Анна БАБИЧ
адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры"

Маркиян ГАЛАБАЛА
адвокат правовой группы "Павленко и Побережнюк"

Мария ЗАЕЦ
юрист юридической компании Arzinger

Елена ПЕТРОВА
адвокат правовой группы "Павленко и Побережнюк"

Сергей САВЧУК
адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры"

Виталий СТРУКОВ
управляющий директор глава департамента инвестиционно-банковских услуг Concorde Capital

МНЕНИЯ ЭКСПЕРТОВ

Процессы концентрации собственности украинских СМИ

в преддверии новых выборов президента Украины

Андрей ЗАЙКОВ
руководитель Аналитической группы M&A-Intelligence журнала "Слияния и Поглощения"

До очередных президентских выборов в Украине остается менее пяти месяцев (если все-таки они состоятся 25 октября 2009 года). Политические страсти у наших соседей накаляются, но ключевые игроки влияния на электорат – СМИ – уже имеют "нужных" владельцев.
В сегменте СМИ Украины в 2007-2009 годах процессы слияний и поглощений шли и идут более чем активно. *Аналитическая группа* ***M&A–Intelligence*** журнала "Слияния и Поглощения" за этот период квалифицировала 42 M&A-транзакции с контрольными и неконтрольными пакетами. Как видятся факторы, влияющие на концентрацию собственности украинских средств массовой информации, изнутри – экспертам, консультирующим такие сделки? Тем более – на фоне мирового финансового и экономического кризиса? Сегодня на круглом столе журнала "Слияния и Поглощения" специалисты рынка расскажут о своем видении процессов, происходящих в таком узком, но общественно важном сегменте.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A–Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Назовите рыночные и нерыночные причины и факторы M&A–сделок в сегменте СМИ Украины в 2008–2009 годах?

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Среди основных рыночных и нерыночных причин сделок в сегменте СМИ Украины в этот период необходимо выделить:

1) мировой финансово-экономический кризис и спровоцированные им общий спад экономической активности и острую нехватку финансирования, в частности долгового рефинансирования;
2) падение рентабельности, вызванное, прежде всего, значительным снижением доходов от рекламы. На это повлияли урезание рекламных бюджетов компаний, частичный запрет рекламы крепкого алкоголя и табачных изделий в телепередачах с 1 января 2009 года. А также рост цен на бумагу и дистрибуцию (до 80,0% в гривнах);
3) "перенасыщение" рынка СМИ в 2006-2008 годах. В частности, массовое создание печатных и интернет-проектов, телеканалов с целью последующей перепродажи;
4) предстоящие президентские выборы и усиление борьбы за влияние на СМИ.

Кроме этого, в отношении сделок в сегменте СМИ Украины в 2008-2009 годах можно отметить следующие тенденции.

Сложно достигается согласие между продавцами и покупателями по цене сделки. Продавцы зачастую продолжают мыслить "докризисными" ценовыми категориями, в то время как покупатели больше ориентируются на измененные экономические реалии.

Упал курс украинской гривны по отношению к основным мировым валютам, это влияет на оценку бизнеса и стоимость сделки в сторону понижения.

Нестабильное состояние украинской банковской системы в целом и банков, обслуживающих потребности конкретных СМИ; низкий уровень доступа к финансированию.

Тем не менее долгосрочные контракты с поставщиками и заказчиками есть, и это выступает своеобразной гарантией денежных потоков и функционирования бизнеса во время кризиса.

Закономерно увеличиваются аудитории интернет-изданий и телевидения – за счет уменьшения аудитории традиционных СМИ (прессы и радио). Это влечет перераспределение рекламных потоков.

➲Виталий Струков, управляющий директор, глава департамента инвестиционно–банковских услуг Concorde Capital:

– Причины заключения сделок M&A в сегменте СМИ Украины в 2008-2009 годах в основном носили нерыночный характер.

Так, наибольшая часть сделок была связана с подготовкой страны к президентским выборам. Осуществлялись покупки телеканалов, печатных изданий и других активов СМИ, которые рассматриваются как эффективный инструмент влияния на аудиторию в предвыборной гонке.

При этом почти все сделки – непубличные.

