
РБК daily

Пятница, 1 августа 2008 г. № 142

5

Финны отведдают «Кампомос»

Испанская Campofrio продала мясокомбинат за 75 млн евро

Вчера финская Atria, которой принадлежит петербургский завод «Пит-Продукт», объявила о покупке у испанской Campofrio Group российского мясокомбината «Кампомос». Сумма сделки составила 75 млн евро. Она будет завершена после одобрения ФАС ориентировочно 1 октября 2008 года. Эта покупка позволит Atria удвоить свой оборот в России и усилить позиции на московском рынке. Эксперты отмечают, что «Кампомос» был продан далеко не на пике стоимости, так как последние пять лет доля производителя неуклонно снижалась. Тем не менее, по их мнению, он может стать очень удачным приобретением для финнов, благодаря узнаваемому бренду и хорошей производственной площадке.

Компания «Кампомос» основана в 1989 году испанской Campofrio Alimentation S.A. и российским ПО «Мосмясопром». В 2004 году Campofrio увеличила свою долю в «Кампомосе» до 100%, на тот момент годовой оборот предприятия составлял более 124 млн долл. Имеет завод и логистический центр в Москве и распределительный терминал в Петербурге, а также свиноводческую ферму на 2,5 тыс. голов. В 2007. году объем продаж составил 75 млн евро. Более его половины приходится на московский регион, остальная часть — на Санкт-Петербург и другие крупные города.

В сообщении Atria говорится, что покупка «Кампомоса» позволит компании усилить свои позиции на московском и российском рынках, расширить продуктовую линейку и увеличить долю в сегменте премиум. По словам генерального директора Atria Матти Тиккакоски, суммарный годовой оборот «Пит-Продукта» и «Кампомоса» составит около 150 млн евро. «Мы будем развивать оба бренда независимо друг от друга, — говорит он. — На строительстве нашего нового завода под Петербургом приобретение «Кампомоса» никак не отразится». По оценкам «Бизнес Аналитики», по состоянию на апрель этого года доля рынка мясной гастрономии «Кампомоса» в

25 крупнейших городах России составляла около 1,7%, «Пит-Продукта» — 1,5%, оба производителя занимали шестое и седьмое места соответственно.

В Campofrio, которая недавно объединилась с американской Groupe Smithfield, объяснили причины продажи «Кампомоса» своими планами сосредоточиться на других европейских странах для достижения в них лидерских позиций. В России «Кампомос», по их оценкам, был игроком номер пять, что не устраивало владельцев. Atria также признает, что в последние годы финансовые результаты «Кампомоса» ухудшались. Генеральный директор «Кампомоса» Кристиан Пошик, который останется на своем посту после смены владельцев, объясняет это ростом цен на сырье. «Сейчас отрицательная динамика преодолена, — утверждает он. — Мы успешно провели реструктуризацию бизнеса и переориентировались на более дорогой ценовой сегмент».

Основатель компании «Дымов» Вадим Дымов, который в прошлом году сам приобрел одну из площадок «Кампомоса» на ул. Зорге в Москве, считает цену в 75 млн евро вполне адекватной. При этом, по его словам, владельцы продали актив далеко не на пике стоимости. «Компания вот уже пять лет кряду теряет долю на московском рынке, — отмечает г-н Дымов. — Тем не менее для финской компании завод — очень удачная покупка. У «Кампомоса» налаженное производство, хороший узнаваемый бренд и очень неплохая площадка в Москве». Однако, по мнению директора исполкома Национальной мясной ассоциации Сергея Юшина, смена владельца не означает, что дела компании пойдут на лад: «На фоне сырьевого кризиса очень многие мясоперерабатывающие предприятия объявляют о продаже, так как большинство из них работает с нулевой рентабельностью, а то и в убыток. Некоторые виды сырья, для производства колбас выросли в цене на 100% за год».

МАРГАРИТА РАХНОВА,
Санкт-Петербург;
ДАРЬЯ ЧЕРКУДИНОВА