

UNILEVER ЛЮБИТ ТРОИЦУ.

С покупкой "Инмарко" концерн возвращается на российский рынок мороженого

После двух неудачных попыток самостоятельного выхода на российский рынок мороженого англо-голландский концерн Unilever решил взять его путем покупки крупного местного игрока. Вчера компания объявила о сделке с сибирским производителем "Инмарко", контролирующим около 12% рынка мороженого РФ. На этот лакомый кусок претендовали многие игроки рынка, но не могли сойтись в цене с главой "Инмарко" Дмитрием Докиным. Сумма сделки с Unilever не разглашается. Участники рынка и аналитики оценивают стоимость "Инмарко" в 135-170 млн долл., однако, по их мнению, из-за высокой долговой нагрузки 100% акций компании могли обойтись Unilever вдвое дешевле.

Компания "Инмарко" основана в 1992 году как дистрибьютор мороженого. Сейчас владеет тремя производственными площадками в Новосибирской, Омской и Тульской областях. До недавнего времени блокпакет "Инмарко" принадлежал инвестфонду Nogum, подконтрольному ЕБРР (вошел в состав акционеров в 2003 году, заплатив за акции 8 млн долл.). Выручка компании в 2007 году, по данным трюков рынка, составила 170 млн долл.

"Свои бумаги Unilever продают все акционеры "Инмарко", начиная с фонда, которому принадлежит блокпакет, и заканчивая семьей юридическими и физическими лицами, в том числе менеджерами компании", - рассказал РБК daily генеральный директор "Инмарко" Дмитрий Докин. По его словам, он продолжит осуществлять оперативное руководство компанией на посту гендиректора. Стороны должны получить одобрение со стороны Федеральной антимонопольной службы. Unilever ожидает, что это произойдет в первой половине 2008 года.

"Инмарко" - очень сильный бренд в России. На основе мощностей компании мы собираемся выстроить здесь нашу стратегию по направлению мороженого", - заявил президент пищевого направления Unilever Винди Банга.

Компания уже предпринимала две попытки самостоятельного выхода на российский рынок мороженого со своим международным брендом Algida - в 1997 и 2003 годах, - однако оба раза не продержалась более сезона. Продукцию компания привозила с собственных заводов в Турции и производила по заказу на мощностях российских компаний, что было крайне невыгодно.

Участники рынка полагают, что теперь Unilever сможет укрепиться в России на рынке мороженого. "У "Инмарко" очень сильные позиции в России, особенно в Сибири. А для Unilever по большому счету было все равно, кого покупать.

Главное - зайти на рынок мороженого", - считает президент компании "Альтервест" Виктор Лутовинов. По его мнению, теперь Unilever предстоит укрепить позиции в Центральном регионе страны.

Согласно данным **"Бизнес Аналитики"**, "Инмарко" занимает 12% рынка, "Русский холод" - 7%, "Талосто" и Nestle - по 5%. По оценке Союза мороженщиков России, объем рынка мороженого составляет около 400 тыс. т в год, он растет на 3-5%.

Акционеры "Инмарко" также извлекут выгоду из сделки, уверен г-н Лутовинов: "Фонд приобретал компанию на пять лет и собирался выходить из состава акционеров.

Кроме того, у "Инмарко" высокая долговая нагрузка и ей нужны были инвестиции для дальнейшего развития". Согласно отчету компании за третий квартал 2007 года, ее долговая нагрузка составляет порядка 75 млн долл. По мнению аналитика "Брокеркредитсервиса" Татьяны Бобровской, при общей стоимости компании в 136 млн долл. сумма сделки с Unilever может составить 75-80 млн долл. Г-н Лутовинов согласен с оценкой г-жи Бобровской и также считает, что из-за долгов сумма сделки может быть вдвое ниже.

ДАРЬЯ ЧЕРКУДИНОВА UNILEVER ЛЮБИТ ТРОИЦУ. // РБК daily (Москва). - 05.02.2008, - 019. - С.8