Единственной крупной публичной сделкой, пожалуй, является завершение продажи Александром Роднянским и Борисом Фуксманом в 2008 году своих пакетов акций телевизионного канала "Студия "1+1" главному акционеру – компании Central European Media Enterprises.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Полагаю, что основным рыночным фактором, повлиявшим на сделки M&A в сегменте СМИ в Украине в 2008-2009 годах, стал экономический кризис. Он, в свою очередь, привел к другим причинам, которые отразились как на количестве, так и на стоимости проведенных сделок.

Среди таких причин можно назвать инфляцию, колебание валютного курса, нехватку кредитных средств, проблему в оценке объекта сделки, значительное снижение стоимости многих активов и другие.

Нерыночным фактором, который уже не первый год продолжает влиять на покупку и продажу СМИ в Украине, является борьба политических сил в стране и соответственно активное использование средств массовой информации в политических кампаниях.

Также напомню, что с 2006 года в Украине сняты законодательные ограничения на концентрацию собственности СМИ. Это позволило крупным медиахолдингам провести ряд значительных сделок по скупке медиаресурсов.

➲Маркиян Галабала, адвокат правовой группы "Павленко и Побережнюк":

– Надо принять во внимание то, что большинство печатных изданий в Украине имеют гражданско-политическую составляющую редакционной политики.

Поэтому объективный коммерческий спрос на СМИ оценить крайне сложно. Для этого нужно "отфильтровать" сделки, предметом которых были покупки подобных изданий.

Ярким примером поглощений "неполитических" печатных СМИ может служить транзакция по продаже 100% уставного капитала ООО Free Media Ukraine GmbH летом 2008 года.

Free Media Ukraine GmbH была создана в 2006 году, единоличным ее учредителем была швейцарская Ringier AG. Она является транснациональной медиакорпорацией, которая издает более 120 журналов и газет по всему миру.

Компания также управляет более чем 20 телевизионными каналами, является держателем контрольных пакетов теле- и радиостанций, осуществляет управление почти 80 вэб-сайтами, а также владеет несколькими полиграфическими предприятиями.

Free Media Ukraine организовала выход в свет русскоязычного таблоида BLIK с ежедневным тиражом приблизительно в 90 000 экземпляров. RingierAG инвестировала в BLIK несколько миллионов долларов.

Летом 2008 года ООО Free Media Ukraine GmbH купил крупный румынский медиахолдинг SC Adevarul Holding SRL, собственник нескольких ведущих румынских печатных и интернет-изданий.

Цена сделки была конфиденциальной.

Концепция выхода Adevarul на рынок СМИ в Украине предусматривала не только последующие развитие BLIK, но и внедрение новых печатных проектов. В частности, весной 2009 года появились журналы "Блик-здоровье" и "Блик для женщин".

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A–Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Каково влияние мирового кризиса на процессы M&A в сегменте СМИ Украины в 2008–2009 годах?

➲Мария Заец, юрист Arzinger:

– Как уже указывалось, падение рынка M&A в последние два года обусловлено нехваткой доступных кредитных средств на их проведение ввиду углубления мирового кризиса ликвидности.

В итоге стоимость многих объектов для покупки значительно упала, сделки отменялись или затягивались. Кроме того, снизилось количество сделок с контрольными долями бизнеса.

Большинство продавцов в 2008 году

пытались продать свой бизнес по старым и в большинстве случаях завышенным ценам, которые были обусловлены ажиотажем M&A-сделок в 2007 году.

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Мировой кризис имеет существенное и непосредственное влияние на процессы M&A в сегменте СМИ Украины, оно проявляется в следующем:

1) 2009 год – рынок покупателя;
2) в этом году ожидается значительное снижение стоимости сделок при менее резком снижении их количества;
3) в увеличении числа СМИ, находящихся на грани банкротства, они становятся привлекательным объектом для приобретения;
4) пока актуально несоответствие между ценовыми ожиданиями продавцов и покупателей;
5) усилится влияние, вызванное кризисом платежеспособности:
   а) возможно введение представителей кредиторов в органы управления СМИ, в частности, с возможностью влияния на принятие решений. В отдельных случаях возможен переход фактического контроля над СМИ к кредиторам;
   б) при структурировании сделок M&A и определении порядка расчетов стороны могут прибегать к обмену активами и совместному использованию инфраструктуры;
6) в более жестком подходе к определению/формированию цен сделок M&A. Покупатели будут предъявлять повышенные требования к потенциальным СМИ-объектам сделок M&A, среди которых ключевое значение для определения цен будут иметь дополнительные критерии. В частности, окупаемость сделки для покупателя (период окупаемости не должен превышать двух-трех лет, проект должен приносить прибыль и генерировать стабильный доход).

