

8

ПОТРЕБЬІНОК



ФОТО ИТАР-ТАСС

«Собол-Аква» теперь будет разливать напитки только под брендами Pepsi

И купила завод «Собол-Аква», на котором разливала свои напитки

Мировой гигант по производству безалкогольных напитков компания PepsiCo приобрела первый актив за Уралом, где довольно сильные позиции уже имеет ее основной конкурент Coca-Cola Company. Pepsi объявила о покупке новосибирского завода «Собол-Аква», который участники рынка оценили в 8—10 млн долл. По их мнению, эта сделка вряд ли поможет компании увеличить долю в Сибири, однако позволит ей значительно сэкономить на логистике.

PepsiCo производит безалкогольные напитки (Pepsi, Mirinda, 7Up, Aqua Minerale и др.), соки, кондитерскую, бакалейную продукцию, снеки. Оборот в 2006 году — 35 млрд долл. В России до сих пор компания была представлена пятью заводами по разливу напитков (в Новороссийске, Санкт-Петербурге, Екатеринбургe, Самаре и Сочи) и заводом по производству чипсов. Кроме того, в Домодедове Pepsi строит новый завод. Объем российского рынка газированной воды «Бизнес Аналитика» оценивает в 800 мл/ дал, или 4,5 млрд долл. в год.

С новосибирским производителем «Собол-Аква» Pepsi сотрудничает с кон-

ца 2006 года — тогда с предприятием был заключен контракт на производство не менее 2,5 млн пластиковых упаковок «Пепси» в месяц. Вчера Pepsi объявила о закрытии сделки по покупке 100% предприятия, что позволит компании обезопасить себя от возможного разрыва договора с ним. На заводе планируется провести модернизацию и полностью загрузить его мощности международными брендами (сейчас на предприятии также разливается вода под маркой «Собол»).

Мощности сибирского завода составляют 400 тыс. дал в месяц. Участники рынка отмечают, что этот актив небольшой и покупка вряд ли обошлась Pepsi дороже 8—10 млн долл. Тем не менее для компаний это важный стратегический шаг, так как до недавнего времени Pepsi не имела активов за Уралом, тогда как главный конкурент Coca-Cola Company имеет производства во Владивостоке, Красноярске и Новосибирске. Как отмечают участники рынка, наличие собственных мощностей в этих регионах позволило Coca-Cola занять около 40% рынка прохладительных напитков. В соковом сегменте Pepsi также не добилась ощутимых результатов: лиде-

рами сибирского сокового рынка, по данным «Бизнес Аналитики», являются «Нидан» (45%), «Вимм-Билль-Данн» (18,1%) и «Лебединский» (16,7%).

«На долю Pepsi в Сибирском регионе и тем более в стране в целом эта покупка, конечно, не повлияет, но она позволит компании значительно сэкономить на логистике», — считает генеральный директор компании «Нидан Соки» Андрей Яновский. По его данным, Pepsi тратила значительные средства на доставку своей продукции в Сибирь. «В некоторые области им приходилось везти напитки из других стран. Например, на Дальний Восток поставлялась вода, произведенная в Корею», — добавляет г-н Яновский.

В свою очередь, аналитик ИГ «КапиталЪ» Марина Самохвалова считает, что приобретение компании «Собол-Аква» позволит Pepsi увеличить присутствие в Сибирском регионе. По ее мнению, мощности «Собол-Аква» смогут практически полностью обеспечить потребность населения Сибирского региона в напитках Pepsi.