

Fantastický byznys, hodnotí nákup CRA Steve Marshall

14.8.2024 - | České Radiokomunikace

CRA mají již skoro 3 roky nového vlastníka - Cordiant Digital Infrastructure. Co čeká klasický byznys šíření pozemního vysílání? Jak je CRA daleko s plánovanou stavbou datového centra na Zbraslavi? To vše v rozhovoru se Stevem Marshalllem z fondu Cordiant Digital Infrastructure.

Fantastický byznys, hodnotí nákup Českých Radiokomunikací Steven Marshall, šéf londýnského fondu Cordiant

Před třemi lety získaly České Radiokomunikace – největší tuzemský provozovatel televizních a rozhlasových vysílačů – nového vlastníka. Londýnský fond Cordiant Digital Infrastructure vysílací firmu koupil od fondů australské skupiny Macquarie. S cenovkou 451 milionů liber (tehdy asi 13,5 miliardy korun) šlo o jednu z největších transakcí na tuzemském telekomunikačním trhu.

Radiokomunikace mají roční tržby více než 2,2 miliardy korun a asi polovinu těchto příjmů získávají za šíření rádiového a televizního signálu. Největšími zákazníky jsou veřejnoprávní stanice i soukromé televize jako Nova nebo Prima. Firma je nejviditelnější díky asi 650 vysílačům v české krajině – od Kleti v jižních Čechách po Žižkovskou věž v Praze a Ještěd v Liberci.

Cordiant vede Steven Marshall, třiašedesátiletý Brit s mnohaletou mezinárodní zkušeností ve vysílací branži. Ve svém prvním rozhovoru pro tuzemská média dává opakovaně najevo, že jsou současní vlastníci s investicí spokojeni. Coby velký zastánce tradičního vysílacího byznysu vidí pro další rozvoj Radiokomunikací celou řadu nových příležitostí. Navíc se Radiokomunikace díky nedávným akvizicím staly na trhu lídrem v cloudových službách a nyní mají nakročeno stát se i největším provozovatelem datových center. Jedno nové, za více než 1,5 miliardy korun, budou stavět na okraji Prahy u Zbraslavi.

Splnila akvizice Českých Radiokomunikací cíle, které jste si naplánovali?

Ano. Jen si uvědomte, co jsme tímto nákupem získali: máme jedničku v oblasti terestrického vysílání v zemi, národního šampiona. A z toho titulu firma také přitahuje kvalitní zaměstnance, kvalitní management. Lze to využít i k širším aktivitám. Když máme optické sítě, je nasnadě nevyužívané budovy, ve kterých dříve bylo analogové vybavení, předit na datová centra. Naši zákazníci to tak chtějí. Teď máme datových center sedm, nové budeme stavět a jako další krok chceme rozšiřovat stávající zařízení pod Žižkovskou věží, protože je velká poptávka v centru Prahy. Radiokomunikace mají kvalitní management, který myslí dopředu, ne jen v ročním horizontu. Myslí i na to, co přinese výsledky ve třetím nebo čtvrtém roce našeho podnikatelského plánu. Řídil jsem už ve své kariéře nadnárodní společnosti za 100 miliard dolarů, ale myslím, že tento management patří k nejlepším, jaké jsem za tu dobu viděl.

Jak se na budoucnost vysílacího byznysu díváte? Není to obor, který časem vytlačí všudypřítomný internetový přenos?

Já jsem velkým fanouškem vysílací infrastruktury. Ano, mnoho lidí si myslí, že tradiční vysílací byznys je tající ledová kostka, která zanikne a lidé prostě přejdou na streamování. Já tomu nevěřím. Během příštího desetiletí zjistíte, že se to prostě nestane. Infrastruktura pro pozemní vysílání tu

bude ještě desítky let. Je to proto, že je to nejefektivnější způsob, jak doručit velké množství videoobsahu masové populaci a to jak z hlediska nákladů, tak z hlediska dopadu na životní prostředí, z hlediska uhlíkové stopy. Lidé, vlády, regulační orgány, dokonce i širší průmysl si uvědomí, že si nemůžeme dovolit investovat do alternativy. Že nebude možné vypnout tradiční vysílání a místo toho vybudovat všechna jiná potřebná zařízení, kde náklady a dopad na životní prostředí by byly tak velké, že se to nikomu nebude chtít investovat.

Máme tady v Praze vysílač, který rozesílá televizní obsah do všech domácností v okolí. Jeden signál, jeden přívod elektřiny. Když to vypnete, tak budete potřebovat obrovská datová centra a spousta optiky, protože každá ta domácnost bude muset stahovat data. Náklady budou tak velké, že to nikdo nebude chtít dělat.

