć na dominatora lokalnego rynku. Na razie ma niepodważalną pozycję na Żywiecczyźnie i skupia się na dokończeniu projektu 1.1 POPC. W przyszłości jednak może myśleć o rozszerzeniu działania, np. na sąsiadujące obszary Małopolski (Kęty leżą w woj. małopolskim, a Beskid Media na razie działa głównie na Śląsku) właśnie przez przejęcia.

O przejęciach w przeszłości (lub o sprzedaży biznesu) mogą też myśleć inni ISP, którzy skończą realizację dużych projektów POPC – Koba w woj. podlaskim, czy Multiplay w woj. opolskim.

Do grupy tej zaliczyć też można tarnowski Zicom Next, który swą pozycję budował na dużych projektach z 8.4 POIG – był jednym z największych beneficjentów tego działania, a obecnie realizuje duży projekt 1.1 POPC w obszarze tarnowskim. Od pewnego czasu jest także dosyć aktywny na polu M&A. Przejmował już małych operatorów na swoim obszarze, a w końcu 2018 r. sfinalizował większą akwizycję, przyjmując w Tarnowie tamtejsze Zeto. Dzięki tej ostatniej transakcji w zasięgu sieci Zicomu w Tarnowie, Brzesku i Nowym Sączu oraz w okolicach tych miast znalazło się około 10 tys. adresów i kilka tysięcy klientów, którym Zeto dostarczało usługi.

Niekoniecznie jednak trzeba być beneficjentem POPC, by myśleć o odgrywaniu poważniejszej roli w regionie. Można budować pozycję także dzięki środkom z innych źródeł. Takie ambicje ma np. wrocławski Internet Union (m.in. marka Moico), który na początku tego roku za kwotę 2 mln zł kupił 100 proc. udziałów firmy Rede, która działała na terenie Wrocławia i powiatu wrocławskiego. Dzięki tej transakcji Internet Union pozyskał ponad 1,3 tys. klientów indywidualnych oraz biznesowych, a także uzupełnił zasięg sieci na obszarach, w których dzisiaj sam nie prowadzi działalności.

Paweł Dobosz, prezes Internet Union, ocenia tę akwizycję jako sukces. Skłoniła go rekonesansu po woj. dolnośląskim w poszukiwaniu potencjalnie innych, atrakcyjnych lokalnych firm gotowych na sprzedaż. Wzorem dla budowania regionalnej pozycji może być Inea, która poprzez przejęcia (i rozbudowę sieci) stała się największym operatorem w Wielkopolsce. Teraz dopiero, dzięki dotacjom z POPC, wchodzi w inne regiony kraju, a w przyszłości zamierza rozdzielić biznes hurtowy od detalicznego.

SPADEK LICZBY OPERATORÓW zarejestrowanych w UKE

To, że na rynku ISP od dłuższego czasu dokonuje się konsolidacja, w ramach której mali operatorzy sieci radiowych są bez większego rozgłosu przejmowani przez większych konkurentów potwierdza rejestr przedsiębiorców telekomunikacyjnych prowadzony przez UKE.

Według stanu na dzień 31 grudnia 2019 r., nie uwzględniając podmiotów wykreślonych, w RPT znajdowało się 5 313 podmiotów.

Ciągły spadek liczby podmiotów prwdzących firmy telekomunikacyjne.

7 015 podmiotów
deklarowało działalność w 2011 r.

5 505 podmiotów
deklarowało działalność w 2018 r.

2000 - 2,500
szacunkowa liczba aktywnych działalności
telekomunikacyjnych na rynku ISP

KONSOLIDACJA RYNKU ISP W POLSCE

Lokalni ISP o fuzjach i przejęciach

Duzi operatorzy nie ukrywają zainteresowania przejęciami na rynku ISP. Czy odczuwacie presję na sprzedaż swoich firmy lub na dokonanie fuzji z innymi ISP? Co przemawia za tym, aby wyjść z biznesu telekomunikacyjnego, a co by w nim pozostać? Takie pytanie skierowaliśmy do wybranych operatorów z różnych rejonów Polski. Do niektórych już trafiały oferty zakupu ich firm. Większość jednak twierdzi, że na razie biznes idzie na tyle dobrze, że chcą dalej inwestować i rozwijać działalność. Niektórzy sami są zainteresowani akwizycjami. Nie których niepokoi stosunek administracji rządowej i samorządowej do sektora MSP i lokalnych firm.

MAMY ROZPOZNAWALNĄ MARKĘ i klientów, nie myślimy o sprzedaży.



Michał Zajac, Fiberway,
Niepołomice

ŹR. FIBERWAY

Na tą chwilę nikt z dużych operatorów nie próbował z nami rozmawiać o zakupie naszej sieci. Tak więc nie odczuwamy jakiegokolwiek presji w kontekście przejęcia przez inną firmę. Na obszarze działania długo nie mieliśmy większej konkurencji. Mniejsze firmy albo upadły, lub zostały przejęte przez nas lub naszych lokalnych konkurentów. Obecnie obserwujemy budowę przez Orange dostępowej sieci FTTH na obszarach, gdzie działamy. W odpowiedzi zintensyfikowaliśmy rozbudowę naszej infrastruktury i bacznie obserwujemy poczynania konkurenta.

Staramy się szybciej oddać nową sieć do użytku. Mamy stosunkowo dobrze rozpoznawalną markę na lokalnym rynku. Budując sieci FTTH, nie musimy specjalnie się wysilać w celu pozyskiwania klientów.

Ci przychodzą do nas z reguły sami, widząc, że budujemy sieć. Maj tego roku był dla nas rekordowy pod względem nowych aktywacji od początku naszej działalności. To, że baza klientów dynamicznie się powiększa powoduje, że na razie nie myślimy o sprzedaży sieci. NOT. MJ

HANDLOWCY INEI MÓWIĄ, ŻE NAS PRZEJĘLI choć nigdy nie otrzymaliśmy oficjalnej oferty przejęcia.

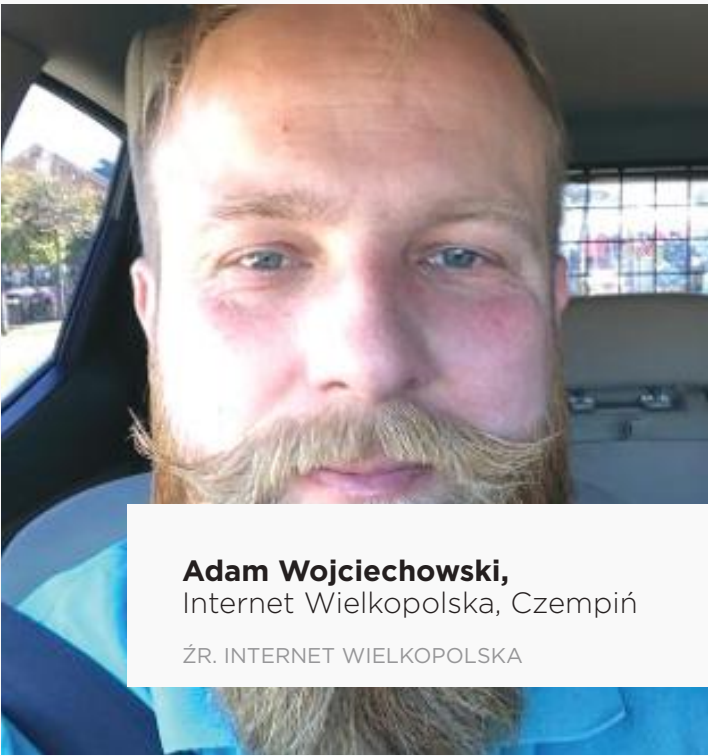
Temat jest dla nas dosyć trudny, ponieważ nigdy nie otrzymaliśmy oficjalnej oferty przejęcia.