В целом стоит отметить, что период кризиса может предоставить возможность скупить в сегменте СМИ объекты по достаточно привлекательным ценам.

СМИ, пережившие кризис, получат большую долю на рынке или усилят свои позиции.

➲Виталий Струков, управляющий директор, глава департамента инвестиционно-банковских услуг Concorde Capital:

– В целом на сегмент украинских СМИ кризис оказал такое же влияние, как и на другие отрасли, – отразился на количестве сделок и цене активов.

Однако масштаб его влияния на эту сферу, в отличие от других отраслей, все же не такой большой. Спрос на СМИ в преддверии президентских выборов частично компенсирует общее снижение цен.

Все же вследствие экономического кризиса многие СМИ потеряли один из основных источников своего дохода – из-за сокращения или полной заморозки компаниями своих рекламных бюджетов.

Поэтому для сегмента украинских СМИ 2009 год будет годом испытаний. Сделки могут проходить по тем активам, которые находятся в тяжелом финансовом положении и собственники не в состоянии покрыть возросшую убыточность актива самостоятельно.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Какие закономерности Вы бы отметили в процессах слияний и поглощений по редакционным форматам (интернет, радио, ТВ, газеты, журналы)?

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Как показывает практика 2007-2008 годов, ТВ и интернет-проекты становятся все более активными и привлекательными для M&A, чем печатные издания и радио.

Аналогичная тенденция прослеживается и в отношении рекламных потоков на рынке, что негативным образом влияет на рентабельность традиционных СМИ.

По прогнозам экспертов, рекламные поступления в 2009 году упадут в прессе – до 40,0%, на радио – до 35,0%, в интернет-ресурсах – до 25,0%, ведущих телеканалах – до 20,0%.

Однако "нишевые" телеканалы могут сохранить или даже увеличить объем поступлений, что повышает их привлекательность для потенциальных покупателей.

В такой ситуации традиционные СМИ (пресса и радио), зависящие от рекламы, вероятно, будут вынуждены консолидировать свои активы и продавать часть из них.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– 2007 год поразил многих по количеству сделок в медиасекторе. Основными тенденциями была и является скупка успешных украинских медиапроектов крупными холдингами – как украинскими, так и зарубежными.

Как закономерность можно также выделить развитие и популярность интернет-ресурсов. Годовой объем рынка интернет-рекламы Украины составляет приблизительно $14,0 млн., это, в свою очередь, привело к увеличению перспективности интернет-проектов для инвестирования и развития.

Знаковой сделкой в сфере радио в 2007 году стала покупка мультимедийной группой Telegraaf Media Group (TMG) 22,0% акций "Гала Медиа Груп", владеющей радиостанцией Gala Radio.

Сумма сделки составляла около $1,0 млн.

TMG имеет активы в прессе, сегменте коммерческих сайтов, на радио и телевидении. В Украине она издает журналы What's On, "Майстер", Domus Design, "Любимая", Glance, "Панорама", "Обзор", "Гид гурмана". На данный момент, в связи с кризисом, TMG распродает свои украинские активы и прекращает выпуск никоторых печатных изданий.

Также в 2007 году Петр Порошенко передал "Радио 5" в управление "Украинскому Медиа Холдингу" (владелец – Борис Ложкин), увеличивая, таким образом, доходность своего ресурса.

Впрочем, участники рынка не сомневались, что речь шла не просто об управлении активами. По их данным, "Украинский Медиа Холдинг" выкупил 50,0% акций радиостанции за $9,0 млн.

