

"Петрохолод" нашел "Оазис"

Пельменный дистрибьютор продаст мороженое

"Петрохолод", один из крупнейших производителей мороженого северо-западного региона, создает собственную систему дистрибуции. Компания приобрела торговый дом "Оазис", один из лидеров рынка оптовых продаж замороженных продуктов. По информации участников рынка, сумма сделки составляет 2 млн долл. Эксперты считают, что это позволит "Петрохолоду" существенно усилить свои позиции на рынке, но от услуг дистрибуции для других производителей "Оазис" может отказаться.

ООО "Торговый дом "Оазис" работает на рынке оптовых продаж замороженных продуктов Санкт-Петербурга около восьми лет. Клиентская база компании составляет около тысячи магазинов. Имеет собственный парк специализированного транспорта и складские площади. ОАО "Петрохолод" создано в 1993 году на базе Хладокомбината №6. По данным "Бизнес Аналитики", за май-декабрь 2007 года компания являлась лидером петербургского рынка мороженого, занимая 23,5%. Основные торговые марки: "Митя", "Даша", "Белые ночи". Имеет собственное сельскохозяйственное предприятие "Ушаки".

Как рассказал РБК daily председатель совета директоров "Петрохолода" Бадри Какабадзе, компания решила приобрести собственного дистрибьютора для сохранения своих позиций на петербургском рынке. "Сейчас на местный рынок приходят многие сильные компании, и он становится все более конкурентными, - говорит он. - У "Оазиса" есть развитая система поставок и транспорт. Кроме того, он имеет большой опыт дистрибуции пельменей и других замороженных полуфабрикатов, а мы их тоже производим". Сумма сделки не раскрывается, но, по информации участников рынка, она составляет 2 млн долл.

Это не первая подобная сделка на рынке - в 2006 году московский производитель "Айсберри", который к тому моменту только вышел на петербургский рынок, приобрел дистрибьютора мороженого "Торас". Участники рынка считают, что приобретение собственного дистрибьютора поможет компании существенно усилить позиции на рынке. "Оазис" работает, как правило, с мелкими точками, а контроль над ними особенно важен для производителей мороженого, так как его покупка в основном осуществляется спонтанно, - говорит генеральный директор дистрибьюторской компании "Импульс" Юрий Седых. - Сети занимают около 70% объемов продаж продовольственных товаров в целом, но в продажах мороженого они контролируют не больше половины". По его мнению, не исключено, что "Оазис" в будущем откажется от дистрибуции товаров других производителей, так как "Петрохолоду" будет невыгодно продвигать своих конкурентов. Это может отрицательно сказаться на их работе.

Тем не менее другие игроки рынка так не считают. "Оазис" является одним из лидеров по дистрибуции замороженных полуфабрикатов, и новому собственнику будет важно сохранить его доходность, - считает директор департамента маркетинга и сбыта компании "Равиоли" Николай Шумихин. - Нашими дистрибьюторами они тоже являются, и по имеющимся договоренностям работа продолжится в прежнем режиме. Кроме того, собственный дистрибьюторский бизнес поможет "Петрохолоду" сгладить сезонное падение прибыли от продаж мороженого".

Маргарита Рахнова, Санкт-Петербург "Петрохолод" нашел "Оазис" // РБК daily (Санкт-Петербург).- 13.03.2008.-044.-С.8