

## Nota de Prensa

**Fecha:** 4 de febrero de 2010  
**Contacto:** Xavier Janer Serra  
**Teléfono:** 91 568 42 75 / 679 195 831  
**e-mail:** [xavier.janer.serra@es.pwc.com](mailto:xavier.janer.serra@es.pwc.com)

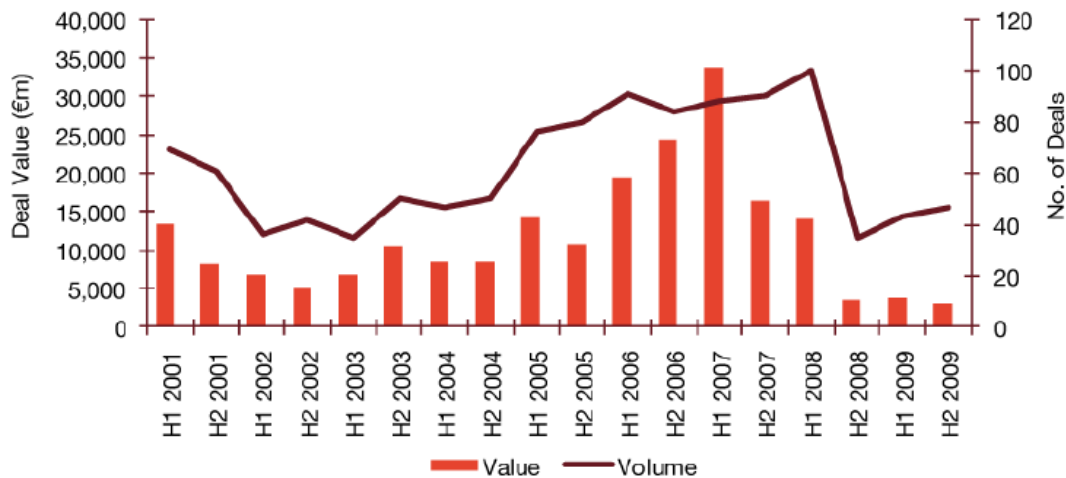
Informe europeo de operaciones en medios de comunicación elaborado por PwC

### **El valor de las fusiones y adquisiciones de medios cayó un 63% en 2009 y registró los peores niveles de la década**

- Para 2010 se prevé un aumento tanto en el número como en el tamaño de las transacciones, con un papel muy activo de las empresas de capital riesgo. El crecimiento de nichos de mercado como la publicidad móvil y un cambio estructural en el espacio digital impulsarán la actividad el próximo año

**Madrid, 4 de febrero de 2010.** La mala marcha de la economía golpeó, con fuerza, al mercado de fusiones y adquisiciones de los medios de comunicación, que registró, en 2009, sus peores niveles de la última década. El valor de las operaciones del sector en Europa descendió un 63% hasta los 6.300 millones de euros, en comparación con los 17.100 millones alcanzados en 2008, según el informe sobre **Fusiones y Adquisiciones en el Mercado Europeo de Medios de Comunicación** que anualmente elabora **PricewaterhouseCoopers**. El número de operaciones bajó un 33% -de 135 a 90-, su tamaño medio un 45% y solamente 21 superaron los 100 millones de euros en comparación a las 104 de 2008. Pese a estas cifras, el mercado europeo ha tocado fondo y se espera que el actual 2010 sea el año de la recuperación.

## European Deal Activity



This chart covers M&A transactions completed between 2001-2009, involving stakes greater than 10%, where the target was from Europe and the deal value was disclosed and greater than €10 million

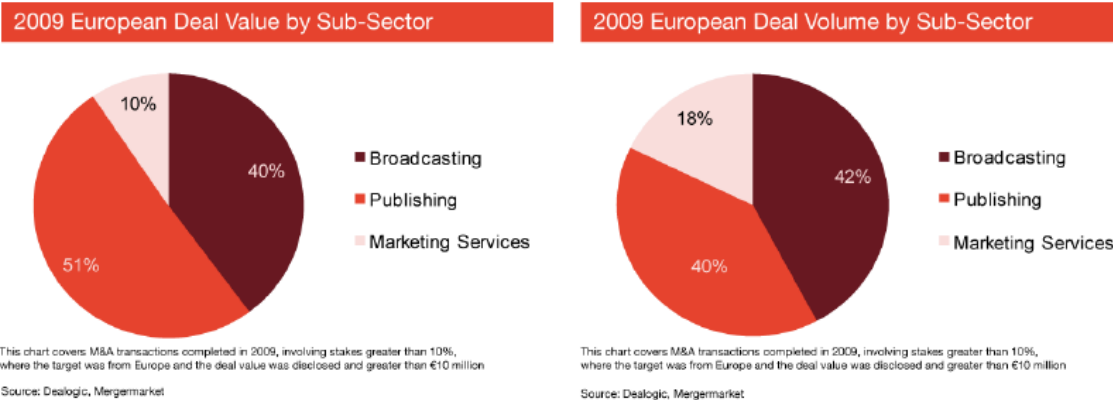
Source: Dealogic, Mergermarket

En el ranking de las **diez operaciones más importantes** del año (ver cuadro adjunto) destaca la presencia de compañías británicas como, por ejemplo, en la mayor del año. Esta fue la realizada por la compañía de capital riesgo Charterhouse Capital Partners LLP, que se hizo con Wood Mackenzie & Co Ltd, editorial especializada y proveedor de información, con un desembolso de 612 millones de euros. También resalta la compra de BPP Holdings por parte de Apollo Group por más de 370 millones de euros, lo que significó una ampliación de sus servicios de oferta educativas en Europa. Por lo que se refiere a la tercera -la adquisición de Playfish por parte de Electronic Arts (EA) por 282 millones de euros- mejoró la posición de EA en el entretenimiento social y fortaleció su enfoque en la transición a los juegos digitales y sociales.