В то же время инвестиционный фонд Порошенко – "Прайм Эссэтс Кэпитал" – получил разрешение на приобретение доли в уставном фонде ООО "ТРК "Экспресс-Информ" ("5 канал"), что формально обеспечило ему 50,0% голосов.

Одной из самых крупных сделок в интернет-сфере стала продажа компанией SigmaBleyzer контрольного пакета акций поисковой системы Meta.ua. 51,0% акций украинского ресурса купила Digital Sky Technologies (владелец – Юрий Мильнер), совладелец многих интернет-активов, включая порталы Mail.ru и Odnoklassniki.ru (их стоимость – около $500,0 млн.).

➲Елена Петрова, адвокат правовой группы "Павленко и Побережнюк":

– Можно предположить, что в связи с предстоящими в Украине выборами президента рынок M&A в секторе печатных СМИ не будет отличаться особенной активностью.

Все крупные политические силы уже "застолбили" за собой те или иные издания. Такая тенденция сохранится как минимум до окончания избирательной кампании.

Что касается сделок M&A в сфере

телевидения, то, несмотря на нестабильную финансовую ситуацию в Украине и мире в целом, конец 2008 года – начало 2009 года все-таки ознаменовались рядом крупных транзакций.

Так, в начале 2009 года стало известно о том, что Central European Media Enterprises (CME) приобрела 100% уставного капитала телеканала "КИНО". CME является одной из наиболее быстроразвивающихся медиакомпаний в мире и включает в себя 22 телеканала, каналы платного телевидения, интернет-ресурсы и иные медийные бизнес-проекты.

CME также приобрела 100% уставного капитала в трех региональных телекомпаниях, продав свою долю в канале "СИТИ". Общая сумма, которую CME заплатила за приобретенную долю и иные сопутствующие услуги, составляет $10,0 млн.

CME также приобрела 10,0% от уставного капитала ООО "Главред-Медиа" за $12,0 млн. у одного из миноритарных участников.

Кроме того, не менее значительной и неожиданной была сделка по продаже "Украинским Медиа Холдингом" спутникового телеканала Shopping TV (ООО "Пи. Эль. Сейлз").

В сентябре 2008 года УМХ объявил о покупке четырех спутниковых телеканалов – "Меню-ТВ", Design TV, Shopping TV и "Новый дом". В связи с кризисом три проекта – кроме "Меню-ТВ" – были временно приостановлены.

А телеканал Shopping TV был продан. Покупателем стало ООО "Студио модерна" (г. Киев), которое также продвигает на украинский рынок российский телемагазин "Топ-шоп".

Для справки, "Топ-шоп" был включен в Перечень зарубежных вещателей, содержание которых отвечает требованиям Европейской конвенции о трансграничном телевидении и трансляция которых на территории Украины не ограничивается.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Какие закономерности Вы бы отметили в покупке пакетов/долей СМИ – что преобладает: миноритарные или контрольные транзакции?

➲Виталий Струков, управляющий директор, глава департамента инвестиционно-банковских услуг Concorde Capital:

– Как правило, в сегменте СМИ приобретаются контрольные пакеты акций, в основном до полного выкупа 100%.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– По сделкам, проведенным в Украине за последние несколько лет, можно сделать вывод, что в большинстве случаев преобладала покупка контрольных пакетов компаний, и это касается не только сферы СМИ.

Но, как упоминалось ранее, в связи с экономическим кризисом на данный момент активность сместилась в сторону миноритарных сделок.

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Думаю, что в 2009 году будут происходить сделки как с контрольными, так и с миноритарными пакетами.

Сделки с контрольными пакетами будут преобладать в случаях, если для продавцов медианаправление является единственным или основным видом бизнеса.

Как правило, такие СМИ не имеют диверсифицированных источников дохода, и влияние мирового финансово-экономического кризиса на них особенно ощутимо.

При угрозе банкротства таких СМИ покупка миноритарного пакета не будет представлять интерес как для потенциального покупателя, так и с точки зрения финансового оздоровления СМИ, ожидаемого за счет вырученных от сделки средств.

В то же время крупные холдинги и финансовые группы, для которых медиабизнес является всего лишь одним из нескольких направлений деятельности, скорее всего будут более охотно соглашаться на сделки с миноритарными пакетами акций.