Sami przejęliśmy niedobitki lokalnych ISP, ale sprowadziło się to do podpisania nowych umów i podpięcia abonentów do naszej infrastruktury. Kwestie sprzedaży często podnoszą handlowcy D2D naszej konkurencji tj. sieci Inea.

Mamy liczne sygnały, że gdy dobijają się do naszego abonenta używają argumentu jakoby nas przejęli. Niestety, trudno jest wyciągać konsekwencje wobec Inea, gdyż handlowcy to zawsze są osoby na działalnościach gospodarczych, które są niezależnymi podmiotami. Nie jest to odosobniony przypadek. Inni ISP w Wielkopolsce spotykają się z dokładnie takimi samymi praktykami.

Sami nie odczuwamy presji na sprzedaż czy fuzję. Przez ponad 15 lat na rynku wyrobiliśmy sobie silną lokalnie markę i pozycję rynkową, która pozwala na równą walkę o klienta z dużymi ISP. W branży już od jakiegoś czasu kielkują pomysły na konsolidację, ale są na etapie początkowym i dopiero najbliższe 24 miesiące pokażą, czy idzie to w dobrym kierunku.

Szansą dla firm, które nie mają na swoim terenie nakładkowych sieci z POPC (czy z innych projektów), jest dzierżawa infrastruktury dla ogólnopolskich graczy. Ten model biznesowy zdaje się sprawdzać, patrząc na fakt, iż 90 proc. dużych, ogólnopolskich operatorów świadczy usługi w modelu BSA. Jest to sposób na wypełnienie sieci. NOT. MJ



Adam Wojciechowski,
Internet Wielkopolska, Czempień

ŹR. INTERNET WIELKOPOLSKA

MAMY PLAN INWESTYCYJNY który chcemy zrealizować.

Mirosław Chmielewski,
Netfala, Ożarów Mazowiecki

ŹR. NETFALA

Otrzymujemy zapytania w sprawie sprzedaży naszej firmy, jednak na obecnym etapie, zdecydowanie nie jesteśmy zainteresowani. Ciągłe widzimy możliwość rozwoju i miejsce dla siebie na rynku. Chcemy to jak najlepiej wykorzystać. Systematycznie pozyskujemy wielu abonentów indywidualnych i biznesowych. W ostatnim czasie, rozwój naszej firmy nabrał istotnego tempa. Mamy ułożone plany inwestycyjne na najbliższe kilka lat.

Sami jesteśmy zainteresowani przejęciem innych podmiotów z rynku ISP. Prowadzimy w tym zakresie rozmowy z różnymi operatorami. Na obecnym etapie nie chcę zdradzać szczegółów tych negocjacji. W przyszłości nie wykluczamy też konsolidacji z innymi podmiotami ISP.

Jeżeli chodzi o warunki prowadzenia biznesu, to nasze obawy budzą wprowadzane przez ustawodawcę zmiany. Niepokojące jest też silne lobby na Urząd Komunikacji Elektronicznej, a co za tym idzie na zmiany w obowiązujących przepisach, ze strony dużych podmiotów.

Za ewentualnym wyjściem z rynku telekomunikacyjnego może przemawiać fakt powielania kilku sieci na tym samym terenie – częściowo przynajmniej budowanych z dofinansowaniem funduszy publicznych. Operator takiej sieci walczy o abonenta, obniżając drastycznie wysokość opłat abonamentowych. W konsekwencji budowana jest niezdrowa – w naszym odczuciu – konkurencja. Walcząc ceną, psuje się rynek i spycha na ostatni plan jakość usług i poziom obsługi klienta. NOT. MJ

CHCEMY SIĘ ROZWIJAĆ także przez przejęcia.

Istnieją na rynku podmioty zainteresowane przejęciami – duzi operatorzy telekomunikacyjni, inni inwestorzy lub fundusze. W mojej ocenie, podmioty te nie wywierają presji na sprzedaż. Raczej sondują chęć wyjścia z biznesu przez małych przedsiębiorców. Każdy z nich, niezależnie od formy prowadzenia działalności (osoby fizyczne, spółki kapitałowe) dokonuje analizy prowadzonego biznesu.

Do głównych przesłanek wyjścia z biznesu telekomunikacyjnego należą:

nasycenie rynku usługami – usługi telekomunikacyjne są dziś (pomijając coraz mniej liczne białe plamy) ogólnodostępne i niejednokrotnie odbiorca ma do wyboru kilku dostawców,

wzrastające koszty prowadzenia działalności przy braku lub niewielkich wzrostach ARPU. Postępuje przy tym wzrost wszystkich kluczowych kosztów stałych związanych z prowadzeniem biznesu,

kapitałochłonność i długi czas zwrotu z inwestycji – rozwój sieci i usług wymaga znaczących nakładów inwestycyjnych przy długim terminie zwrotu.

Do głównych przesłanek pozostania w biznesie telekomunikacyjnym należą:

stabilny strumień przychodów osiągany głównie dzięki kontraktom terminowym,

duża odporność branży na kryzysy w tym spowodowany ostatnio przez COVID-19.

Biorąc pod uwagę długoterminowe plany rozwoju, WDM sama jest zainteresowana przejęciami innych przedsiębiorców telekomunikacyjnych i prowadzi rozmowy w tym zakresie. NOT. MJ



Dawid Jarosławski, WDM, Mielec

ŹR. WDM

SZKODA, ŻE RZĄD I SAMORZĄDY nie doceniają lokalnych firm.



Ewa Utratna, Dersen, Iwiny

ŹR. DERSEN

Próby konsolidacji rynku ISP trwają od kilku lat. Podejmują je różne podmioty – począwszy od organizacji branżowych po firmy skupiające ISP i wspomagające ich działanie. Wszystko to ma jak najlepsze intencje, jednak za mały budżet i tempo.

Polska jest jednym z niewielu miejsc, gdzie działalność telekomunikacyjna jest prowadzona przez wiele lokalnych firm i, moim zdaniem, to bardzo dobre dla lokalnej społeczności, ale kompletnie nie doceniane przez samorządy i władzę centralną, dla której jeden podmiot do rozliczenia dotacji/subwencji jest lepszym partnerem niż dziesięć małych firm.

Konsolidacja sektora jest potrzebna, tylko trzeba dokładnie określić z kim ma być realizowana i w jakim zakresie? Do pewnego stopnia już się dokonała – małe firmy współpracują przy obsłudze klientów, czy rozbudowie sieci, a nie jest to współpraca usankcjonowana umowami korporacyjnymi, czy regulacjami tylko codzienną współpracą i wymianą usług. Odbyna się w ramach naturalnego współlistnienia firm i rozwoju rynku lokalnego. Duże korporacje chcą kupować małych ISP – ze względu na gotową infrastrukturę i lojalnych klientów – i tu zaczyna się problem za ile? Najlepiej za złotówkę. Zdarzają się takie okazje, kiedy właściciel sieci jest już tak zmęczony, że nie ma już siły walczyć o firmę. Korporacje chcą skupować małych ISP i wprowadzać swoją markę, bo to oznacza wyższe ceny usług.

Taka konsolidacja jest złym rozwiązaniem, niszczy infrastrukturę (która była budowana z dużym wysiłkiem i za duże pieniądze), która jest fatalnie zarządzana. Historie zakupu sieci, o których nikt w korporacji nie pamięta już po roku zna każdy z branży telekomunikacyjnej. Wad konsolidacji przez duże korporacje jest więcej – brak inwestycji w małych miejscowościach, brak stabilności pracy, brak znajomości terenu i brak rozwoju sieci, bo w tabelce to tylko przyrost o 0,01 proc. w skali kraju. NOT. MJ

JESZCZE NIE CZAS NA WYJŚCIE Z BIZNESU

Kiedyś zastanawialiśmy się nad ewentualną fuzją z sąsiadami „zza miedzy”, aby stworzyć podmiot wielkości innego sąsiada (firmy Beskid Media), ale pomysł upadł. Nie wiem, czy korzyści z takiej fuzji byłyby wystarczające, a zapewne trudno byłoby się dogadać w takiej kwestii w gronie małopolskich „raptusów”. W związku z tym obecnie sceptycznie podchodzimy do fuzji. Z dużych podmiotów nikt nam nie składał żadnych ofert.

