

Agros-Nova Soki. Oznacza to, że kolejne zmiany właścicielskie na rynku są bardzo prawdopodobne.

Maspex już nieraz udowodnił, że z przejętych marek robi rynkowe cuda. W 1999 r. kupił akcje firmy Tymbark, do której należało wówczas kilka procent rynku soków, nektarów i napojów. Po kilku latach dzięki wysokim nakładom inwestycyjnym i promocyjnym Tymbark z poziomu regionalnej marki został liderem tego rynku w Polsce, marka znana jest też za granicą. Podobnie było ze spółką Lubella, którą Maspex kupił w marcu 2003 r. Obecnie makarony Lubella są numerem 1 w swojej kategorii z udziałem w wysokości ok. 30 proc. Tylko w obszarze produkcji, od momentu wejścia w skład Grupy Maspex

Wadowice, inwestycje produkcyjne w Lublinie i Tymbar-ku wyniosły ponad 180 mln zł.

Jednak to przejęcie wybranych aktywów Agros-Nowej będzie największym w historii Grupy Maspex Wadowice i jednym z największych zrealizowanych do tej pory w Polsce. Łącznie to 17. akwizycja Grupy, w tym 8. w Polsce.

– Od wielu lat pracowaliśmy nad realizacją przejęcia, które w sposób jakościowy zwiększyłoby skalę naszego biznesu. Nasza praca i cierpliwość zostały w końcu nagrodzone. Mamy wizję wspólnego działania z zapewnieniem dalszego rozwoju tej spółki, jak również jej pracowników – zapewnia Krzysztof Pawiński, prezes zarządu Grupy Maspex Wadowice.

Ilona Mrozowska

SKORZYSTAĆ Z EFEKTU SKALI



Jakie są najbardziej spektakularne fuzje ostatnich lat w branży FMCG na świecie, które przełożyły się na polski rynek?

Transakcja przejęcia Cadbury przez Kraft Foods. Poza światowym wydźwiękiem fuzja ta miała regionalny wymiar, ponieważ z przejmowanych aktywów Cadbury została wyłączona polska firma Wedel. Warunek taki postawiła Komisja Europejska na wniosek UOKiK. W naszym kraju pojawiła się więc nowa grupa spożywcza – Lotte z Japonii, dla której przejęcie Wedla było pierwszą transakcją w tej części świata. Marka Wedel ma natomiast nowego właściciela.

W ostatnich latach na rynku FMCG miało miejsce także przejęcie Heinza przez legendarny wehikuł Warrena Buffetta – Berkshire Hathaway oraz fundusz inwestycyjny 3G Capital. Po tej transakcji sieć restauracji McDonald's zrezygnowała z Heinza jako dostawcy keczupu do swoich lokali. McDonald's nie spodobało się, że po zmianie właściciela nowym dyrektorem generalnym oraz prezesem Heinza został Bernard Hees, który nadal pełnił funkcję wiceprzewodniczącego sieci dyrektorów Burger King.



Dariusz M. Budzeń, prezes zarządu Augeo Ventures, firmy konsultingowej specjalizującej się w usługach w zakresie fuzji i przejęć oraz doradztwie strategicznym i finansowym

z efektu skali. Ponadto należące do założycieli i ich rodzin podmioty działające w branży FMCG w Europie Środkowo-Wschodniej stoją przed coraz powszechniejszym dylematami sukcesji: przekazaniem biznesu kolejnemu pokoleniu lub częściej – jego sprzedażą. To zjawisko decyduje o zwiększającym się wolumenie transakcji dotyczących średnich i małych firm.

Innymi czynnikami są historycznie niski koszt kapitału obcego oraz symptomy wskazujące na przyspieszający wzrost gospodarczy w USA – kraju, który nadal jest lokomotywą i barometrem stanu światowej gospodarki. Niski koszt kapitału przyczynia się do wyższych wycen, więc należy oczekiwać, że wartość transakcji będzie rosła. Czynnikiem wpływającym na wzrost konsolidacji na rynku FMCG jest również rosnąca presja konkurencyjna, czego jednym ze skutków jest poszukiwanie okazji do przejęć. Rośnie też zasób gotówki u najbardziej efektywnych graczy rynkowych.

Czy dla finalnego odbiorcy produktów spożywczych ma znaczenie, że np. marka Wedel należy do Japończyków, a Kamis do Amerykanów?

Podstawowym kryterium wyboru przy zakupie produktów jest dla większości cena, zwłaszcza jeśli chodzi o produkty spożywcze i inne dobra szybko zbywalne. Zainteresowanie kwestiami ekonomicznymi wśród Polaków jest niewielkie, więc i stopień wiedzy o firmach, które działają na rynku, jest niski. W sytuacji, gdy według przeprowadzonych niedawno badań większość Polaków uważa markę Reserved za zagraniczną [w rzeczywistości należy do gdańskiej spółki LLP – przyp. red.], zmiana właścicieli takich marek, jak: Kamis, Wedel czy Pudliszki, jest właściwie niezauważalna dla konsumenta.

Czy znane są przejęcia, które zakończyły się kompletną katastrofą?

Przejęcie w 1994 r. szybko rosnącego producenta napojów Snapple przez producenta zdrowej żywności Quaker Oats za 1,7 mld dol. Transakcja zakończyła się sprzedażą Snapple po 27 miesiącach za 0,3 mld dol.

Liczba przejęć i fuzji przybiera czy traci na sile?

Należy oczekiwać wzmożonego ruchu w fuzjach i przejęciach na świecie, także w branży FMCG. Są to często rynki rozdrobnione, które mogą znacząco skorzystać