

Növekvő kereslet és élénkülő kínálat a régióink M&A piacán A stratégiai befektető a legnépszerűbb és legvalószínűbb vevő

A stratégiai befektetőknek meghatározó szerepük van a régió tőkepiacán, és jelentős hatással vannak az M&A piacon tapasztalható dinamikus trendek formálására is. A válság után drasztikusan lecsökkent a cégeladások és felvásárlások száma, 2015-re azonban „magához tért” ez a terület is, és meghaladta a válság előttiit. A szakértők 2016-re további emelkedéssel – azaz több tranzakcióval – számolnak.



Horgos Lénárd, az M27 ABSOLVO
partnere
(Fotó: Schmid Zoltán)

„Annak ellenére, hogy a válság nagy törést eredményezett, szépen lassan elkezdett konszolidálódni a helyzet. A 2015-ös év már ismét ígéretes időszak kezdetét jelezte, jelentős mértékű növekedés, aktivitás vette kezdetét. Az idei évre is már egyértelműen kijelenthetjük, hogy tovább növekszik a felvásárlási kedv, és a kínálati oldalon is egyre több cég kerül a piacra. Bízható lehet a magyar vállalkozások számára az, hogy a CEE régió a befektetők szempontjából az egyik legaktívabb terület lesz a következő időszakban.” – mondta el Horgos Lénárd, az M27 ABSOLVO partnere az M&A piaci trendek kapcsán a HVCA (Magyar Kockázati- és Magántőke Egyesület) és az M27 ABSOLVO 2016. május 5-én szervezett közös szakmai rendezvényén, melynek fókuszában a **stratégiai befektetők felé történő a cégeladás és az exit** egyre aktuálisabb kérdésköre állt.

Stratégiai befektető bevonása a legnépszerűbb és a legvalószínűbb exit irány

„A stratégiai befektetők felé történő cégeladás témájáról mindenképp aktuális beszélni, tekintettel arra, hogy az elmúlt években mind Európában, mind a közép-kelet-európai régióban ez a leggyakoribb kiszállási (exit) irány a kockázati- és magántőke alapok számára. Magyarországon ennek külön aktualitást ad az, hogy egyrészt a Jeremie alapok tőkebefektetéseiből néhány éven belül exitek várhatók, másrészt jelentős számú, akár több ezer cégvezető közeledik az ún. nyugdíjkorhatárhoz. Annak ellenére, hogy sokan a cégutódlás kérdését családon belül tervezik megoldani, tapasztalatok szerint ez gyakran nem valósítható meg, így sokan döntenek úgy, hogy piacra viszik cégüket. A vevők megtalálása azonban időigényes folyamat, amit érdemes megtervezni és jó előre felkészülni. A trade sale (stratégiai befektetőnek való eladás) az elmúlt nyolc évet tekintve hatszor volt a leggyakoribb kiszállási mód a régióinkban, és 2014-ben mind darabszámban mind értékben az összes exit közel egyharmadát teszi ki. Ez az arány a kisebb méretű (legfeljebb pár millió Eurós) kockázati tőkebefektetésekből való kiszállások esetében még magasabb, és a stratégiai befektetők

felé történő kiszállás az összes exit értékének 60%-át tette ki 2014-ben a közép-kelet-európai régióban” – mondta el nyitóbeszédében **Ferke János, a HVCA Elnökségi tagja.**

Kik vesznek cégeket a régióban?

Milyen tanulságok vonhatóak le közelmúltban lezajlott tranzakciók alapján?

Az M27 ABSOLVO a 2014 és 2016 áprilisa közötti tranzakciókat (felvásárlások) vizsgálta meg legújabb elemzésében. *„A több mint 220 tényleges tranzakció részletes vizsgálata alapján megállapíthatóak bizonyos sajátosságok, amelyekre érdemes lehet készülniük a vállalkozásoknak, ha stratégiai befektető felé fordulnának”* – hívta fel a figyelmet előadásában **Horgos Lénárd, az M27 ABSOLVO partnere.**

Ilyen sajátosságok például:

- a tranzakciók esetén még mindig nagy arányban (közel 50%) lokális, helyi vállalkozás a vevő,
- amennyiben nem lokális vevőről van szó, akkor – Magyarország esetén - viszont jellemzően nem a környező országok piacáról érkezik a vevő,
- a vevők vizsgálatánál jól látható, hogy dominánsak (együtt 45% felett) a private equity alap tulajdonosú vagy tőzsdei cégek, ahol vélhetően a növekedési kényszer erősebb, mint egy átlagos vállalkozásnál, emiatt gyakrabban hajtanak végre felvásárlást,
- habár az elemzés kifejezetten fókuszált az 50M EUR alatti tranzakciókra, mégis a vevők 76%-a nagyvállalat, multinacionális cég volt,
- a tranzakció jellegére vonatkozóan pedig azt lehet megállapítani, hogy bár a vizsgált esetek 46%-a versenytársak tranzakciója volt, de **közel ennyire jelentős a stratégiai dealek aránya is.**