Major European Deals 2009					
Date	Value (€m)	Target	Target Country	Acquiror	Acquiror Country
Jun 09	612.0	Wood Mackenzie & Co Ltd	UK	Charterhouse Capital Partners LLP	UK
Jul 09	370.6	BPP Holdings plc	UK	Apollo Group Inc	USA
Nov 09	281.6	Playfish Ltd	UK	Electronic Arts Inc	USA
Apr 09	263.0	Hanseatische Verlags-Beteiligungs AG	Germany	Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co KG	Germany
Feb 09	253.1	Jetix Europe NV (27%)	Netherlands	Walt Disney Co	USA
Jan 09	184.8	Stream-TV ZAO	Russia	Comstar UTS OAO	Russia
May 09	177.9	Central European Media Enterprises Ltd - CME (30.9764%)	UK	Time Warner Inc	USA
Sep 09	153.6	Edipresse SA (Swiss business)	Switzerland	Tamedia AG	Switzerland
Feb 09	153.0	Cinemas (11 movie theatres in France and 1 in Spain)	France	Compagnie Fonciere Internationale SA; UGC SA	France
Mar 09	152.0	Berliner Zeitung Gruppe	Germany	DuMont Schauberg	Germany

Source: Dealogic, Mergermarket

**Por sectores**, el editorial es el que ha concentrado el mayor porcentaje de operaciones por tamaño con un 51%, seguido del sector radiofónico con un 40% y del de servicios de marketing con un 10%. Esto se debe, fundamentalmente, a la compra de Wood Mackenzie por 612 millones de euros (la mayor operación del año) y a la adquisición de los periódicos regionales por parte de Verlagsgesellschaft Medsack (la cuarta del año) por un total de 263 millones de euros.



El informe también incluye un apartado específico con las **perspectivas del sector para el 2010**. El estudio explica que se prevé un aumento tanto en el número como en el tamaño de las operaciones. Las entidades financieras se muestran cada vez más interesadas en algunos activos del sector después de las últimas reestructuraciones de deuda. Los bancos pretenden recuperar sus intereses financieros cuando los precios y la situación financiera de las compañías recuperen su normalidad. La perspectiva para los próximos 12-18 meses se sitúa en la recuperación de capital y la reducción de la deuda, con vistas a una eventual venta.

El estudio dedica su última parte a analizar cuáles serán los principales motores que impulsarán la actividad del mercado. La transición hacia el espacio digital por parte de las compañías y grupos de medios tradicionales, así como la sustitución de los ingresos provenientes de la publicidad por los del negocio digital serán los *drivers* del sector. News Corporation es un buen ejemplo de ello: la compañía está liderando el camino hacia un nuevo modelo al tratar de cobrar a los usuarios por sus contenidos digitales, aunque, de momento, los ingresos digitales representan solamente 10 céntimos en cada dólar de los ingresos tradicionales.

Por último, en este mismo capítulo, se añade que mercados todavía poco maduros como la publicidad móvil (creció desde 2007 un 99% en Reino Unido) concentrarán un fuerte crecimiento en 2010, especialmente después del lanzamiento del Google Nexus One, un importante reto para iPhone, que ha hecho crecer rápidamente el mercado de los *smart phone*. Ambas compañías apuestan por el mercado de la publicidad en el móvil, como así lo demuestran sus recientes operaciones: Apple llegó en enero a un acuerdo para comprar, por 257 millones de dólares, Quattro Gíreles y, por su parte, Google compró, en noviembre de 2009, AdMob por 750 millones de dólares

Para Virginia Arce, socia responsable de Entretenimiento y Medios de PricewaterhouseCoopers *“los ingresos provenientes de la publicidad tradicional siguen erosionándose y los antiguos medios de comunicación se verán obligados a transformarse para sobrevivir. Esto podría generar la compra de nuevas compañías que ofrecen servicios digitales o productos, o intercambio de activos con el fin de ser más eficientes y posicionarse en este campo particular”*. Según **Julian Brown, socio del área de Corporate Finance de PwC,** *” en 2009 sólo los activos excepcionales eran vendibles a precios aceptables para vendedores y, a menudo, las negociaciones terminaban en punto muerto por la gran diferencial de expectativas de precios entre potenciales compradores y vendedores, sobre todo si éstos últimos no tenían necesidad de vender. Sin embargo, una recuperación en el valor y el volumen ha seguido a la depresión del mercado, por lo que, esperamos ver un retorno progresivo de las operaciones durante este año 2010”*.

**Nota:**

**PricewaterhouseCoopers** ([www.pwc.com](http://www.pwc.com)) ofrece servicios de auditoría, consultoría de negocio y financiera y asesoramiento legal y fiscal para dar confianza e incrementar el valor de sus clientes y stakeholders. Más de 163.000 personas en 151 países aúnan sus conocimientos, experiencia y soluciones para aportar nuevos puntos de vista y un asesoramiento práctico.

PricewaterhouseCoopers se refiere a la red de firmas miembros de PricewaterhouseCoopers International Limited; cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente.