Ferrero vicina a comprare gli snack Nestlé in Usa

f-faf5618aa3-4268b325

Dopo l’acquisizione dell’asset Ferrara Candy, il gruppo Ferrero, assistito dall’advisor Lazard, è pronto a fare un ulteriore salto dimensionale sul mercato americano. Nel mirino c’è il business degli snack sul mercato Usa che Nestlé ha messo in vendita diversi mesi fa. L’azienda piemontese - 10,3 miliardi il giro d’affari consolidato e un ebitda di 1,6 miliardi - è arrivata all’ultimo step nella trattativa con il colosso elvetico. A contendere la divisione snack e dolci di Nestlé - che ha in portafoglio i marchi Butterfinger, BabyRuth, 100Grand, SkinnyCow, Raisinets, Chunky, OhHenry! e SnoCaps, oltre ad altri brand locali come SweeTarts, LaffyTaffy, Nerds, FunDip, PixyStix, Gobstopper, BottleCaps, Spree e Runts e che fattura 860 milioni di dollari (il 3% del giro d’affari complessivo generato delle attività americane) - è l’altro big del mercato a stelle e strisce, Hershey, il numero 2 del settore dolciumi.

La sfida, come riferito dal sito specializzato Deal Reporter, è entrata nel vivo e sotto la regia di Goldman Sachs, advisor di Nestlé, potrebbe definirsi entro la metà di dicembre. Il valore dell’operazione si aggira sui 2,5 miliardi visto che l’ebitda delle attività poste in vendita dal gruppo elvetico è di 200 milioni di dollari e che il multiplo di settore, per l’individuazione dell’enterprise value dell’asset, si aggira sui 10,5-11 volte l’ebitda.

Se per il gruppo di Alba dovesse davvero andare in porto – annota Milano Finanza - questa operazione si tratterebbe del completamento del progetto di rafforzamento sul mercato americano. Visto che unendo le forze per gli snack Nestlé, Ferrero diverrebbe il terzo player del settore proprio alle spalle di Hershey (il numero 1 resta Mars). E nel caso di vittoria non è da escludere che la società italiana ripensi anche la struttura societaria in America con la definizione di un nuovo quartiere generale.