Myślę, że za pozostaniem na rynku przemawia perspektywa rozwoju, która jest obecnie obiecująca. Dopiero gdyby te perspektywy uległy raptownemu pogorszeniu, być może zaczęlibyśmy myśleć o ewentualnej sprzedaży. NOT. MJ



Łukasz Bobek, Hypernet, Harbutowice

ŹR. HYPERNET

Sprzedać i kupić ISP trzeba umieć

Przy kupowaniu sieci telekomunikacyjnej istotne jest właściwe oszacowanie kosztu przejęcia. Dlatego, z jednej strony, przeprowadza się audyt techniczny infrastruktury, a z drugiej – prawno-podatkowy, by sprawdzić dokładnie, co kupujemy – mówi Katarzyna Orzeł

Marek Jaślan (TELKO.in): – O trendzie konsolidacji na polskim rynku telekomunikacyjnym mówi się od dawna. Czy dostrzega pani wzrost zainteresowania (lub determinacji) wśród operatorów telekomunikacyjnych z sektora MSP, by sprzedać biznes? A może odwrotnie: chętnych do przejąć jest więcej niż tych, którzy chcą sprzedawać?

Katarzyna Orzeł (KANCELARIA ORZEŁ): – Odpowiedź brzmi – tak, widać zwiększone zainteresowanie akwizycjami jeśli przez „ostatni czas” rozumiemy minione 12-18 miesięcy. Nie wynika z tego jednak, że operatorzy lokalni w ciągu roku czy dwóch znikną z rynku. Powodów nasilenia procesów fuzji i przejęć w segmencie telekomunikacyjnym MSP jest co najmniej kilka. Rynek się zmienia, czego wyrazem jest tworzenie silnych graczy nastawionych tylko na hurt, takich jak Nexera. Niewątpliwie będą oni zainteresowani przejmowaniem dobrej jakości infrastruktury od mniejszych podmiotów.

Kolejne kwestia, to zmiany prawne czy regulacyjne, powodujące, że dla małych firm prowadzenie biznesu telekomunikacyjnego staje się coraz trudniejsze i droższe. Przykładowo: mocno uderza w ich biznes wzrost płacy minimalnej. W dodatku po zakończeniu konkursów 8.4 POIG w poprzedniej perspektywie finansowej zostali oni praktycznie odcięci od dotacji, bo konkursy 1.1 POPC wyraźnie preferowały duże firmy. Tymczasem wybudowane przed kilku lat sieci, także te z 8.4 POIG, wymagają dzisiaj modernizacji. W sposób naturalny też lokalnym ISP wyczerpują się obszary do ekspansji, tj. możliwości rozszerzania sieci, a bez tego trudno funkcjonować na konkurencyjnym rynku. W efekcie coraz większa grupa przedsiębiorców dopuszcza do świadomości taki scenariusz jak sprzedaż biznesu.

Z drugiej strony, są i operatorzy zainteresowani przejęciami. Nie tylko ogólnokrajowi, ale i lokalni z ambicjami, by stać się dużym graczem regionalnym. Akwizycje są jedną z dróg realizacji takiego celu.

O czym powinni pamiętać lokalni operatorzy przygotowujący się do fuzji, przejęcia czy sprzedaży firmy?

– Na pewno o związanych z tego typu transakcjami podatkach. Oczywiście, cała kwestia jest bardziej skomplikowana. Ważne jest bowiem właściwe oszacowanie kosztu przejęcia. Dlatego z jednej strony przeprowadza się audyt techniczny sieci, a z drugiej prawno-podatkowy, by sprawdzić dokładnie, co kupujemy.

Mówi tu pani o tzw. due diligence czyli, badaniu firmy na zlecenie kupującego w celu oceny stopnia ryzyka transakcji i ustalenia wartości nabywanego majątku.

– W przypadku małych sieci z reguły nie jest to specjalnym problemem. Gdy jednak w grę wchodzi zakup większej sieci mogą się pojawić wątpliwości, kto jest właścicielem infrastruktury. Do tego często dochodzą kwestie nieuregulowanych stosunków z właścicielami infrastruktury, którą wykorzystuje operator. Na przykład firmami energetycznymi, co do słupów, na których wisi światłowód, czy właścicielami działek, co do gruntów. Inną niespodzianką mogą się okazać zaległe podatki od infrastruktury. Są to tzw. „ukryte koszty transakcyjne” i, jak pokazuje praktyka, w niektórych przypadkach wszystko to sprawia, że realne koszty transakcji mogą być o 10-20 proc. wyższe od pierwotnych szacunków.

Zasada jest taka, że im większa transakcja z tym wyższymi kosztami okołotransakcyjnymi trzeba się liczyć.

Co z abonentami?

– Relacje z nimi, to kolejna ważna sprawa. Zazwyczaj bowiem nie kupuje się tylko infrastruktury, ale i przejmuje klientów ze świadczonymi im usługami. To trzeba rozwiązać pod względem prawnym bardzo precyzyjnie, np. podpisując umowy na nowego dostawcę usług i ujednolicić je do standardu stosowanego przez kupującego.

Warto też sprawdzić realność umów abonamentowych. Nie tylko samą rejestrację umowy, ale także jakie w rzeczywistości generują wpływy. Zdarza się, że firmy mają klientów, którzy nie regulują należności przez rok czy dwa lata, co operator księguje, by potem ściągać długi np. przez firmy windykacyjne. Kalkuluje bowiem, że jakaś część z tych należnych kwot jednak wpłynie. Praktyka pokazuje, że różnice między wpływami realnymi a księgowymi u niektórych ISP potrafią sięgać 10 proc. To ważne, bo zazwyczaj wartość transakcji jest określana m.in. na podstawie liczby abonentów. Jeśli kupujący nie sprawdzi realiów, to sprzedający raczej poda to, co ma formalnie odnotowane w księgach.

Co jeszcze obejmuje raport z badania? Na ile może być wiarygodny w przypadku operatorów ISP, którzy nie zawsze mają wszystko perfekcyjnie udokumentowane?

– Czasami mogą się pojawić różnego typu „trupy w szafie”. Na przykład wielu ISP przekształciło się w spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, ale zapomnieli, że zgodnie z niektórymi wzorami umów takich spółek zarząd należy powoływać co roku (jeśli wspólnicy w umowie nie ustanowią szczególnych zasad dla kadencji zarządu).



Gdy próbują sfinalizować transakcję sprzedaży, to okazuje się, że realnie nie ma zarządu. Niepewny skład władz spółki rodzi daleko idące konsekwencje – zarówno dla spółki, jak i dla samych członków zarządu – poczynając od możliwości zakwestionowania ważności czynności prawnych błędnie reprezentowanej spółki, a kończąc na niejasnych zasadach odpowiedzialności członka zarządu za zobowiązania spółki. Okoliczności te mogą być podnoszone przez kupujących w kontekście konieczności „wyczyszczenia” takich ryzyk. To wiąże się z kosztami a w efekcie może prowadzić do obniżki ceny zakupu.

Czy są przypadki, że po due diligence kupujący odstępują od transakcji?

– Oczywiście, zanim wejdą prawnicy strony zazwyczaj już wstępnie dogadują się w kwestii przedmiotu i wartości transakcji. Jednak w około 10-20 proc. przypadków – po dokładnym audycie i dokonaniu bilansu zysków i strat – rezygnują.

Due diligence może zlecić też sprzedający. Czy zdarza się to w przypadku ISP?