„A konkurenciának történő eladás mindig érzékeny terület. Egy alapos átvilágítás nélkül nem jöhet létre deal, így nagyon fontos, hogy a megfelelő mennyiségű és mélységű információkat csak komoly érdeklődés esetén, és a megfelelő időben, ütemben adjuk át. Olyan stratégiai befektető felé történő cégeladás, aki nem versenytárs, sokkal kevésbé kockázatos” – fűzte **hozzá Horgos Lénárd, az M27 ABSOLVO partnere.**

A stratégiai befektető– az érték a mérték

A szakmai befektetők a profitelvárások helyett üzleti és szakmai szinergiákat keresnek elsődlegesen. Növekedésük érdekében beszállítói bázis, új piacok vagy akár technológiai tudás megszerzésére törekednek. A stratégiai befektetés lényege, hogy **egyfajta**

együttműködést és összehangolást vár a tevékenységektől, mely mindkét felet stratégiai előnyökhöz juttatja.

A nemzetközi VISTRA intenzív terjeszkedési stratégiájában kiemelkedő szerepet játszanak a stratégiai akvizíciók. *„Számos olyan céget vásárolunk fel, amelyek a tevékenységi körünkbe tartozó szolgáltatásokat nyújthatnak, vagy képesek azt a mi szigorú elveinknek megfelelő minőségi szolgáltatással kiegészíteni. Határozott elképzeléseink vannak a célpontok pénzügyi mutatóit, növekedési potenciálját illetően is, ám ezek mellett olyan szempontok is meghatározzák a felvásárlási döntéseinket, mint például a korábbi tulajdonosok vagy a menedzsment „minősége”, jövőbeni szerepvállalása, a szolgáltatási színvonal vagy a cég reputációja”* – foglalta össze **Matty Ryan, a VISTRA Managing Director-a** a cégcsoport főbb stratégiai befektetési irányelveit az akvizíciós célpontok kiválasztásánál.

Mitől lesz sikeres a stratégiai exit?

„Minden stratégiai befektető más. Így már nagyon korán tudni kell, milyen típusú vásárló felé akarunk exitálni, fontos minél hamarabb felvenni a kapcsolatot a potenciális vevőkkel, meg kell ismerni és követni kell a stratégiájukat és annak változását, hogy lássuk, milyen szempontok fontosak számukra, mi jár a fejükben, mi motiválja őket. Ha jól ismerjük a szempontrendszerüket, akkor jobban fel tudunk készülni a cégeladásra, és nagyobb eséllyel tudjuk megalapozni a sikeres exitet” – fejtette ki **Kövér József, a 3TS Capital partnere** az esemény kerekasztal-beszélgetésén.

A stratégiai cégeladás sikerében jelentős szerepet játszik a menedzsment hozzáállása és szakmai felkészültsége is. A cég érettségi szintje, a tranzakció bizonyos mérete külső tanácsadó bevonásának szükségességét is eredményezheti. *„A szakértő fontos ütköző szerepet is játszik, hiszen olyan konfliktusokat kell vállalni a vevő kulcsembereivel, amit nem célszerű az eladó cég menedzsmentjének nyakába varrni, hisz a tranzakció után valószínűleg együtt kell majd dolgozniuk. A jó tanácsadónak ismernie kell mind a cég kompetenciáit, mind a stratégiai befektetők várható kérdéseit, hogy a felkészülést hatékonyan tudja támogatni – mindez időbe telik”* – tette hozzá **Tánczos Péter, az Euroventures Zrt. Igazgatóságának elnöke**.

Mindkét szakember kiemelte a portfóliócég és a befektető közötti egyetértés fontosságát is az exit stratégiai végrehajtása során. Optimális esetben ez a „mézeshetek” alatt így is van, de a „házasság” évei alatt változhatnak az érdekek, motivációk, vagy a külső körülmények. Ennek kezelése az egyik legnehezebb – és mindenképp megoldandó - feladat egy befektető számára. Ha ezt a felek nem tudják rendezni, az súlyos konfliktusokhoz vezethet és megghiúsíthatja a cég eladását.