I tak ale předchozí majitel investoval do datových center, do optických sítí. A Cordiant v této strategii diverzifikace pokračuje...

Ano, ale není to na úkor vysílacího byznysu nebo z přesvědčení, že vysílání umírá.

Co vysílací byznys tedy čeká v budoucnosti?

Z plánu nových produktů jsem úplně nadšený. Budou to novinky, které zlepší naše služby a zvýší příjmy zákazníkům - vysílatelům. Bude se to týkat například dynamického vkládání reklamy nebo možnosti pozastavení a opětného spuštění živého televizního vysílání. Tradiční vysílací služby budeme kombinovat s možnostmi takzvaných OTT služeb (over-the-top, divák může stisknout tlačítko a tím se připojit k internetu - pozn. red.) a tím nabídneme mnohem širší funkcionalitu stávajícímu televiznímu systému. Nyní získáváme příjmy z OTT, z internetu, z tradičního vysílacího byznysu a budeme mít i další příjmy z přidanych funkcí. Například z možnosti pozastavit či vrátit živé vysílání. Divák si může přímo z televizoru také požádat o stažení různého obsahu, zdarma nebo za úplaty. Širší funkcionalita televizního systému pomůže udržet tuto technologii v chodu po mnoho a mnoho let. V našem produktovém plánu se v příštích letech objeví mnoho dalšího.

Například?

Například digitální vkládání reklamy - bude možné vložit reklamu do konkrétního programu, který divák sleduje, třeba formou vyskakujícího banneru či ji vysílat jen v konkrétním regionu. Nebo zacílení takové reklamy na specifický okruh domácností. Takže reklama, která půjde v televizi u vás, bude jiná, než jaká poběží u sousedů.

Když v dané domácnosti poběží hodně kreslených pohádek, je jasné, že tam jsou děti, a to může inzerenty zajímat. Televizní společnosti něco takového budou moci nabídnout inzerentům a zvýšit příjmy. V budoucnu nebude digitální signál sloužit jen k vysílání videoobsahu, ale také k vysílání jiných typů informací a dat. Zejména když to spojíte s DAB rádiem (digitální přenos rádiového signálu - pozn. red.). Můžete tak vysílat veřejná oznámení, burzovní informace, údaje o počasí a nejrůznější další obsah.

Rostou nyní Radiokomunikacím příjmy z vysílacího byznysu?

Hlavní byznys vysílacích služeb v České republice v posledních třech letech roste rychleji než segment telehousingu (umísťování zařízení zákazníků, například mobilních operátorů, na věže Radiokomunikací - pozn. red.). Investovali jsme do nejnovější technologie digitálního pozemního vysílání (televizní vysílání přijímané klasickou anténou na střechách domů - pozn. red.). To znamená, že ze stejného množství spektra máme kapacitu na mnohem víc kanálů. Několik stávajících kanálů jsme upgradovali na vyšší obrazovou kvalitu, což se našim zákazníkům líbí, protože diváci mají

kvalitnější přenos. V některých případech za to dostáváme více peněz, v některých případech jsme prodloužili vysílací smlouvy. Také máme nyní volnou kapacitu pro přidání dalších nových kanálů. V posledních 12 měsících jsme do pozemního vysílání přivedli Warner TV, AMC, A11, Sporty TV a Hit TV. Nyní jednáme s asi sedmi osmi dalšími televizními kanály. Takže jsme skutečně zaznamenali velký růst našich příjmů z vysílání.

V době internetu a optických sítí leckoho možná překvapí váš optimismus ohledně tradičního vysílacího byznysu...

Všichni jsou překvapeni, protože běžný názor je, že to není bůhvíjaký byznys. Ve skutečnosti je to naprosto fantastický byznys.

Někdy kolem roku 2030 vyprší platnost stávajících licencí na vysílací kmitočty. Je to něco, co ve vás vzbuzuje obavy?

