Machado Meyer

IMPRENSA

NESTLÉ DEMONSTRA INTERESSE PELA MARILAN

03 DE ABRIL DE 2012

Apenas seis quilômetros separam as fábricas de biscoitos da Nestlé e da Marilan na cidade de Marília, a 450 quilômetros da capital paulista. E elas poderiam até pertencer ao mesmo grupo. O presidente da Nestlé no Brasil, Ivan Zurita, avalia essa hipótese: "A Marilan é uma empresa interessante", disse o executivo ao Valor, observando que a multinacional está avaliando oportunidades de aquisição. No caso da Marilan, Zurita diz que "depende dos múltiplos, das condições da fábrica e se é compatível com o que queremos", afirmou. O presidente da Marilan, José Rubis Garla, garante, no entanto, que a empresa não está mais à venda. "Todo o processo gerou muito desgaste na família e essa possibilidade [de venda] está descartada por tempo indeterminado", afirmou ao Valor. A Nestlé chegou a sondar a Marilan no ano passado, mas preferiu não participar do processo de "due diligence" da empresa, do qual tomaram parte PepsiCo, M. Dias Branco, Bunge e Campbell. O processo, que teve início na segunda metade de 2011, foi conduzido pelo banco BTG, com o escritório Machado Meyer Sendacz Opice, conforme antecipou o Valor. A Marilan teria pedido no mínimo R$ 600 milhões pelos seus ativos, mas nenhum dos candidatos atingiu o montante. Quem chegou mais perto foi a PepsiCo, que fez duas ofertas - a segunda ficou entre R$ 500 milhões e R$ 550 milhões. Tanto para a Nestlé quanto para a PepsiCo, a compra da Marilan é estratégica. Com a aquisição, a PepsiCo, que levou a Mabel no ano passado e tem cerca de 6% de "market share", passaria da sétima para a segunda posição no ranking nacional do mercado de biscoitos, que movimenta R$ 7 bilhões ao ano. Hoje, a vice-liderança está com a Nestlé, dona de 9% de participação. A Marilan tem uma fatia de 6,5%. Com a empresa, a Nestlé não só ficaria mais perto da líder M. Dias Branco, que detém 24% do mercado, como também blindaria o avanço dos concorrentes. "O segundo lugar é o primeiro perdedor", diz Zurita, acrescentando que "isso não vale só para biscoitos, mas também para outros segmentos", e que "às vezes você faz aquisições" para garantir o 'market share'. O presidente da Nestlé reconhece que o mercado de biscoitos - ainda muito pulverizado, reunindo cerca de 600 fabricantes - tem marcas fortes regionais, como a Piraquê no Rio, e a Bauducco, que é mais forte nas regiões Sul e Sudeste. Em entrevista ao Valor, José Rubis Garla afirma que a família está tocando o "plano B" para a Marilan com bastante sucesso. Os Garla renegociaram com os bancos o alongamento da dívida, em torno de R$ 85 milhões, e vão levantar capital de giro de R$ 50 milhões para colocar em prática os orçamentos de 2012 e 2013. "Não vamos vender mais", diz Garla. "Não é só pelo fato de nenhum dos pretendentes ter chegado ao valor que nós queríamos, mas por questões particulares. Houve um desgaste emocional na família". Fundada há 55 anos por Maximiliano Garla, a Marilan faturou R$ 380 milhões em 2011. O controle da empresa foi dividido igualmente entre os três filhos de Maximiliano: José Rubis, José Geraldo e José Carlos. Fátima, ex-mulher de José Geraldo, ficou com 10% da companhia. Este ano, a Nestlé pretende investir entre R$ 800 milhões e R$ 1 bilhão na operação brasileira, valor em linha com o que foi aplicado em 2011. Apenas na expansão da produção, o montante será de R$ 500 milhões. No ano passado, a filial brasileira faturou R$ 20 bilhões. Apesar de Zurita dizer que o consumo no país não está desacelerando, a expectativa da Nestlé é crescer 7% em vendas este ano no país, enquanto que a expansão de 2011 foi 17%. Ontem, a empresa anunciou o lançamento do Nescafé Duogrão, com sabor e cheiro mais fortes que o Nescafé tradicional. A fabricante investiu R$ 50 milhões no desenvolvimento e campanha de marketing do produto. (Valor Econômico 04.04.2012/Caderno B4) (Notícia na Íntegra) Apenas seis quilômetros separam as fábricas de biscoitos da Nestlé e da Marilan na cidade de Marília, a 450 quilômetros da capital paulista. E elas poderiam até pertencer ao mesmo grupo. O presidente da Nestlé no Brasil, Ivan Zurita, avalia essa hipótese: "A Marilan é uma empresa interessante", disse o executivo ao Valor, observando que a multinacional está avaliando oportunidades de aquisição. No caso da Marilan, Zurita diz que "depende dos múltiplos, das condições da fábrica e se é compatível com o que queremos", afirmou. O presidente da Marilan, José Rubis Garla, garante, no entanto, que a empresa não está mais à venda. "Todo o processo gerou muito desgaste na família e essa possibilidade [de venda] está descartada por tempo indeterminado", afirmou ao Valor. A Nestlé chegou a sondar a Marilan no ano passado, mas preferiu não participar do processo de "due diligence" da empresa, do qual tomaram parte PepsiCo, M. Dias Branco, Bunge e Campbell. O processo, que teve início na segunda metade de 2011, foi conduzido pelo banco BTG, com o escritório **Machado Meyer Sendacz Opice**, conforme antecipou o Valor. A Marilan teria pedido no mínimo R$ 600 milhões pelos seus ativos, mas nenhum dos candidatos atingiu o montante. Quem chegou mais perto foi a PepsiCo, que fez duas ofertas - a segunda ficou entre R$ 500 milhões e R$ 550 milhões. Tanto para a Nestlé quanto para a PepsiCo, a compra da Marilan é estratégica. Com a aquisição, a PepsiCo, que levou a Mabel no ano passado e tem cerca de 6% de "market share", passaria da sétima para a segunda posição no ranking nacional do mercado de biscoitos, que movimenta R$ 7 bilhões ao ano. Hoje, a vice-liderança está com a Nestlé, dona de 9% de participação. A Marilan tem uma fatia de 6,5%. Com a empresa, a Nestlé não só ficaria mais perto da líder M. Dias Branco, que detém 24% do mercado, como também blindaria o avanço dos concorrentes. "O segundo lugar é o primeiro perdedor", diz Zurita, acrescentando que "isso não vale só para biscoitos, mas também para outros segmentos", e que "às vezes você faz aquisições" para garantir o 'market share'. O presidente da Nestlé reconhece que o mercado de biscoitos - ainda muito pulverizado, reunindo cerca de 600 fabricantes - tem marcas fortes regionais, como a Piraquê no Rio, e a Bauducco, que é mais forte nas regiões Sul e Sudeste. Em entrevista ao Valor, José Rubis Garla afirma que a família está tocando o "plano B" para a Marilan com bastante sucesso. Os Garla renegociaram com os bancos o alongamento da dívida, em torno de R$ 85 milhões, e vão levantar capital de

