

Коммерсантъ

Вторник 5 февраля 2008 www.kommersant.ru №17 (№3834 с момента возобновления издания)

Unilever примерз к «Инмарко»

Концерн купил крупнейшего российского производителя мороженого

Англо-голландский концерн Unilever вчера объявил о покупке 100% крупнейшего российского производителя мороженого — новосибирского ОАО «Инмарко-Холдинг». Сумма сделки могла составить около €129 млн. По мнению экспертов, это не последнее поглощение в отрасли: чтобы не отстать от конкурента, швейцарская Nestle может купить компанию «Снежный городок», с которым уже ведет переговоры.

О том, что Unilever «достиг соглашения» о приобретении 100% «Инмарко», заявил вчера гендиректор «Юнилевер Россия, Украина, Беларусь» Херман Верстратен. 29% акций Unilever приобрел у фонда Noguш (фонд Европейского банка реконструкции и развития; владел пакетом с 2005 года), остальные 71% — у основателей «Инмарко».

Председатель совета директоров «Инмарко» Дмитрий Докин, гендиректор Наталья Яхнова и директор по маркетингу Павел Шутов сохраняют свои должности. Все трое войдут в совет директоров «Инмарко», который, как уточнил сам господин Докин, будет подчиняться европейскому офису Unilever.

Сумму сделки стороны не разглашают, но, по оценке аналитика ФК «Уралсиб» Андрея Никитина, она могла составить \$193,5 млн или €129 млн.

● «Инмарко-Холдинг» располагает тремя производственными площадками — ООО «Фабрика мороженого „Инмарко“» (Новосибирск), ОАО «Омский хладокомбинат „Инмарко“» и ОАО «Тулский хладокомбинат „Инмарко“». В 2007 году холдинг выпустил 51,7 тыс. тонн мороженого, оборот составил \$173 млн. По данным Россий-



Председатель совета директоров «Инмарко» Дмитрий Докин будет подчиняться напрямую европейскому офису Unilever
ФОТО ВАЛЕРИЯ ТИТЕНЬСКОГО

ского союза мороженщиков, «Инмарко» — лидер российского рынка мороженого с долей 16%.

● Unilever образован в 1930 году после слияния голландской Margarine Uni и британской Lever Brothers. Оборот по итогам 2006 года — €39,642 млрд. В России рабо-

тает с 1992 года: владеет петербургской парфюмерно-косметической фабрикой «Северное сияние», Московским маргариновым заводом, объединением по производству буллонных кубиков, супов быстрого приготовления, приправ и картофельного пюре в Туле, а также часравесочной фабрикой в Петербурге (марку Lipton, Brooke Bond, «Беседа»).

«До сих пор у Unilever не было производства мороженого в России, продукцию импортировал всего один дистрибутор, порядка 600 кг в год», — говорит глава союза мороженщиков Валерий Елхов. «Концерн дважды выводил на рынок свою марку Algida, но потом сворачивал программу», — вспоминает глава «Альтервест» Виктор Лутовинов. Вчера господин Верстратен пообещал, что Unilever займется «имеющимися брэндами» — «Инмарко», «Магнат», «Русский размах» и др.

По мнению гендиректора «Русского холода» (Барнаул) Игоря Архипова, теперь сделки M&A на рынке мороженого следует ждать от основного глобального конкурента Unilever — швейцарской Nestle. Она владеет фабрикой в подмосковном Жуковском (мощность — 20 тыс. тонн в год), но в регионах представлена слабо. «Для сохранения лидерских позиций Nestle просто необходимо приобрести новый актив, а это может быть только „Снежный городок“ или „Русский холод“», — согласен Валерий Елхов. По данным мороженщиков, Nestle уже ведет переговоры с компанией «Снежный городок» (Новокузнецк). Сотрудник «Нестле Россия» рассказал Ё, что «Снежный городок» является дистрибутором Nestle за Уралом и в Сибирском регионе, но переговоры о покупке компании не подтвердил.

Светлана Ментюкова