Vůbec se toho nebojím. Kmitočty pro pozemní televizi byly garantovány do roku 2030, ale s ohledem na velmi vysoký počet diváků využívající pozemní vysílání v celé Evropě dochází k prodlužování licencí už i za rok 2030. Každé čtyři roky se sejde Světová radiokomunikační konference, jako na konci loňského roku v Dubaji, a tam mnohé vládní delegace vyzývají, aby se vysílací spektrum zachovalo a aby bylo primárně přidělováno provozovatelům vysílání i po roce 2030. Na příští konferenci v roce 2027 se televizní kmitočty nebudou vůbec řešit a až v roce 2031 by mělo dojít k vyhodnocení využívání těchto kmitočtů. To však neznamená, že k nějaké změně dojde. Zatím je to tak, že vlády preferují přidělování spektra provozovatelům vysílání. Mobilní operátoři začnou říkat, že by ho měli mít, že ho potřebují, ale ve skutečnosti ho nepotřebují. Nevyužívají ani to, které mají nyní. Vyhovovalo by jim, aby spektrum získali pro sebe, protože jsou současně poskytovateli služeb IPTV (televize přenášená po internetu – pozn. red.).

Generální ředitel Radiokomunikací Miloš Mastník avizoval, že v letošním roce příjmy Radiokomunikací z ostatních služeb převýší příjmy z tradičního vysílacího byznysu. To stále platí?

Je to správně. Zatímco tradiční byznys roste, my expandujeme především v oblasti kapacity datových center a optické konektivity.

V tuto chvíli patří Radiokomunikace po T-Mobilu a Cetinu k největším provozovatelům datových center v Česku. Máte ambici stát se jedničkou, protože plánujete stavbu velkého datového centra u Zbraslavi. Jak jste s tímto projektem daleko?

Naším štěstím je, že máme možnost využít již existující lokalitu na Zbraslavi. Podle mého odhadu do konce roku získáme všechna potřebná povolení. V tomto ohledu bych chtěl poděkovat státu za podporu. Bude to nejpokročilejší zařízení v Česku, zcela zásadní modernizace datové kapacity, která je pro tuto zemi naprosto nezbytná. Bude to znamenat, že data, u kterých je zájem, aby byla na zdejší území, ale v současnosti jsou uložena někde mimo, budou moci být právě zde, v zařízení s velmi pokročilou ochranou.

Chcete snad říci, že v zařízeních provozovaných například Amazonem nebo Microsoftem nejsou v bezpečí?

To vůbec ne. Ale všude, ne jenom v České republice, rostou obavy z toho, že jsou citlivá národní data – třeba data spojená s bankovními účty nebo zdravotními údaji – v zahraničí. Je požadavek je mít doma, kde je snazší regulovat, jak se s nimi zachází. Takže sázíte na tento trend? Nejen to. Je tu přirozená poptávka po kapacitě datových center, protože všichni používáme více datových služeb a

stahujeme více obsahu. Zároveň je tu nedostatek dobrých zařízení tohoto typu – to, co tu existuje, je zčásti zastaralé a dochází kapacita.

V roce 2022 ale ředitel Mastník řekl HN, že projekt bude do konce roku 2024 hotový. To se pravděpodobně nestane. Je tam tedy určité zpoždění...

Ne, to se nestane a zpoždění tu je. Stavba tohoto typu je velký projekt. Nejdřív musíte vyřadit z provozu analogové rozhlasové vysílání na středních vlnách, k tomu potřebujete získat potřebná povolení. Toto vysílání je náročné na energii a nešetrné k životnímu prostředí. My jej vypneme, ušetříme spoustu energie, snížíme uhlíkovou stopu a nahradíme jej DAB rádiem. Pak je třeba získat všechna ta povolení od různých regulačních orgánů a obcí pro tuto lokalitu, pro novou výstavbu. Trvalo to trochu déle, než jsme asi předpokládali.

Česko je známé tím, že stavební řízení zde trvá velmi dlouho a je komplikované. Řekl byste, že jste zklamán rychlostí, s jakou se daří ta povolení získat?

Ještě před rokem bych řekl, že jsem byl asi zklamáný. Teď už jsme téměř u cíle, takže jsem spokojený. Jsme prostě tam, kde jsme. Samo- zřejmě že bych byl rád, kdyby se to posouvalo rychleji. Na místě už je elektřina, máme tam už přivedeno optické připojení, do areálu už vede silniční infrastruktura. Náš projekt je skutečné ESG (zkratka označuje standardy společenské odpovědnosti, ochrany životního prostředí a udržitelného řízení projektů – pozn. red.).

Kdy se tedy začne kopat a stavět?

Začneme se samotnou stavbou pravděpodobně ve druhém čtvrtletí příštího roku. A bude nám to trvat tak tři roky. Ale to je běžná doba výstavby.

Zdá se, že ti velcí konkurenti, jako Google a další, se vzdali myšlenky tady na trhu stavět. To je pro vás dobré, nebo ne?