– Zdarza się, choć na razie rzadko. Dotyczy na przykład takich sytuacji, gdy sprzedający jest zainteresowany wydzieleniem części infrastruktury ze spółki, aby ją oddzielnie zbyć. Pojawiają się już jednak operatorzy świadomi, że w biznesie czas to pieniądź. Kiedy zależy im, by szybciej i sprawniej przeprowadzić transakcję sprzedaży, to sami zlecają due diligence, by szybko wyjaśniać ewentualne niejasności i wyprostować takie kwestie, jak choćby uregulowanie praw dostępu do infrastruktury słupowej.

Istotne znaczenie dla powodzenia transakcji fuzji czy przejęcia ma uprzednie ustalenie optymalnej struktury. Jakie są najczęściej spotykane na rynku ISP modele struktury transakcji? Częściej transakcje na udziałach (share deal) czy na aktywach (asset deal)?

– Na aktywach lub na zorganizowanej części przedsiębiorstwa. To dlatego, że takie formuły są bezpieczniejsze od strony prawnej. Kupuje się sieć, której stan można realnie ocenić i, oczywiście, przejmuje się klientów. To wszystko da się zinwentaryzować.

Kupując zaś spółkę czy udziały, „kupuje się” także ryzyko odpowiedzialności za zobowiązania, jakie ona zaciągnęła, a których w momencie transakcji nie jesteśmy świadomi i co wcale nie tak łatwo ustalić. Zdecydowanie przy transakcjach na udziałach spółek audyt prawny musi być znacznie bardziej dokładny.

Czy na rynku ISP znane są przypadki transakcji typu management buyout [wykup menedżerski, w wyniku którego menedżerowie spółki, niekoniecznie będący członkami zarządu, przejmują kontrolę]?

To się jeszcze praktycznie nie zdarza, choć ostatnio spotkałam się z przypadkiem, gdzie właściciel firmy, który ją stworzył zaproponował pracownikom o najdłuższym stażu wykup udziałów. Sam chciał zostać współnikiem pasywnym otrzymującym dywidendy. Można się jednak spodziewać, że takich transakcji będzie więcej, bo wśród ISP zaczyna się pojawiać problem sukcesji – komu przekazać firmy przed emeryturą, jeśli nie ma się dzieci lub nie są one zainteresowane rodzinną działalnością.

Według mnie, obowiązkiem właściciela jest uregulowanie tej kwestii, np. poprzez sprzedaż firmy w odpowiednim momencie. Spadkobiercy są potem zawsze w o wiele gorszej sytuacji, bo zazwyczaj nie znają się na biznesie lub – gdy jest ich wielu – może być trudno o porozumienie.

Wielu operatorów działających na rynku polskim korzystało (lub korzysta) z dotacji europejskich na budowę sieci. Umowy o dofinansowanie nakładają obowiązki utrzymania trwałości takiego projektu przez kilka lat po zakończeniu realizacji. Co to oznacza dla operatora, który chce kupić infrastrukturę wybudowaną z publicznym wsparciem?

Temu zawsze trzeba się przyjrzeć od strony prawnej. Jeśli transakcja dokonywana jest w okresie trwałości projektu, zgodę na nią musi wydać instytucja wdrażająca, taka jak Centrum Projektów Polska Cyfrowa. Okres trwałości w przypadku 1.1 POPC, to siedem lat, a dla wcześniejszych projektów z 8.4 POIG praktycznie już wygasł. Jednak i tu należy uważać. Obecnie bowiem w sądzie jest sprawa operatora, który wybudował sieć z 8.4 POIG i chciał świadczyć na niej usługi hurtowe. Operator, który chciał skorzystać zakwestionował przedstawiony cennik, twierdząc, że warunki winny być preferencyjne, bowiem sieć powstała ze wsparciem unijnych funduszy. Urząd Komunikacji Elektronicznej przyznał rację stwierdzając, że ceny hurtowe powinny być ustalane, tak jak w przypadku zasad POPC. Sprawa pokazuje, że decydując się na zakup sieci zrealizowanej z dotacji, nie tylko trzeba uważnie prześledzić czy sama realizacja dotacji nie rodzi ryzyk dla kupujących, ale też zdawać sobie sprawę z wymogów, jakie mogą być nakładane w zakresie korzystania z takich sieci.

Dziękujemy za rozmowę.
Rozmawiał Marek Jaślan

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z KANCELARIĄ KATARZYNY ORZEŁ

Akwizycja na dwa sposoby

autor: Łukasz Dec

Przejmując Uninet, Nexera zrealizowała swoją pierwszą akwizycję na rynku ISP. Kontrahent podejmie z hurtowym operatorem współpracę i będzie dalej sprzedawał usługi detaliczne w (już) nieswojej sieci. Sprzedaż i współpraca z Nexerą nie jest jednak jedyną możliwością dla potencjalnych kontrahentów. Z innej opcji skorzystali ostatnio właściciele świętokrzyskiej sieci Telcent.

– *Cel strategiczny, jaki obecnie realizujemy zakłada osiągnięcie zasięgu sieci na poziomie ok. 1 mln gospodarstw domowych. Dzięki inwestycjom współfinansowanym z POPC oraz z wyłącznie własnych środków zrealizujemy mniej więcej 75 proc. tego celu. Szacujemy, że sieci o zasięgu ok. 250 tys. HP obejmiemy w większości w ramach zakupów infrastruktury* – mówi Jacek Wiśniewski, prezes zarządu Nexery. Od Uninetu spółka nabyła sieć o zasięgu ok. 18 tys. HP. Kolejne transakcje będą miały zbliżoną skalę.

– *Będziemy realizować i mniejsze, i większe przejęcia. Kilka tysięcy gospodarstw domowych w zasięgu, to dobry odnośnik. Tego typu przedsięwzięcia mają swoją ekonomikę – jest pula kosztów stałych bez względu na wielkość transakcji. Korzystniej zatem realizować transakcje większe* – mówi Paweł Żytecki, doradca zarządu Nexery.

Na podstawie (potwierdzonych w terenie) danych z Systemu Informacyjnego o Infrastrukturze Szerokopasmowej (SIIS) operator zdefiniował listę interesujących go podmiotów. Podstawowym warunkiem jest dobrej jakości infrastruktura telekomunikacyjna z istotną przewagą światłowodów położona nie dalej niż „kilkanaście kilometrów” od sieci Nexery. Nie są dzisiaj interesujące nawet atrakcyjne podmioty poza aktualnymi regionami jej działania: Kielce – Ostrowiec Świętokrzyski – Busko Zdrój (woj. świętokrzyskie), Skierniewice – Piotrków – Radomsko (woj. łódzkie), Bydgoszcz – Inowrocław – Brodnica – Płock (woj. kujawsko-pomorskie i mazowieckie), Elbląg – Olsztyn – Mława – Grajewo – Giżycko – Gołdap (woj.warmińsko-mazurskie; dane orientacyjne, szczegóły, kliknij poniżej).

SZCZEGÓŁOWA MAPA ZASIĘGU NA ► NEXERA

JAKA CENA?

Modelowo liczba abonentów i zasięg sieci stanowią punkt wyjściowy do oferty przedstawianej właścicielom sieci, ale Nexera nie stosuje prostej wyceny „od jednego HP”. Jak mówi Paweł Żytecki, poza zasięgiem sieci, kluczowy wpływ na ofertę mają: audyt jakości technicznej i wykonania sieci oraz jej dokumentacja. Dla Nexery możliwość szybkiej i dokładnej paszportyzacji zasobów jest priorytetowa – wymaga tego hurtowa oferta dla detalicznych partnerów i Nexera jest tu ortodoksyjna ponad przeciętną. Gdy brak danych o kupowanej sieci Nexera musi sama dokonać inwentaryzacji, a koszt tej czynności wpływa na ostateczną cenę płaconą za aktywa. Nexera spodziewa się również, że nabywana sieć ma pełną legalizację tj. umowy z dostawcami infrastruktury (np. kanalizacji, czy podbudowy słupowej), zgody właścicieli gruntu itp. Istnieje jednak możliwość, by w 12-miesięczny okresie tzw. integracji (o którym dalej) po podpisaniu umowy sprzedaży kontrahent uzupełnił brakującą dokumentację za co w końcowym rozliczeniu otrzymuje zagwarantowane umownie wynagrodzenie. Na ofertę dla sprzedającego wpływ mają także inne czynniki jak na przykład: typ zabudowy w zasięgu sieci (jedno- czy wielorodzinna), obecność lub brak konkurencji, typ konkurencji itp. Nexera sprawdza, czy nabywana infrastruktura nie jest przedmiotem zajęć lub zabezpieczeń. Sytuacja finansowa kontrahenta ma pewne znaczenie, ale bardziej w kontekście przyszłej współpracy hurtowej.

– *W przeciwieństwie do standardowych transakcji M&A na rynku telekomunikacyjnym, nie kupujemy ani całych przedsiębiorstw, z sumą kosztów i przychodów, ani nowych sieci bez abonentów. Realizujemy unikalny model biznesowe i z tego samego powodu mamy unikalne narzędzia wyceny nabywanych aktywów* – mówi Paweł Żytecki.

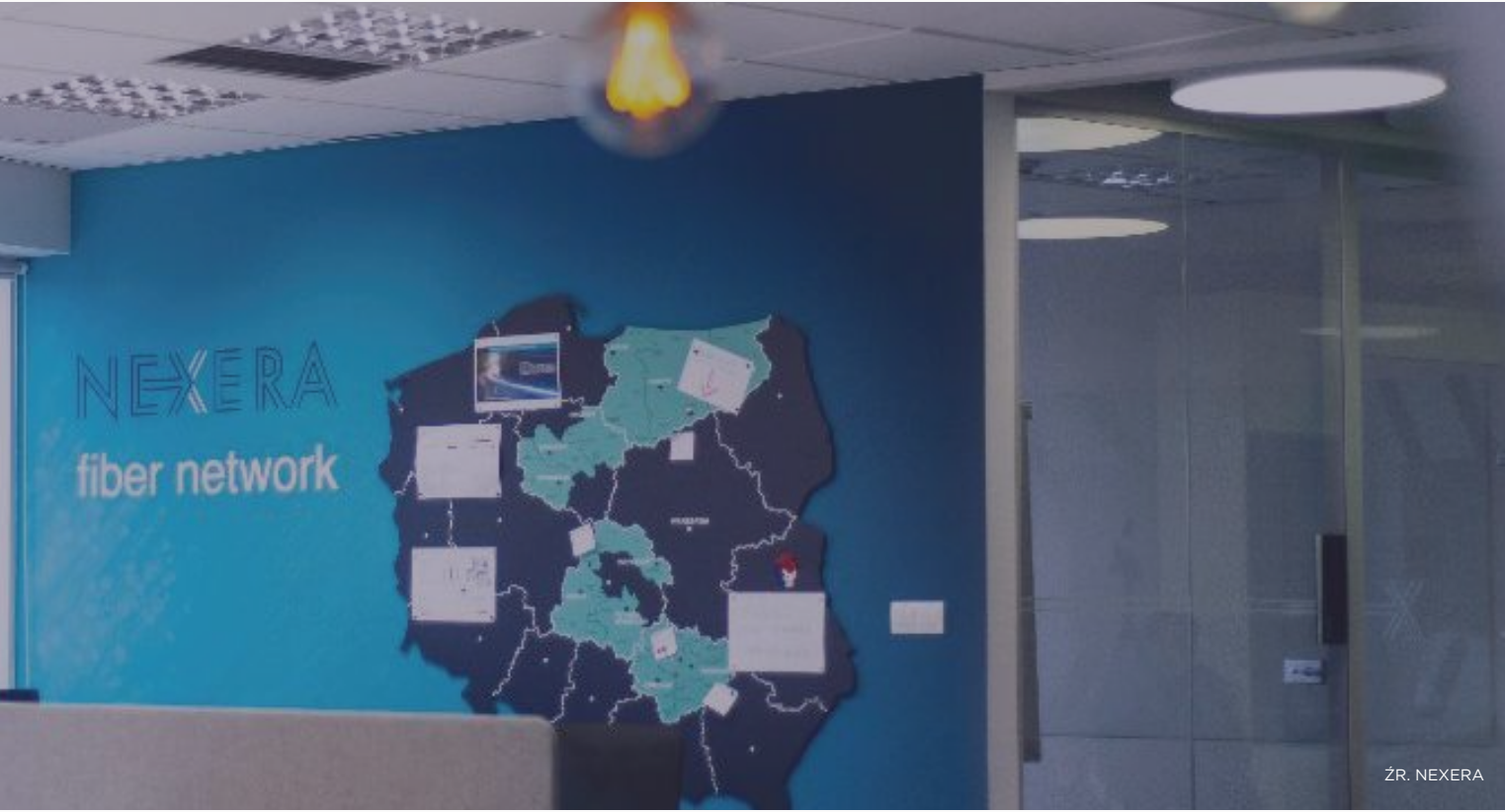
SPRZEDAŻ I CO DALEJ?

Jak mówi Paweł Żytecki, na sprzedaż sieci i zakończenie działalności detalicznej zdecydowani są zwykle właściciele firm, które rosły dzięki dotacjom z POIG 8.4, i którym skończył się okres trwałości projektów. Często te firmy mają genzę budowlaną lub projektową, i brak w ich „firmowym DNA” obsługi klienta.

Część przedsiębiorców jest jednak zainteresowana kontynuacją działalności detalicznej. Spieniężenie sieci daje (potencjalnie) nowe środki inwestycyjne, a hurtowa współpraca z Nexerą pozwala na skokowe zwiększenie obszaru działalności. W grę wchodzi również nowe projekty inwestycyjne, czyli rozbudowa sieci w rejonie działania partnera, wedle jego planów biznesowych, ale za pieniądze Nexery. To jednak przyszłość, bo na razie hurtowa firma koncentruje się na pierwszych akwizycjach.

Część kontrahentów jednak siada do negocjacji z Nexerą bez konkretnej wizji. Często dopiero przy negocjacyjnym stole zapoznaje się z modelem hurtowym, analizuje stawki Nexery i rozpoczyna analizy opłacalności obu modeli sprzedaży sieci. Jak to często bywa w przypadku małych podmiotów, poza symbolicznym „excelem” swoją rolę odgrywa mentalność przedsiębiorcy: siła motywacji do spieniężenia zbudowanych aktywów, sentyment do firmy, marki i współpracowników, pomysł na dalsze życie zawodowe itp.

KONSOLIDACJA RYNKU ISP W POLSCE



SPRZEDAJ I WSPÓŁPRACUJ. ALBO...

Spółka nie chce zdradzić kwoty jaką zapłaciła za Uninet. Wedle KRS należała do czterech osób fizycznych. Z tych trzy postanowiły się wycofać z biznesu, a jeden z udziałowców będzie nadal prowadził Uninet, jako partner Nexery.

Hurtowy operator preferuje właśnie takie transakcje. Po ich realizacji kontrahent nadal prowadzi działalność detaliczną z wykorzystaniem sprzedanej Nexerze sieci. Oznacza to konieczność zestandaryzowania rozwiązań technicznych do platformy Nexery oraz ujednolicenie oferty detalicznej z hurtową ofertą Nexery (co może oznaczać konieczność modyfikacji cennika). Warunki świadczenia usług dla takich partnerów są, co do zasady, takie same, jak regulowana oferta Nexery zatwierdzona przez Prezesa UKE. Wymiana informacji o usłudze hurtowej realizowana jest za pośrednictwem internetowego serwisu obsługi Nexery, lub poprzez integrację systemów informatycznych przez interfejs OpenAPI.