С одной стороны, это объясняется поисками сильного финансового партнера в условиях кризиса. Но с другой – для крупного бизнеса медианаправление является одним из наиболее важных. Особенно в контексте возможности влияния на общественное мнение в предвыборной кампании в Украине.

Также в 2009 году на рынке будет отмечаться значительная активность сделок по продаже отдельных проек-

M&A INTELLIGENCE

Мы знаем про M&A всё

- Создание аналитических обзоров по отраслям, регионам и отдельным сегментам рынка корпоративного контроля
- информационный консалтинг
- и многое другое

Комплексные исследования специально для Вас

e-mail: intelligence@ma-journal.ru ☎ (495) 234-4324

тов/бизнес-элементов СМИ: брендов, журналов, газет, интернет-ресурсов.

Это связано с намерением нынешних собственников избавиться от нерентабельных/непрофильных проектов. Для потенциальных покупателей это хорошая возможность выйти на рынок с достаточно низкими затратами.

Среди последних примеров подобных сделок следует отметить продажу журналов "Истории из жизни", "Успехи и поражения" "Украинским Медиа Холдингом". А также – приобретение польским медиахолдингом Agora SA торговой марки Magazin, под которой выпускается одноименный журнал.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Назовите яркие трансграничные сделки в сегменте СМИ.

Виталий Струков, управляющий директор, глава департамента инвестиционно-банковских услуг Concorde Capital:

– В прошлом году Concorde Capital провел единственную сделку размещения миноритарного пакета акций среди портфельных инвесторов в сегменте СМИ Украины и СНГ.

Это было размещение 15,0% акций компании United Media Holding, владеющей группой компаний "Украинский Медиа Холдинг", на Франкфуртской фондовой бирже.

В результате размещения компания привлекла $45,0 млн.

United Media Holding стал единственной компанией в СНГ, которая успела выйти на публичный рынок для привлечения капитала. Думаю, что в ближайшие пару лет мы вряд ли увидим подобные сделки на биржах.

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Наиболее репрезентативными в сегменте СМИ были следующие трансграничные транзакции.

Первая – консолидация американской медиакорпорацией Central European Media Enterprises долей участия в капитале крупнейшего общенационального украинского телеканала – Студии "1+1".

Совокупная сумма сделки составила $328,7 млн. В ходе указанной сделки юридическая фирма "Василь Кисиль и партнеры" выступала консультантом CME по вопросам украинского права.

Вторая – продажа одной из наиболее популярных бесплатных ежедневных газет "БЛИК".

Третья – приобретение Agora SA прав на выпуск глянцевого журнала Magazin.

Продолжился выход украинских медиагрупп на международные рынки привлечения капитала (IPO): "Украинский Медиа Холдинг" привлек около $45,0 млн.

Эмиссию депозитарных расписок осуществил Deutsche Bank. Общая капитализация по итогам размещения составила около $300,0 млн. "Василь Кисиль и партнеры" консультировала "Украинский Медиа Холдинг" по вопросам украинского права, связанным с указанным размещением.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Важной сделкой стала покупка пакета акций украинского канала Студия "1+1" одной из крупнейших медиакомпаний в Центральной и Восточной Европе – CME. 3,0% акций в ней владеет Игорь Коломойский.

Помимо этого пакета, Игорь Коломойский входит в состав совета директоров компании. CME совместно с Коломойским интересуется покупкой телеканала НТН и кабельного оператора "Воля".

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Как часто совершаются транзакции по периодам – в начале года, под политические кампании и т.п.?

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Рынок СМИ является достаточно цикличным и развивается с опережением общих тенденций в других отраслях национальной экономики.

Такая закономерность в основном связана с ожиданиями от размещения рекламы в СМИ и изменением покупательской способности / покупательского спроса.

Зависимость сделок M&A от "сезонного" фактора скорее присуща мелким и средним СМИ.

Также количество сделок M&A в определенной мере зависит от сезонных снижений активности инвесторов. Для Украины это традиционно июль-август, а также январь.

