

VI PROCES PRIVATIZACIJE

Na seminaru ANEM-a o implementaciji medijskih zakona, koji je održan 25. decembra 2014. godine u Beogradu, Dušan Šutanovac, direktor Centra za tržište kapitala Agencije za privatizaciju, predstavio je aktivnosti Agencije u procesu privatizaciju preostalih medija u javnoj svojini. Tom prilikom je istakao da se postupak privatizacije odvija primenom propisa iz oblasti privatizacije, ali i uz primenu odredaba medijskih zakona, pa u nekim delovima postoje određene specifičnosti.

Privatizacija će se odvijati u dve faze, od kojih prva podrazumeva prodaju kapitala, a druga, eventualna, prenos kapitala bez naknade. Prva faza je započela odmah po usvajanju medijskih zakona, objavom spiska medija koji se nalaze u portfelju Agencije. Inicijalno je na tom spisku bilo 65 medija za koje je do 15. avgusta objavljen poziv za prikupljanje pisama zainteresovanosti. Potom je usledila inicijativa za privatizaciju od strane osnivača još 11 medija, tako da je početkom oktobra objavljen poziv za prikupljanje pisama zainteresovanosti i za te medije. Agencija tako trenutno sprovodi proces privatizacije za ukupno 76 medija. Pisma zainteresovanosti su stigla za prvu grupu od 65 medija, pa je Agencija nastavila proceduru, odnosno dala predlog odluke o modelu prodaje kapitala, a u okviru njega, kao jedini, metod prodaje putem javnog nadmetanja. Predlog odluke je prosleđen resornom Ministarstvu finansija i privrede koje konačno usvaja odluku o modelu i metodu prodaje. Društva, osnivači medija, su u međuvremenu bila u obavezi da sačine fer procenu vrednosti kapitala, imovine i obaveza na dan 31.12.2013. godine. Na osnovu te procene utvrdiće se početna vrednost za privatizaciju. Agencija dobija ove procene od subjekta privatizacije, odnosno lokalnih samouprava kao osnivača medija, pa je taj proces nešto sporiji. Za pojedina društva je stigla negativna procena vrednosti kapitala, što znači da se za njih, shodno odredbama Zakona o privatizaciji, ne može organizovati javno nadmetanje. Agencija je intenzivno u komunikaciji sa Ministarstvom kulture i informisanja kako bi se pronašlo rešenje i za takve medije. U takvim slučajevima Agencija će pokušati da u razgovorima sa resornim ministarstvom pronađe adekvatan model, budući da Zakon o javnom informisanju i medijima propisuje obaveznu privatizaciju ili gašenje medija. Pretpostavka je da će se u takvim slučajevima ići neposredno na drugu fazu, odnosno prenos akcija zaposlenima bez naknade.

Od bitnijih aktivnosti treba izdvojiti i to da je Agencija uradila i predložila meru uslovnog otpisa duga prema državnim poveriocima, koja predstavlja meru za pripremu i rasterećenje obaveza subjekata privatizacije kojom se državni poverioci subjekta privatizacije obavezuju da otpišu dug, sa stanjem na dan 31. decembar 2013. godine, prema subjektu privatizacije koji posluje u

celini ili većinskim društvenim ili javnim kapitalom. Ipak, o toj meri konačnu odluku donosi Vlada Srbije, pa je njeno usvajanje još uvek neizvesno.

Ono što u procesu privatizacije sledi kao naredni korak jeste prosleđivanje odluka o privatizaciji subjektima privatizacije, koji potom moraju da pripreme privatizacionu dokumentaciju, nakon čega se pristupa pripremi prodaje. U odnosu na prodaju, mediji nemaju drugačiji status od drugih subjekata, osim što će početna cena najverovatnije biti 100% procenjene vrednosti, iako Zakon o privatizaciji predviđa da ona može biti i 50% procenjene vrednosti. Javnog nadmetanja, po prirodi stvari, neće biti ako stigne samo jedna ponuda koja ispunjava sve uslove. Po okončanju prodaje sledi potpisivanje ugovora. Kod medija postoji specifičnost zbog obaveze konituniteta u pružanju medijske usluge u narednih pet godina. Ako prva faza privatizacije ne uspe, prelazi se na drugu, odnosno na prenos kapitala bez naknade na zaposlene. Mediji u ovom smislu imaju povlašćen položaj, jer Zakon o privatizaciji propisuje da se bez naknade može preneti samo do 30 % kapitala, dok je za medije moguć prenos i 100 % kapitala. Ova druga faza se okončava prijavom zaposlenih za upis akcija i donošenjem rešenja od strane Agencije sa spiskom akcionara. Trenutno je u fokusu Agencije prva faza, dok će se o besplatnom prenosu akcija razmišljati tek kada se ustanovi koliki će broj medija u privatizaciji ostati bez kupca.