Magyar sikersztorik – világos célok, tudatos felkészülés és végrehajtás, elkötelezett menedzsment

AUTONET

Dr. Fehérváry Ákos, a Baker&Mckenzie Ügyvédi Iroda partnere a közel 300 millió EUR forgalmú regionális autó- és járműipari beszállító **AUTONET cégcsoport többségi tulajdonrészének a Swiss Automotive Group svájci stratégiai partner felé történő értékesítéséről** osztotta meg tapasztalatait. A Baker&McKenzie magyarországi irodája az eladó AUTONET tranzakciós jogi tanácsadójaként követte végig a cégeladás folyamatát.

„A cégcsoportot két magánszemély építette fel húsz év kemény munkájával, akik úgy gondolták, hogy a további növekedéshez és céljaik eléréséhez stratégiai partner bevonása szükséges. Az AUTONET határozott vízióval és stratégiával rendelkezett a jövőt illetően, így ennek megfelelően vizsgálta, kereste, versenyeztette a potenciális vevőket. Az AUTONET története is alátámasztja, hogy nem csak az a fő szempont, hogy a végső befektető a legtöbb pénzt kínálja, a döntésben egyéb szempontok is komoly szerepet játszhatnak és fontos, hogy a partnerek között meglegyen a szükséges összhang és kémia” – fejtette ki **Fehérváry Ákos**. A világosan megfogalmazott célok, a tudatos felkészülés és befektető-keresés mellett **Fehérváry Ákos** egy ilyen tranzakció időigényére is felhívta a figyelmet: az AUTONET esetében a szerződés aláírásáig több mint 1 év telt el, és a folyamat még közel sem zárult le, hiszen a közös vállalatcsoport létrehozása és működése még csak most kezdődik.

DIATRON

A budapesti székhelyű, labor diagnosztikai eszközök fejlesztésével, gyártásával és forgalmazásával foglalkozó Diatron Group-ban 2005-ben szerzett részesedést a nemzetközi private equity befektető Riverside Europe – a stratégiai befektető STRATEC Biomedical AG felé történő cégeladást pedig nemrégiben hozták nyilvánosságra. A Riverside akvizíció óta a Diatron globális szereplővé nőtte ki magát, a termékportfóliót fejlesztések és akvizíciók útján kibővítették, a folyamatokat egységesítették, jelentősen bővítették ügyfeleik körét, új piacokra léptek be. A Diatron ma már a Siemens és Samsung részére is gyárt hematológiai eszközöket, mely hatalmas mérföldkő volt a cég életében: a magyar vállalkozás nemzetközi viszonylatban is versenyképes szereplővé vált.

„Az exit kérdése nem volt kérdés – mondta Tahy Balázs, a Riverside Europe / Diatron igazgatósági tagja - így az előkészítés, a befektető-keresés, a tárgyalások mindvégig transzparenssé zajlottak a cég menedzsmentjével. A menedzsmentnek kiemelt szerepe volt az exit stratégia megvalósításában, a kitűzött fejlesztések, döntések meghozatalában. Pénzügyi befektetőként a stratégiai tervezésben, a globális szintű befektető-keresésben és a sikeres tranzakciókban való több

évtizedes tapasztalatainkat is a közös célok megvalósításába tudtuk fektetni” – emelte ki Tahy Balázs.

Kulcsfontosságú a felkészülés – időben, tervezetten

A tudatosan felépített, időben megkezdett felkészülés fontosságát, mint a sikeres cégeladás, exit egyik fontos feltételét több előadó is kiemelte a konferencia során. Aki cégeladást fontolgat, érdemes tehát időben lépnie, hiszen legalább egy éves folyamattal kell számolnia, és a felkészülés – mint ahogy a fenti esetekben is látszik, komolyan kifizetődhet. *„Tisztességes felkészüléssel meghatározó lépést tehetünk a sikeres deal felé. A tapasztalatok azt is mutatják, hogy egy körültekintő felkészülés akár 40-70%-kal is növelheti a cégértéket! Nem éri meg? – tette hozzá Horgos Lénárd, az M27 ABSOLVO partnere.*

Az M27 ABSOLVO kommunikációs partnere a PResston PR Kft.

Medveczky Szilvia | PR tanácsadó | PResston PR | Csatárka Irodaház | 1025 Budapest | Csatárka út 82-84. | T (+ 36 1) 325 94 88 | F (+36 1) 325 94 89 | M (+36 30) 610 0696 | szilvia.medveczky@presstonpr.hu | www.prestonpr.hu

Narancsik Virág | PR tanácsadó | PResston PR | Csatárka Irodaház | 1025 Budapest | Csatárka út 82-84. | T (+ 36 1) 325 94 88 | F (+36 1) 325 94 89 | M (+36 30) 831 64 56 | virag.narancsik@presstonpr.hu | www.prestonpr.hu