Po sprzedaży kontrahent Nexery ma nadal wyłączność na świadczenie usług detalicznych. Wynika to z faktu, że Nexera potrzebuje czasu, aby zintegrować sieć i przedstawić partnerom detalicznym nowe zasięgi do sprzedaży. Wyłączność taka nie jest sformalizowana w umowie, ale wedle menedżerów Nexery mogłaby być. Docelowo jednak nie jest w interesie Nexery utrzymywanie monopolu detalicznego, ponieważ biznesmodel operatora zakłada, że im więcej service providerów, tym wyższe wysycenie sieci.

Poza działalnością detaliczną, sprzedający sieć przedsiębiorca może wejść również w rolę podwykonawcy utrzymaniowego i konserwować sprzedaną sieć (to już we współpracy z Nokią, która jest głównym partnerem technicznym Nexery). Nexera nie gwarantuje co prawda zlecenie tych czynności, ale deklaruje, że jest „otwarta”.

W nomenklaturze Nexery opisany powyżej model transakcji określany jest jako Transformacja (ang. *transform*). W płynny sposób pozwala obu stronom przejść do właściwej działalności: service providera dla jednej, hurtowego operatora sieci dla drugiej. W naturalny sposób, to model dopasowany do hurtowej strategii Nexery. W jej interesie jest relacja z partnerem, który koncentruje się na sprzedaży usług (ewentualnie obsłudze infrastruktury), a nie na budowie sieci, co jest misją Nexery. Partner detaliczny podtrzymuje sprzedaż usług i obsługę klienta z minimalizacją ewentualnych skutków transakcji, z którymi trzeba się liczyć w przypadku każdego M&A w telekomunikacji: utratą klientów. Nie ma także potrzeby cedowania umów abonenckich, co jest czasochłonne, skomplikowane i ryzykowne dla biznesu.

Zarząd Nexery ma jednak świadomość, że nie każdy właściciel interesującej infrastruktury chce dalej prowadzić działalność telekomunikacyjną. Infrastruktura uzasadnia jednak, by transakcję zrealizować.

– *W takiej sytuacji proponujemy model Wyjścia [ang. exit], który docelowo pozwala drugiej stronie całkowicie wyjść z biznesu telekomunikacyjnego. Istotną kwestią w takiej sytuacji jest to, jak zadbać o utrzymanie abonentów w okresie integracji sieci?* – mówi Paweł Żytecki.

Tak było właśnie w przypadku drugiej ze zrealizowanych przez Nexerę transakcji z właścicielami sieci Telcent. Podobnie jak w modelu Wyjścia, sprzedający sieć przedsiębiorca zobowiązuje się do podtrzymania usług w okresie integracji, ale jednocześnie trwa transfer obsługi klientów detalicznych oraz czynności utrzymania sieci do innych partnerów Nexery. Wyceny sieci kupowanych w modelu Wyjścia mogą być niższe niż w modelu Transformacji. Nie wynika to z faktu, że Nexera ten drugi model preferuje, tylko z tego, że transfer abonentów do nowego usługodawcy oznacza wyższe ryzyko odpływu klientów.

12 MIESIĘCY NA TRANSFER

okres przejściowy w każdym z dwóch modeli sprzedaży

Należy mocno podkreślić, że w każdym z dwóch modeli sprzedaży sieci obowiązuje 12 miesięczny okres przejściowy, zwany okresem integracji. Ma on umożliwić płynny i bezszkodowy transfer aktywów do Nexery. Dla sprzedawcy, także w modelu Wyjścia, oznacza to m.in. konieczność kontynuacji (odpłatnych) świadczeń na rzecz abonentów końcowych z wykorzystaniem (odpłatnych) usług hurtowych Nexery, czy też świadczenia na rzecz Nexery (odpłatnych) usług utrzymania sieci. W tym czasie Nexera integruje ją z własną infrastrukturą, ujednolica urządzenia aktywne i ofertę hurtową, przenosi czynności utrzymania do innych partnerów technicznych, czy też dokonuje wspomnianych wcześniej dokładnych inwentaryzacji, czy legalizacji sieci. W modelu Wyjścia umożliwia również abonentom nawiązania relacji z nowym dostawcą detalicznym – z powodów technicznych, zwykle z jednym w okresie integracji. Potem zaś ze wszystkimi detalistami, jacy współpracują z Nexerą. Chociaż cele i przyszłość współpracy są skrajnie inne, to przez pierwsze 12 miesięcy od zawarcia porozumienia

na sprzedających sieci w obu modelach ciążą zbliżone zobowiązania.

– *Strategiczna różnica między obydwoma typami zakupu polega na tym, że w jednym przypadku kontrahent jako detalista współpracuje z nami na sprzedanej sieci tylko przez te 12 miesięcy, a w drugim przypadku również po okresie przejściowym* – mówi Paweł Żytecki.

I od tej zasady istnieje jednak wyjątek: obszar utrzymania sieci. Jak podkreśla Jacek Wiśniewski, prezes zarządu Nexery, w rolę partnera utrzymaniowego mogą wchodzić także kontrahenci, którzy skorzystali z modelu Wyjścia i nie zamierzają dalej prowadzić biznesu detalicznego.

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z NEXERA

Aktywne średniaki

autor: Łukasz Dec

900 abonentów obsługuje statystyczny ISP na polskim rynku telekomunikacyjnym – wynika z danych, jakie udostępnił nam Urząd Komunikacji Elektronicznej. Dominuje jednak segment operatorów z kilkutyśniczną bazą abonentów.

ILU MAŁYCH OPERATORÓW NA RYNKU?				
LICZBA ABONENTÓW		2017	2018	2019
	1-1000	1 857	2 144	2 036
	1001-5000	446	529	516
	5001-10000	61	70	76
	10001-20000	25	25	27

ŹR. UKE

ILU ABONENTÓW INTERNETU W SIECIACH ISP?				
LICZBA ABONENTÓW		2017	2018	2019
	1-1000	451 203	517 468	456 141
	1001-5000	942 228	1 123 311	1 094 838
	5001-10000	423 062	471 320	510 986
	10001-20000	338 406	316 081	359 251

ŹR. UKE

2,4 mln abonentów usług dostępu do internetu obsługiwali w ubiegłym roku mali operatorzy. UKE udostępnił nam dane o firmach z maksymalnie 20 tys. klientów usług dostępowych. W latach 2018-2019 ich całkowita baza abonencka była stabilna, wykazując 11-proc. wzrost w stosunku do roku 2017. Trzeba zastrzec, że nie wiemy, czy to przejaw realnego trendu rynkowego, czy np. obfitszego raportowania za ubiegłe dwa lata. Przy analizowaniu danych UKE takie pytania zawsze się pojawiają. Dodatkowo, w analizie statystycznej istotny udział mają również sieci telewizji kablowej, a więc kategoria operatorów nieco się różniąca od typowych ISP.

Liczba operatorów obsługujących do 20 tys. abonentów internetu oscylowała w ciągu ostatnich trzech lat od niespełna 2,4 tys. do ponad 2,6 tys. podmiotów. Widać (nieliniowy) trend rosnący.

Ilościowo dominują podmioty, obsługujące do 1000 abonentów (małe), których w naszej bazie ISP jest 77-78 proc. Na podmioty obsługujące 1 000 – 5 000 (średnie/małe) abonentów przypada ok. 19 proc. rynku, na podmioty obsługujące 5 000 – 10 000 abonentów (średnie/duże) – 2-3 proc. rynku, a na podmioty obsługujące 10 000 - 20 000 abonentów (duże) – ok. 1 proc. Trendy wskazują na powolny spadek liczby najmniejszych firm i równie powolny wzrost liczby średnich (1-10 tys. abonentów) firm.

Tyle, jeżeli chodzi o liczbę podmiotów poszczególniej wielkości. Nieco inaczej to wygląda, gdy analizować rynek w kategorii liczby obsługiwanych przez ISP abonentów. Największy udział w takim ujęciu mają firmy średnie/małe, na które przypada ok. 45 proc.