2009-й – это год предвыборных политических кампаний в Украине. В период финансово-экономического кризиса предстоящие выборы рассматриваются многими экспертами как спасательный круг для ряда украинских СМИ – в свете ожидаемых рекламных потоков и политических информационных заказов.

В таких условиях украинские СМИ получают еще один шанс найти подходящего инвестора.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Назовите отмененные сделки.

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– В 2008-2009 годах на рынке СМИ Украины действительно были отмененные сделки.

Было объявлено об отказе от приобретения польской медиагруппой Agora SA украинского медиахолдинга "Украинская правда" (январь 2008 года). Вместо сделки был подписан договор о сотрудничестве и взаимном продвижении интернет-сервисов.

Голландская издательская группы Telegraaf Media Group (TMG) в ноябре 2008 года заявила о намерении совершить продажу всех своих украинских активов (бесплатной газеты "Обзор", журналов What's On, "Любимая", Glance, "Панорама МАУ", Gourmet Guide). Сделка не состоялась.

Сергей Тарута отказался от продажи холдинга "Медиа Инвест Групп" ("Экономические известия", "Эксперт в Украине", Driver, "Вещь", LQ, интернет-проект "Украинский бизнес-портал", izvestia.info) норвежским и украинским инвесторам (в январе 2009 года).

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Были ли непрофильные приобретения – не СМИ-капиталом? В чем причина таких приобретений?

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– В 2008 году владелец медиагруппы KP Media ("Корреспондент", "Афиша", Pink, Kyiv Post, ряд интернет-проектов) Джед Санден осуществил продажу около 8,0% холдинговой компании группы.

Покупатель – инвестиционная компания DRGN, Ltd., подконтрольная Dragon Capital.

Аналитики объясняют эту сделку потребностью KP Media в финансировании.

В январе 2009 года прошла информация о возможной реализации Дмитрием Фирташем опциона на приобретение 50,0% медиагруппы "Интер" (телеканалы "Интер", "Эн-

тер Фильм", "Энтер Музыка", К1, К2, "Мегаспорт", "НТН").

Фирташ – владелец инвестиционной группы DF Group, контролирующей активы в сфере химической промышленности, энергетики и недвижимости.

По мнению экспертов, подобное заявление связано с необходимостью получения контроля над медиагруппой перед выборами.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Какие приобретения сделали крупные медиахолдинги Украины?

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Среди крупных следует выделить сделку по приобретению 99,76% акций ОАО "Киевтелемонтаж" (телеканал К1) и 100% акций ЗАО "Телерадиокомпания "Интервидео-Киев" (телеканал К2).

Покупатель – ООО "Украинский медиапроект" (собственник 61,0% акций телеканала "Интер").

Следует напомнить, что изначально каналы Дмитрия Фирташа – К1, К2 и "Мегаспорт" – были взяты "Интером" в управление.

ООО "Украинский медиапроект" – как и ООО "Прайм Медиа Групп" – входит в холдинг U.A. Inter Media Group, Ltd. (Кипр), принадлежащий Валерию Хорошковскому.

"Прайм Медиа Групп" получила контрольный пакет и в уставном капитале ООО "Телерадиоорганизация "Мульти Медиа Сервис" (телеканал "Мегаспорт").

На рынке отмечалась активность холдинга в покупке ряда других медиаструктур, продакшн-компаний, компаний, предоставляющих лизинговые услуги ТВ, и др.

В августе 2007 года "Главред-Медиа", "Пресс-центр" и ИА УНИАН подписали соглашение о консолидации активов.

По данным Антимонопольного комитета, ООО "Издательство "Пресс-центр" (актив Коломойского), выпускающее блок региональных газет и "Газету по-киевски", получило 50,0% голосов в высшем органе управления "Главред-Медиа".

Медиахолдинг "Главред" принадлежит Коломойскому. Учредители – депутат Александр Третьяков, а также партнеры Коломойского по другим бизнесам – Геннадий Корбан и Борис Филатов. Последним двум принадлежит 25,0% в УНИАН и – опосредованно – около 12,5% в "Главреде". Общую стоимость холдинга эксперты оценивают от $50,0 млн. до $100,0 млн.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Что приобретали из СМИ "медиаимператоры" Украины?

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Основными "медиаимператорами" Украины на сегодняшний день являются Игорь Коломойский (медиахолдинг "Главред", Central European Media Enterprises) и Валерий Хорошковский (U.A. Inter Media Group, Ltd.).

Главные сделки, проведенные их медиахолдингами, названы выше.

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Следует отметить приобретение международной группой EastOne (телеканалы "СТБ", "Новый", ICTV, газета "Факты"), подконтрольной украинскому бизнесмену Виктору Пинчуку, около 70,0% издательства "Экономика".

Продавцы – немецкая издательская группа Handelsblatt и чешский издатель Мирослав Павел (ежедневная газета "Дело", аналитический еженедельник "ИнвестГазета", ряд специализированных изданий – "ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины" и др.).

"Василь Кисиль и партнеры" консультировала миноритарных акционеров издательства "Экономика" в ходе указанной сделки.

Медиагруппа KP Media приобрела неконтрольный пакет акций (по неофициальной информации – около 25,0%) издательства ITC Publishing ("Компьютерное Обозрение", "Домашний ПК", DFOTO, Mobility, Gameplay, Autocar, ряд интернет-проектов).

Медиакорпорация Central European Media Enterprises также выкупила миноритарную долю (39,6%) телеканала "КИНО" у холдинга "Главред-Медиа".

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Какова в основном была структура сделок в сегменте СМИ (денежные, безденежные, долговые, по маржинколл и др.)?

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– По структуре преобладали сделки за денежную компенсацию, в некоторых случаях – с элементами долговых обязательств или обмена активами.

Примером обмена активами может служить сделка между CME и украинским холдингом "Главред-Медиа" (декабрь 2008 – февраль 2009 года).

В свете изменившейся экономической ситуации помимо денежных расчетов в ходе сделок M&A на рынке СМИ будут активно использоваться элементы обмена активами и схемы по реструктуризации долговых обязательств.

Сделки могут также предусматривать дополнительные договоренности, направленные на решение совместных задач. Например, совместное лоббирование интересов по снижению тарифов на доставку прессы, закупка фото и текстов "на всех" по сниженным ценам и пр.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Каковы были максимальная и средняя величина транзакций?

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Самым крупным активом, приобретенным за последние несколько лет, является канал Студия "1+1". Напомню, совокупная сумма сделки составила $328,7 млн.

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– По оценке экспертов, средняя сумма сделки M&A на рынке СМИ Украины в 2008 году составила около $10,0 млн.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Насколько легко в Украине выйти на рынок СМИ с новым проектом?

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Большинство сделок M&A на рынке СМИ Украины в 2008 году заключались с неспекулятивными целями.

Вместе с тем за период январь-август 2008 года отмечалось активное создание "нишевых" телеканалов, интернет-проектов и печатных изданий с целью последующей перепродажи.

Например, в телепроектах достаточно стандартной схемой являлась закупка двух-трех телекамер, одного

пульта. А также – получение лицензии Национального совета по телевидению и радиовещанию (стоимость лицензии на нишевой телеканал не превышала, как правило, $50,0 тыс.).

Средневзвешенная предлагаемая цена продажи такого телеканала составляла около $5,0-6,0 млн.

Впрочем, несмотря на определенный спрос, нет оснований говорить о массовой покупке таких телеканалов.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Как приобретения СМИ разделялись по региональному компоненту? В каких регионах больше всего переходил контроль над СМИ-активами?

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– В последнее время большинство сделок проводилось по покупке общеукраинских теле- и радиокомпаний.

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Больше всего случаев смены контроля над СМИ-активами прослеживается в городах-миллионниках (Киев, Харьков, Донецк, Днепропетровск) и прилегающих регионах.

С точки зрения регионального критерия, более активными сделки M&A были в сегменте печатных региональных изданий. Особой популярностью пользовались региональные издания, совмещающие в себе информационные и рекламные блоки (классифайд), а также телепрограмму.

Что касается региональных телеканалов, то они являются в основном или муниципальными, или принадлежат региональным предпринимателям. Они рассматриваются не как прибыльный бизнес, а скорее как инструмент влияния и, за небольшим исключением, не выставлялись на продажу.

