



► **KLUCZOWE OSOBY I DECYZJE:** Zygmunt Solorz-Żak, kontrolujący Cyfrowy Polsat, i Jean-Bernard Levy, prezes Vivendi, które może połączyć swoją polską platformę cyfrową z „n”-ką, mogą zdecydować o losie 2 tys. punktów sprzedaży. (FOT. WM, BLOOMBERG)

Dilerzy pod ścianą płaczu

Kupno Plusa przez Zygmunta Solorza-Żaka i fuzja „n”-ki z Cyfrą Plus oznaczają redukcję liczby salonów sprzedaży. Poleje się krew



Magdalena Wierzychowska

m.wierzychowska@pb.pl ☎ 22-333-99-99

PKN Orlen, KGHM Polska Miedź, PGE i Węglokoks powinny otrzymać dziś pieniądze ze sprzedaży Polkomtela, operatora sieci Plus.

– Planujemy dziś zamknąć transakcję – mówi nasz rozmówca zbliżony do negocjacji.

Zygmunt Solorz-Żak, który Plusa kupi, zapowiadał, że na razie nie planuje łączenia go z Cyfrowym Polsatem (CP) ani z NFI Midas. Ale analitycy przewidują, że pole do popisu dla składowych szukających obniżenia kosztów da sieć sprzedaży, mocno rozwinięta w CP i Polkomtela.

– Sieć sprzedaży to pierwsze miejsce, gdzie można ciąć koszty w wypadku fuzji dwóch podobnych podmiotów. Salony Cyfrowego Polsatu mogą zniknąć w jednym ruchu, bo sieć Polkomtela spokojnie obsłuży obie spółki. To samo dotyczy Cyfry Plus i „n”-ki. To może być spora rewolucja na rynku dystrybutorów. Po raz kolejny spadną ich marże – mówi Grzegorz Bernatek, główny analityk Audyta.

– Nie planujemy obecnie zmian w sieci – mówi jedynie Olga Zomer, rzecznik Cyfrowego Polsatu.

Co drugi wypada

Trudno przesądzać, jak potoczą się losy fuzji platform satelitarnych Cyfry Plus i „n”-ki oraz jaki model biznesowy wybiorą podmioty (kluczowa będzie decyzja o ewentualnej rezygnacji z marki „n”). Teoretycznie może zniknąć nawet połowa z około 2 tys. salonów, które teraz obsługują obie platformy. Trudno się spodziewać, by były to salony Cyfry Plus, zwłaszcza że operator przeprowadza kosztowny proces zmiany ich wystroju. Rynek platform satelitarnych jeszcze rośnie, ale coraz wolniej i wkrótce operatorzy płatnej telewizji satelitarnej mogą stanąć przed podobnymi problemami, przed jakimi stoją dziś operatorzy komórkowi.

– Operatorzy komórkowi ograniczali liczbę salonów, a dilerzy się konsolidowali. Teraz sytuacja może się powtórzyć w przypadku platform cyfrowych. Jeśli dojdzie do ich połączenia, nie ma sensu utrzymywać dwóch odrębnych sieci – lepiej pozycjonować marki, opierając się na dostępie do kontentu, niż pozorować konkurencyjność rynku – mówi Grzegorz Kujawski, analityk DM Trigon.

Operatorzy tną koszty

Rynek i tak już się kurczy, niezależnie od wspomnianych fuzji.

453

tys. zł ► Tyle średnio przychodów miał w 2010 r. jeden autoryzowany punkt sprzedaży w sieci Eurotela...

28

tys. zł ► ...a taki wypracował zysk netto.

– Liczba salonów w ciągu dwóch lat na pewno się zmniejszy, a liczba transakcji, a więc także rynek, wzrosnie w przyszłym roku o około 15 proc., co będzie efektem wprowadzenia bardziej atrakcyjnych ofert i zwiększenia potencjału rynku w związku z rozwojem technologii bezprzewodowego dostępu do internetu i smartfonów – mówi Tomasz Basiński, wiceprezes notowanego na giełdzie Eurotela.

Miroslaw Rakowski, prezes operatora sieci T-Mobile, zapowiedział niedawno zmniejszenie sieci salonów sprzedaży o 200 w ciągu 2-3 lat. To dużo. Operator sieci Orange systematycznie zmniejsza liczbę salonów, zgodnie ze strategią ogłoszoną w lutym 2010 r. Na koniec przyszłego roku ma ich być o 15 proc. mniej niż dwa lata temu.

– Proces realizujemy we współpracy z naszymi agentami, zapewniając jednocześnie rozwój ich biznesu dzięki udostępnieniu coraz szerszego portfolio usług Grupy TP. Każdy partner Orange może w swoich salonach oferować te usługi i w ten sposób podnosić rentowność – mówi Wojciech Jabczyński, rzecznik Grupy TP.

Jedynym operatorem mówiącym o zwiększeniu liczby salonów sprzedaży jest dynamicznie pozyskujący klientów Play. – W przyszłym roku osiągniemy optymalną liczbę – mówi Marcin Gruszka, rzecznik Play.

Operatorzy muszą oszczędzać, bo ich akcjonariusze są przyzwyczajeni do miliardowych zysków i dużych dywidend, a przychody przestają rosnąć. Do salonu coraz częściej puka nie nowy, atrakcyjny dla operatora, klient, ale osoba, która chce tylko odnowić umowę. Konkurencją jest też sprzedaż poprzez internet.

– Dilerzy długo dyktowali operatorom warunki. Dopiero w 2009 r., gdy pogorszyło się otoczenie biznesowe dla operatorów, zaczęli wypowiadać im umowy. Teraz nadchodzi druga fala – mówi Grzegorz Bernatek.

Sieci sprzedaży

► Liczba punktów

Orange	1098
T-Mobile	1013
Play	980
Plus	893
Cyfrowy Polsat	1136
Cyfra Plus	1151
„n”	>1000

Źródło: spółki