Možná právě kvůli stavebnímu povolení. Pokud se v tom ale dokážete orientovat, máte pozemek, máte skvělý manažerský tým, pokud se vám podaří tu věc dotáhnout do zdárného konce, tak právě firmy typu Amazon, Google, Facebook přijdou za vámi. Myslím, že pro velké hráče je Česká republika geograficky menší, a tím pádem neprioritní. Třeba se jim nechce udělat všechnu tu práci, aby tady něco měli. Ale Radiokomunikace jsou ochotné tu práci udělat a pak jim pomoci.

Na druhou stranu ale firmy v současnosti víc přemýšlejí, jaká data ukládat. Podle odborníků například sílí trend využívání cloudových aplikací spíše než pronajímání prostoru v datových centrech. Mění se nějak vaše původní plány, pro jaké klienty by to centrum mělo být?

Bude to složitý mix zákazníků a požadavků. Jak jsem naznačoval, může se stát, že některá z velkých nadnárodních internetových společností bude chtít získat významnou část kapacit. Pak tu máte typ zákazníků, kteří potřebují outsourcovat správu svých dat. Dělají si to sami a není to tolik bezpečné, chráněné. Cítí potřebu přenechat takovou činnost profesionálnímu zařízení. To je pokračující trend a Česká republika v tomto ohledu pokulhává za zbytkem Evropy.

Také tu máte firmy, které už data outsourcovaly, mají je v cloudu, ale úložiště jsou ve špatné zemi. Vlády na ně tlačí, aby citlivá data uchovávaly ve své zeměpisné oblasti. Takže budou hledat příležitosti doma. Jaký nakonec bude mix zákazníků, záleží na tom, kdo přijde první, upřímně řečeno.

V oblasti datových center se Radiokomunikace po vašem příchodu pustily i do nákupů. Získaly datové centrum na Moravě od skupiny Aricoma. Vidíte na trhu ještě nějaké další

příležitosti?

Tady v České republice jsme si prohlédli asi pět nebo šest akvizičních příležitostí. A vlastně i několik v Německu. Jednalo se o datová centra, nic z toho z různých důvodů nevyšlo, ale v těchto růstových plánech firmu podporujeme. Nyní jednáme se dvěma třemi dalšími potenciálními prodejci v České republice. Takže kdo ví...

Jde zase o oblasti datové kapacity a optické infrastruktury?

Je to napříč našimi různými sadami produktů. Ale do přílišných podrobností zacházet nemohu.

Český trh je specifický v tom smyslu, že je tu hodně malých lokálních telekomů. Tam by vás něco nelákalo?

Na některé tyto regionální firmy z oblasti optiky a ISP jsme se dívali, ale rozhodli jsme se, že je nekoupíme. Akvizice, které v současné době zvažujeme, by měly buď posílit naše vysílací kapacity, nebo naše kapacity v oblasti datových center. Když říkám vysílání, mám na mysli schopnost přinést další služby. V lednu jsme například získali Prague Digital TV (v Praze provozuje regionální vysílací síť, prodávajícími byli Pavel Fromberger a ostravská Mediapoli Group – pozn. red.). Také jsme získali licence na DAB rádio, nejlepší rádiové licence v Česku. Máme zde fantastický byznys a skvělý manažerský tým a chceme podpořit management v tom, aby se Radiokomunikace dařilo rozvíjet ještě mnoho let. Českou republiku prostě máme rádi.

Jak velké investice se v Radiokomunikacích odehrály za ty tři roky od vašeho příchodu?

Investovali jsme téměř 100 milionů eur. Tyto peníze šly do modernizace digitální technologie, do DAB, do datových center a do nákupů, například do získání firem Cloud4com, DC Lužice a Prague Digital TV.

Zbývají fondu ještě nějaké peníze ze vstupu na burzu, které lze použít na nákupy dalších firem?

Ano, zbývají. Na úrovni fondu si také můžeme opatřit dluhové peníze a ty investovat. A také se můžeme znovu obrátit na akcionáře, vysvětlit jim, že se nám rýsuje nějaká skvělá příležitost, a požádat je o další peníze. To je jedna z výhod toho, že jste na burze.

Mělo by smysl kupovat tady ve středoevropském regionu další vysílací byznys?

Já bych rád koupil víc takových firem, myslím, že je to skvělý byznys.

Máte už nyní něco v hledáčku v jiných zemích?

Není to nic, co by se stalo rychle. Někaké diskuse probíhají, ale nelze říct, že bychom letos měli něco oznámit.

Celý rozhovor naleznete v archivu HN zde.

<https://www.cra.cz/fantasticky-byznys-hodnoti-nakup-cra-steve-marshall>