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Каковы были процессы M&A в около СМИ-среде: издательствах, РА, распространении, типографиях?

➲Сергей Савчук, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– В 2008 году были крупные транзакции в сегменте издательств. Это уже названные сделки по приобретению контроля над издательством "Экономика", неконтрольных пакетов издательства ITC Publishing и 8,0% издательства KP Media.

Отмечалась незначительная активность на рынке M&A-сделок в сегментах распространения СМИ и полиграфии.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Среди сделок в издательской сфере следует выделить получение разрешения компанией Ukraine Virgin Fund, Ltd. (Британские Виргинские острова) на приобретение контрольной доли в уставном капитале ООО "Желтые страницы Украины" (Киев).

Ukraine Virgin Fund, Ltd. управляется Dragon Capital Partners (это департамент прямых инвестиций Dragon Capital – инвестиционной компании Украины).

➲Андрей Зайков, руководитель *Аналитической группы M&A-Intelligence* журнала "Слияния и Поглощения":

– Ваши прогнозы о M&A-процессах в СМИ-среде на второе полугодие 2009 года?

➲Анна Бабич, адвокат юридической фирмы "Василь Кисиль и партнеры":

– Объемы M&A-сделок в СМИ-среде в Украине в 2009 году по количественному критерию могут достигнуть уровня 2007 года. В то же время объемы сделок по стоимостному критерию, даже при достаточно оптимистических прогнозах, не превысят уровень 2006 года.

В свете сегодняшнего видения развития экономической ситуации более активно процессы M&A возобновятся с сентября 2009 года.

Вместе с тем такие сделки будут проходить с уменьшением их стоимости (по сравнению с 2007-2008 годами) и бюджета на внешних консультантов.

Также очевидно, что стороны будут тратить меньше времени на подготовительные процедуры (юридический аудит и пр.) и будут стараться завершить сделки в более короткие сроки.

Во втором полугодии 2009 года могут быть заключены сделки M&A как в отношении крупных медиахолдингов, так и с целью продажи отдельных СМИ/проектов.

В первую очередь это может быть связано с намерением нынешних собственников избавиться от нерентабельных/непрофильных проектов, в то время как для потенциальных покупателей это выгодная возможность выйти на рынок СМИ с небольшими затратами.

2009 год будет непростым также и для около СМИ-среды. Сложившаяся экономическая ситуация позволит наблюдать укрупнение существующих издательских домов за счет вхождения в них существующих изданий.

По мнению экспертов, если сбудутся прогнозы по курсовой стоимости доллара США на уровне 10-12 гривен, в Украине может остаться не более 10 крупных издательских домов.

Оптимизация в сегменте издательств повлечет оптимизацию в сегменте полиграфии. Ряд изданий, которые раньше печатались за рубежом, теперь могут издаваться в Украине. Полиграфические предприятия будут представлять больший интерес для сделок M&A.

➲Мария Заец, юрист юридической компании Arzinger:

– Ожидается, что количество M&A-сделок в 2009 году превысит 2008 год, но их стоимость значительно снизится.

Достаточно распространенными станут сделки слияний и поглощений проблемных компаний, а также защитные слияния и поглощения.

Сокращение финансирования и снижение выручки приведут к обмену активами и совместному использованию инфраструктуры.

В связи с тяжелой ситуацией, в которой оказались традиционные СМИ, зависящие от рекламы, они будут вынуждены консолидировать свои активы и продавать часть из них.

Нелегкие времена ожидают рекламные и маркетинговые агентства.

Возможности интернета будут использоваться все более активно. И хотя экономический спад приведет к сокращению количества сделок слияний и поглощений по сравнению с предыдущими годами, он может ускорить переход на цифровые продукты и усилить конкуренцию за лучшие активы в этом секторе.

➲Елена Петрова, адвокат правовой группы "Павленко и Побережнюк":

– Пример покупки Free Media Ukraine и последующего ее функционирования подтверждает тенденции на рынке печатных "неполитических" СМИ в период кризиса.

В связи с ограниченным доступом изданий к финансовым ресурсам на рынке останутся крупные медиакомпании, имеющие возможность в большей мере маневрировать в условиях уменьшения прибыли от рекламы.

■