

Иностранцы войдут в «Парламент»

Производитель водки продаёт мажоритарную долю

Российский алкогольный рынок, несмотря на проблемы с госрегулированием, остается одним из самых привлекательных для иностранных компаний. Собственным производством в России решила обзавестись американская Central European Distribution Corp. (CEDC): до конца года она купит мажоритарную долю в «Парламент Групп». После этого объявления в понедельник акции CEDC на NASDAQ подорожали на 2,42 долл., и торги закрылись на отметке 40,24 долл. По мнению участников алкогольного рынка, в скором времени производством в России займутся и другие зарубежные компании.

«Парламент Групп» принадлежит заводы в Подмоскowie, Рязани и Туле. Компания производит водку под марками «Парламент», «Урожай» и «999,9». Согласно данным Росстата, в 2006 году объем производства составил 1,4 млрд л. Участники рынка оценивают бизнес компании в 200 млрд долл. CEDC, одному из ведущих производителей водки в мире, принадлежат бренды Zubrowka, Bols, Soplita. Компания занимается дистрибуцией брендов Remy Martin, Jagermaster, Metaxa, Corona, Foster's, Jim Beam, Guinness. Оборот в 2006 году составил 944,1 млн долл., капитализация — 85 млрд долл.

О том, что «Парламент Групп» ищет стратегического инвестора среди западных компаний, стало известно еще в конце прошлого года. Среди претендентов, назывались Diageo, Bacardi-Martini и Campari. «CEDC участвовала в этом конкурсе, и выбор пал именно на нее, потому что наших акционеров не устраивала банальная продажа бизнеса, как того хотели другие претенденты», — заявил РБК daily гендиректор «Парламент Групп» Сергей Куприянов. По его словам, основной упор в партнерстве с CEDC будет сделан на перекрестную дистрибуцию брендов обеих компаний «Мы будем использовать сильные стороны друг друга в плане дистрибуции. Мы не продаем бренд "Парламент", но намерены продать часть акций компании».

Президент американской компании Уильям Кэри, со своей стороны, отметил, что сделка с «Парламент Групп» — это «отличная возможность для CEDC сделать первый шаг на крупнейшем рынке водки в мире». В CEDC рассчитывают, что сделка приведет к росту прибыли компании на 10—20 центов на одну акцию в годовом исчислении.

Участники рынка, впрочем, уверены, что для западной компании главный интерес в сотрудничестве с «Парламентом» представляет одноименный бренд. «Он занимает нормальную долю на рынке и находится в хорошем сегменте», — поясняет президент ТПГ «Кристалл» (Калуга) Сергей Зивенко. Согласно данным «Бизнес Аналитики», в 2006 году по сравнению с 2005 годом доля водки «Парламент» в стоимостном выражении увеличилась с 1,6 до 2%. В этом году продажи водки планирует увеличить на 25%, до 2,6 млн 9-литровых кейсов.

Сделку «Парламент Групп» и CEDC представители российских алкогольных компаний считают положительной новостью для всего рынка. «Даная сделка говорит о том, что российский алкогольный рынок стал более понятен Западу», — отметил гендиректор группы предприятий «ОСТ» Александр Лазуто. — До конца этого года могут быть еще сделки международного уровня». С этим соглашается и начальник управления информации и внешних связей ФГУП «Росспиртпром» Дмитрий Добров: «Со временем, я думаю, наш алкогольный рынок по степени участия иностранцев будет напоминать другие рынки потребительских товаров. В результате у нас будет не 400 игроков, а на порядок меньше».

Напомним, что первой иностранной алкогольной компанией, пустившей свои корни в России, стала Diageo. В прошлом году она создала СП с «А1» (входит в консорциум «АльфаГрупиш»); для ервместной дистрибуции водочных брендов Smirnoff и Смирновъ».