

8

РБК daily

Вторник, 19 февраля 2008 г. № 29 (345)

ОСТ застолбит «Регион 50»

Производитель водки покупает крупнейшего дистрибьютора в Подмосковье

Группа ОСТ может существенно упрочить свои позиции в московском регионе. Как стало известно РБК daily, компания достигла предварительной договоренности о покупке одного из крупнейших дистрибьюторов алкоголя в Московской области — «Регион 50». Подробности предстоящей сделки пока неизвестны. Однако, как сообщили в группе ОСТ, по итогам переговоров гендиректор «Региона 50» Николай Лаушкин со вчерашнего дня вошел в совет директоров «ОСТ-Алко» и стал руководителем продаж алкогольного направления группы. По оценке экспертов, покупка дистрибьютора может обойтись группе ОСТ в 40 млн долл.

ЗАО «Группа предприятий ОСТ» объединяет около 30 предприятий. По состоянию на май 2007 года акционерами компании были Лариса Пекарева (70%), Елена Филиппова (15%), Елена Сорокина, Татьяна Пекарева и Владимир Поликарпов (по 5%). Основные бренды — «Богородская», «Стольная», «Шустовъ» (крепкий алкоголь), Vintage и Jet (слабоалкогольные коктейли), «Напитки из Черноголовки», «Черноголовская», «Соборная» (безалкогольные напитки). По данным Росстата, в 2007 году ОСТ произвела 3,7 млн дал алкогольной продукции.

О готовящейся сделке РБК daily сообщил финансовый директор группы ОСТ Алексей Мустяца. Факт переговоров подтвердил и гендиректор ООО «Регион 50» Николай Лаушкин. По его словам, ОСТ станет 100-процентным владельцем дистрибьюторской компании. Сумму сделки стороны не раскрывают.

Приобретение «Региона 50» для ОСТ станет первой покупкой компании-дистрибьютора. В Москве и области в настоящее время компания имеет три собственные сбытовые площадки, а с помощью «Региона 50» увеличит их количество вдвое. «Сейчас дистрибьютор контролирует 40—45% розничных точек в Московской области, — говорит г-н Мустяца. — Мы продаем наш алкоголь в 2,5 тыс. торговых точек московского региона, но после приобретения сможем расширить их число до 4 тыс., увеличив нашу представленность в рознице с 40 до 70%. Таким образом, можно говорить, что к концу года, когда будет закрыта сделка, мы будем лидерами продаж в московском регионе».

Согласно данным «Бизнес Аналитики», в январе—октябре 2007 года первое место по продажам в Москве и области принадлежало московскому заводу «Кристалл» — 15,3% (в стоимостном выражении). Следом за ним идет ОСТ — 11,6%, а третье место у «Винэксима» (марка «Путинка», 8,7%).

«Регион 50» имеет сильные позиции, главным образом, в Московской области, отмечают эксперты и участники рынка. По мнению директора Центра исследований федерального и регионального рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадима Дробиза, в области компания является крупнейшим логистическим оператором.

«Представленность «ОСТ-Алко» в московском регионе и так достаточно высока,



ФОТО ИТАР-ТАСС

С покупкой дистрибьютора ОСТ рассчитывает увеличить вдвое присутствие в столичном регионе

поэтому подобное приобретение может изменить качество самой дистрибуции и расширить ее возможности, например с точки зрения увеличения ассортимента», — полагает гендиректор «Кристалл-Лефортово» Виктор Алексеев. Однако он сомневается, что ОСТ будет по силам обогнать МЗ «Кристалл» в московском регионе: «Для этого им необходимо значительно увеличить продажи, что пока физически нереально».

Вице-президент по маркетингу компании «Вин-эксим» Станислав Кауфман отмечает, что приобретение «Региона 50» — логически верный шаг для ОСТ, поскольку компания сможет контроли-

ровать прохождение своего товара от производства до полок магазина. «Кроме того, учитывая, что главной проблемой ОСТ по-прежнему является отсутствие сильных брендов, данное приобретение будет стимулом для работы компании в этом направлении», — добавил он.

Оценивая стоимость покупки «Региона 50», Виктор Алексеев предположил, что она не превышает 1 млн долл., если говорить только о людях и имеющихся контрактах. По оценке г-на Дробиза, с учетом складских помещений сумма сделки может быть на уровне 40 млн долл.

ОЛЕГ ТРУТНЕВ