(1,1 mln) całkowitej liczby abonentów. Po ok. 20 proc. przypada na firmy małe i średnie/duże, podczas gdy na firmy duże – 15 proc. rynku. Przy takim ujęciu rynku trendy są mniej wyraźne, ale zdają się jednak potwierdzać to, co widać z analizy liczbowej podmiotów: powolny spadek udziału najmniejszych podmiotów, stopniowy wzrost udziału średnich (średnich/dużych szybszy, niż średnich małych) oraz dużych. Przy czym w przypadku tych ostatnich tendencja jest najmniej pewna.

Może to wskazywać, że kilka tysięcy klientów, to masa, która pozwala na rynkową aktywność – zarówno rozbudowę sieci i pozyskiwanie nowych klientów, jak udział w konsolidacji. Kilkanaście tysięcy klientów zdaje się granicą, za którą ISP musi myśleć o przekształceniu w większą firmę (ze wszystkimi tego konsekwencjami), lub o wyjściu z biznesu.

Warto jeszcze podkreślić, że wbrew częstym opiniom rynek ISP, to nie jest wciąż bynajmniej rynek sieci optycznych. Owszem, jest to obecnie platforma dominująca, na którą w 2019 r. przypadało 807 tys. aktywnych zakończeń sieci (podajemy liczbę nominalną, ponieważ dane o technologii uzyskane od UKE nie są spójne z danymi o liczbie klientów) – prawie dwa razy więcej, niż w roku 2017. Niemniej klientów obsługiwanych w technologii WLAN było w ub.r. 738 tys., a w klientów w sieciach ethernet 343 tys. W przeciwieństwie do rynku FTTx, rynek WLAN i rynek Ethernet jednak stopniowo się kurczą (rynek TVK jest stabilny, ale traktujemy go jako odrębny segment). Niemniej obok coraz rozleglejszych sieci optycznych, najbardziej atrakcyjnych z punktu widzenia każdego inwestora, rynek ISP to wciąż w znacznej mierze mniej atrakcyjne platformy technologiczne – zwłaszcza sieci radiowe.

Pobierz praktyczny poradnik
**KONSOLIDACJI PRZEDSIĘBIORSTW
TELEKOMUNIKACYJNYCH**
przygotowany przez prawników z Kancelarii Orzeł
oraz specjalistów z Brightspot Consulting.

W poradniku przeczytasz:

- w jakiej formie odbywa się sprzedaż przedsiębiorstwa telekomunikacyjnego
- czym różni się sprzedaż udziałów w spółce od sprzedaży aktywów
- jak przebiega modelowa transakcja sprzedaży
- jakie podatki wiążą się ze sprzedażą sieci
- jakie są podstawowe metody wyceny przedsiębiorstwa telekomunikacyjnego

Pobierz poradnik tutaj lub skopiuj link do przeglądarki.





UPC POLSKA

Budujmy razem sieci gigabitowe przyszłości



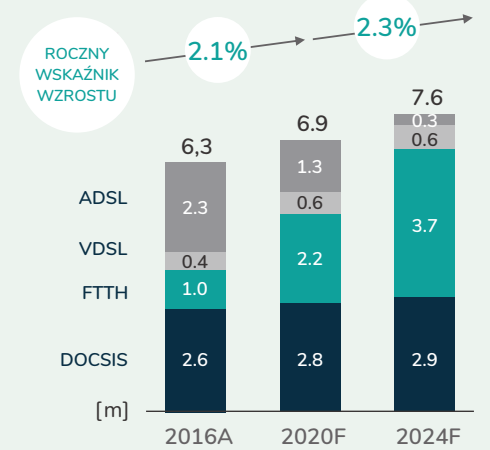
Robert Redeleanu
CEO UPC Poland

Polski rynek TMT znalazł się w punkcie zwrotnym, a najbliższe lata zdeterminują panujący na nim układ sił, możliwości dalszego rozwoju i monetyzacji inwestycji. Z jednej strony nasilać się będzie konkurencja międzysektorowa i infrastrukturalna, z drugiej rosnąć będzie presja konkurencyjna ze strony graczy globalnych, głównie serwisów OTT. Będzie to powodować coraz większe nasycenie rynku oraz trwale zmieniać potrzeby klientów w zakresie korzystania z cyfrowych treści. A to stanowić będzie coraz większe wyzwanie dla firm telekomunikacyjnych. Coraz trudniejsze będzie utrzymanie wzrostu wraz z rosnącymi wymaganiami inwestycyjnymi w obszarze innowacji i rozwoju oferty. Trend ten będzie najbardziej dotykał małe i średnie podmioty, nie posiadające odpowiedniej skali działania i potencjału inwestycyjnego na miarę nadchodzących wyzwań. Dlatego partnerstwa i integracja przy budowie skali to jeden z kierunków rozwoju rynku, który będzie nabierał coraz większego znaczenia.

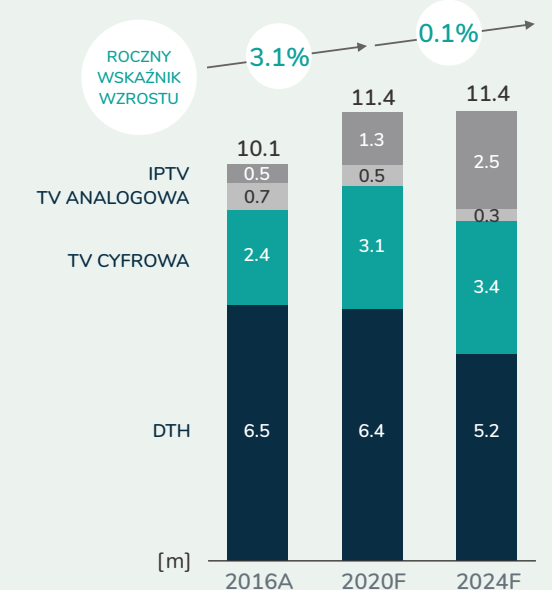
Podmioty ją posiadające, będą w stanie sprostać wymaganiom inwestycyjnym w zakresie rozwoju infrastruktury gigabitowej i tworzeniu innowacji w obszarze cyfrowych produktów i usług. Będą w stanie zapewnić klientom najlepszą obsługę i oferty konwergentne, zawierające internet stacjonarny i mobilny z najlepiej zintegrowaną ofertą cyfrowej rozrywki. Jak pokazują badania, tacy gracze mogą liczyć na dalszy wzrost na coraz bardziej konkurencyjnym rynku.

Budowa szerokiej oferty i zwiększanie skali działalności to ambicje UPC Polska, które od ponad trzech dekad nieustannie inwestuje w rozwój cyfrowych usług. Naszym celem jest dalsze poszerzanie oferty, zasięgu i docieranie do milionów nowych klientów w całej Polsce. Obecnie nasza sieć gigabitowa dociera do ponad 3,5 mln gospodarstw domowych, w tym 2,5 miliona z prędkością 1 Gb/s, a w ciągu najbliższych czterech lat, dzięki sieciom powstałym w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa, zwiększymy swój zasięg o kolejne 1,7 mln. Potencjał rynku w Polsce wciąż jest ogromny, a określa go skala wyzwania – blisko 40 proc. Polaków nie ma dostępu do gigabitowego internetu, będącego fundamentem przyszłości rozwoju gospodarki i społeczeństwa. Wierzymy, że współpraca i integracja z lokalnymi graczami to najlepsza strategia, by wspólnie przyspieszać inwestycje w rozwój dostępności cyfrowych usług i docierania z nimi do milionów nowych klientów, społeczności i firm w Polsce.