giro de R$ 50 milhões para colocar em prática os orçamentos de 2012 e 2013. "Não vamos vender mais", diz Garla. "Não é só pelo fato de nenhum dos pretendentes ter chegado ao valor que nós queríamos, mas por questões particulares. Houve um desgaste emocional na família". Fundada há 55 anos por Maximiliano Garla, a Marilan faturou R$ 380 milhões em 2011. O controle da empresa foi dividido igualmente entre os três filhos de Maximiliano: José Rubis, José Geraldo e José Carlos. Fátima, ex-mulher de José Geraldo, ficou com 10% da companhia. Este ano, a Nestlé pretende investir entre R$ 800 milhões e R$ 1 bilhão na operação brasileira, valor em linha com o que foi aplicado em 2011. Apenas na expansão da produção, o montante será de R$ 500 milhões. No ano passado, a filial brasileira faturou R$ 20 bilhões. Apesar de Zurita dizer que o consumo no país não está desacelerando, a expectativa da Nestlé é crescer 7% em vendas este ano no país, enquanto que a expansão de 2011 foi 17%. Ontem, a empresa anunciou o lançamento do Nescafé Duogrão, com sabor e cheiro mais fortes que o Nescafé tradicional. A fabricante investiu R$ 50 milhões no desenvolvimento e campanha de marketing do produto. (Valor Econômico 04.04.2012/Caderno B4) (Notícia na Íntegra)