

BUSINESS & FFM

ВТОРНИК 05.02.2008
№19 (742)
www.businessfm.ru

Unilever завладел «Инмарко»

Мировой лидер по производству мороженого купил крупнейшего производителя на российском рынке

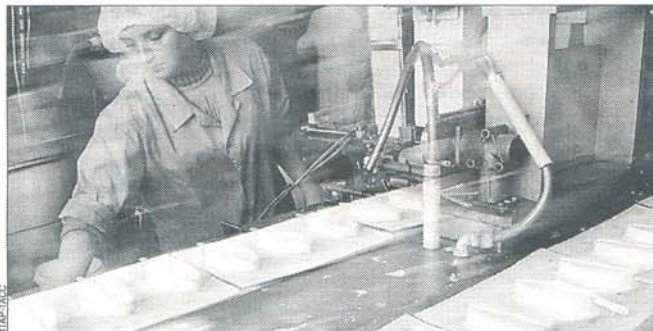
АЛЕКСЕЙ КУЗЬМЕНКО

Крупнейший мировой производитель мороженого концерн Unilever с третьей попытки закрепился на российском рынке мороженого, купив компанию «Инмарко». Покупка могла обойтись Unilever более чем в \$200 млн.

Англо-голландский холдинг Unilever приобрел 100% новосибирской компании «Инмарко», крупнейшего российского производителя мороженого. Сумму сделки стороны не разглашают. Экспертные оценки стоимости сделки кардинально разошлись: от \$100 млн без долга до \$220 млн с учетом долга.

По словам гендиректора «Юнилевер Россия, Украина и Беларусь» Хермана Верстратена, компания намерена инвестировать в производственные мощности, дистрибуцию и усиление торговых марок в рамках маркетинговой поддержки.

i Unilever работает почти в 100 странах. В 2006 году продажи составили €40 млрд. В России компания работает с 1992 года и сейчас владеет четырьмя предприятиями в Москве, Санкт-Петербурге и Туле. «Инмарко» создана в 1991 году



МИРОВОЙ РЕКОРДСМЕН ПО ПРОИЗВОДСТВУ МОРОЖЕНОГО С ТРЕТЬЕЙ ПОПЫТКИ СТАЛ ЧЕМПИОНОМ РОССИИ

в Новосибирске и в настоящее время владеет заводами в Новосибирске, Омске и Туле. Продажи за 2007 год составили €115 млн. 29% принадлежало венчурному фонду ЕБРР, остальные акции — физическим лицам. По данным «Бизнес Аналитики», доля «Инмарко» на рынке мороженого за десять месяцев 2007 года в 16 крупнейших городах составляла 11,2%, Unilever — менее 0,1%.

Покупка «Инмарко» стала третьей попыткой Unilever выйти на российский рынок мороженого. Еще в 1998–2001 годах компания производила на заводах «Айсберг-джел» и «Альгервест» несколько видов мороженого «Альгида», но затем свер-

нула этот проект из-за ценовой конкуренции. Чуть позже Unilever повторил попытку, начав импортировать «Альгиду» с европейских фабрик, но в 2004 году прекратил поставки.

Unilever долго искал площадку в России и теперь получил хороший актив, говорит гендиректор Союза мороженщиков Валерий Елхов. Маркетинговые и рекламные бюджеты российских мороженщиков ниже, чем в других отраслях FMCG, и инвестиции Unilever в продвижение брендов будут продвигать весь рынок мороженого как категорию продуктов, говорит президент «Айсберри» Роман Лола.

■ WWW.UNILEVER.COM
■ WWW.INMARKO.RU