GOSPODARSTWA DOMOWE Z INTERNETEM



GOSPODARSTWA DOMOWE Z PŁATNĄ TV



UPC – TECHNOLOGIE PRZYSZŁOŚCI



Monika Nowak-Toporowicz
VP CTIO

GIGABITOWE SIECI PRZYSZŁOŚCI – dzięki nowoczesnej technologii HFC i FTTH oferujemy klientom najwyższej jakości, niezawodne usługi cyfrowe, a także jesteśmy gotowi na potrzeby gospodarki i społeczeństwa gigabitowego, związane z rosnącym zapotrzebowaniem na nielimitowany internet dużych prędkości.

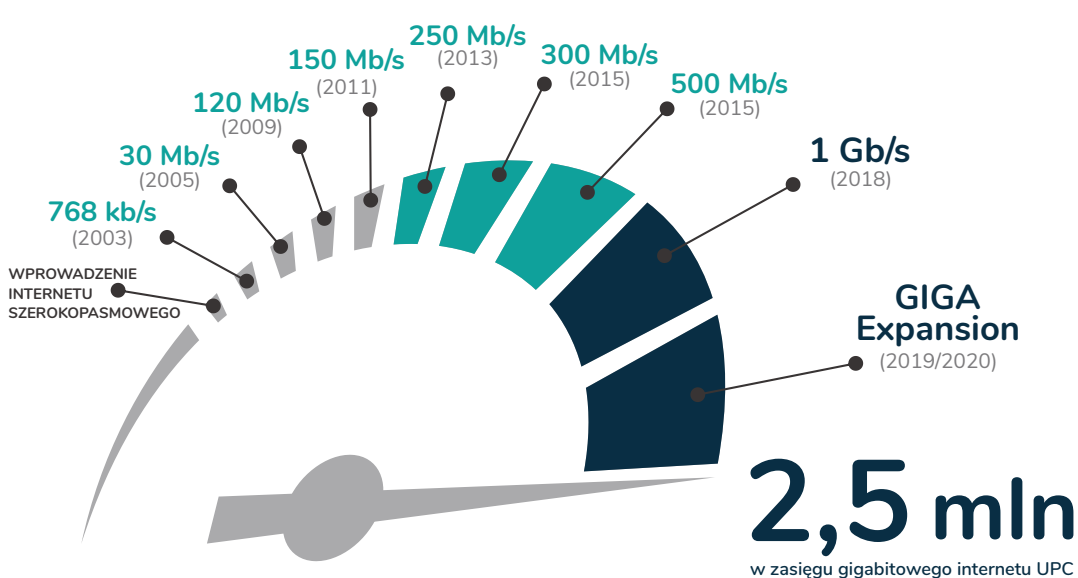
APLIKACJE W CHMURZE – jako pierwszy operator telekomunikacyjny w CEE, który wdrożył rozwiązania chmurowe Google Anthos, jesteśmy w stanie na bieżąco, zdalnie, efektywnie i elastycznie tworzyć aplikacje do obsługi klientów, odpowiadając w ten sposób na wyzwanie przyszłości, jakim są ciągle i dynamicznie zmieniające się potrzeby klientów.

TELEWIZJA 4K – dzięki nowoczesnym rozwiązaniom technologicznym, na poziomie software'u oraz hardware'u, oferujemy unikatowe doświadczenia klientom w zakresie dostępu do cyfrowej rozrywki.

SMART CONNECTIVITY – dzięki inteligentnym rozwiązaniom software'owym, zapewniamy klientom ekosystem dostępu do internetu, który samodzielnie optymalizuje swoje parametry, by dostarczyć klientom jak najlepszy standard usługi.

WSPARCIE LIBERTY GLOBAL – będąc częścią Liberty Global, międzynarodowego operatora kablowego dostarczającego klientom internet, telewizję cyfrową i usługi mobilne, mamy dostęp do najnowszych rozwiązań technologicznych, dzięki którym możemy szybciej i efektywniej odpowiadać na potrzeby klientów.

TRZY DEKADY INWESTYCJI UPC W INNOWACJE I INTERNET GIGABITOWY



UPC – STRATEGICZNY PARTNER DLA ROZWOJU



Paweł Nowacki
Strategy Director

NEUTRALNOŚĆ TECHNOLOGICZNA – oferujemy usługi w oparciu o technologię HFC, jak i FTTH, co zapewnia pełną gotowość integracyjną.

STRATEGIA FMC - wraz z uruchomieniem usług mobilnych w 2019, konsekwentnie rozwijamy ofertę operatora konwergentnego, jako skuteczny sposób dalszego rozwoju w dobie konkurencji międzysektorowej i globalnej.

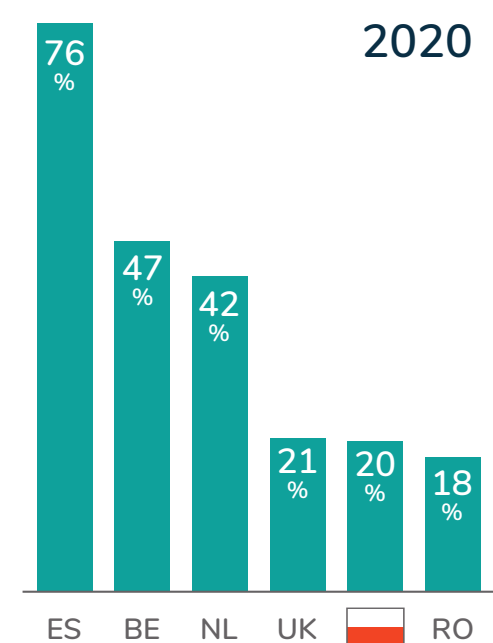
ROZWÓJ ZASIĘGU CYFROWYCH USŁUG - by docierać z usługami do nowych klientów stale rozwijamy zasięg, wchodzimy na nowe obszary dzięki sieciom zbudowanym w ramach POPC i stale szukamy okazji do dalszego rozwoju w nowych lokalizacjach w granicach obecnego zasięgu.

BUDOWA SKALI - poszukując okazji do dalszego rozwoju zasięgu, stawiamy zarówno na sieci w technologii HFC, jak i FTTH, będąc otwartym na inwestycje ukończone lub wymagające dalszych nakładów, zarówno na rynku B2C jak i B2B.

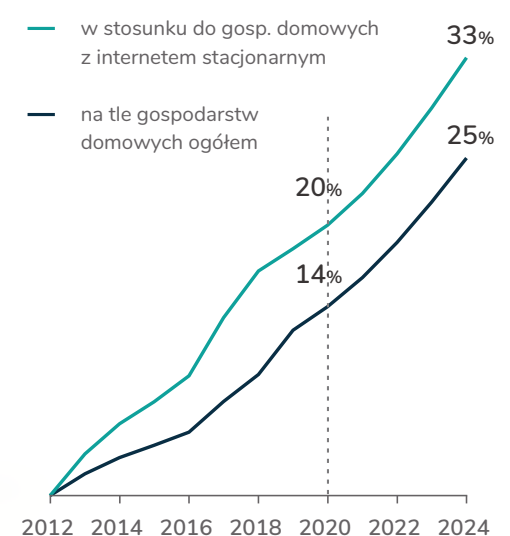
Kontakt:

Paweł Nowacki
dyrektor ds. strategii
pawel.nowacki@upc.pl

PENETRACJA USŁUG FMC NA TLE INTERNETU STACJONARNEGO



PENETRACJA USŁUG FMC



Innowacyjny dekoder **UPC 4K TV Box** cechuje neutralność technologiczna – zapewnia klientom najwyższej jakości cyfrową rozrywkę za pośrednictwem sieci, niezależnie od technologii jej dostarczania – współpracuje niezawodnie zarówno z sieciami FTTH, jak i HFC. Urządzenie przenosi odbiorców w całkowicie nowy wymiar telewizji, dostosowując się do ich potrzeb dzięki sterowaniu głosem, obsłudze profili, integracji z aplikacją Horizon oraz wyświetlaniu treści w jakości 4K.