

# КРАТКИЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОБЗОР



**Открытое акционерное общество  
«Лебедянский экспериментально-консервный завод»**



**Руководитель аналитического отдела  
Абелев Олег Александрович  
Аналитик  
Голубева Екатерина Михайловна  
(495) 241-53-07, 241-52-85 доб. 259**

**Москва  
2008**

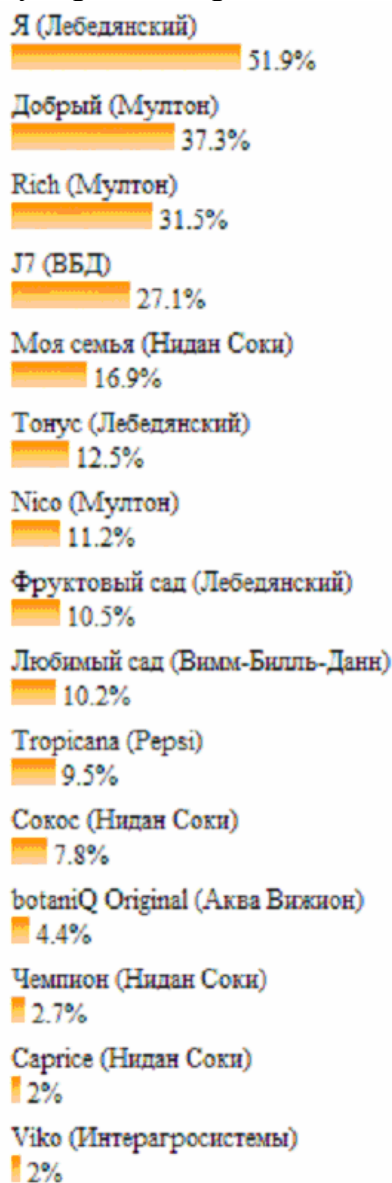
## Содержание:

<b>1. Характеристика российского рынка.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Общая информация.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Производственные показатели.....</b>	<b>6</b>
<b>4. Уставный капитал.....</b>	<b>8</b>
<b>5. Акции компании.....</b>	<b>9</b>
<b>6. Основная информация о финансово-экономическом состоянии эмитента.....</b>	<b>11</b>
<b>7. Инвестиционная стратегия.....</b>	<b>13</b>
<b>8. Капитализация компании.....</b>	<b>14</b>
<b>9. Рекомендации.....</b>	<b>16</b>

## Характеристика российского рынка

В последние два года на российском рынке происходит активный процесс по приобретению крупными иностранными производителями национальных производителей соков. Еще 5 лет назад российский рынок соков контролировали четыре национальных производителя. Сегодня производители те же, но доля международных компаний на рынке превысила 30%. В настоящее время трое из четырех крупнейших производителей в России фруктовых и овощных соков куплены зарубежными компаниями. На долю ОАО «Лебедянский» приходится 33,2% российского рынка соков, доля «Мултон» - примерно 22%, «Нидан» - 18%. На долю трех этих компаний вместе взятых сегодня приходится более 70% рынка.

### *Наиболее популярные на российском рынке соки*

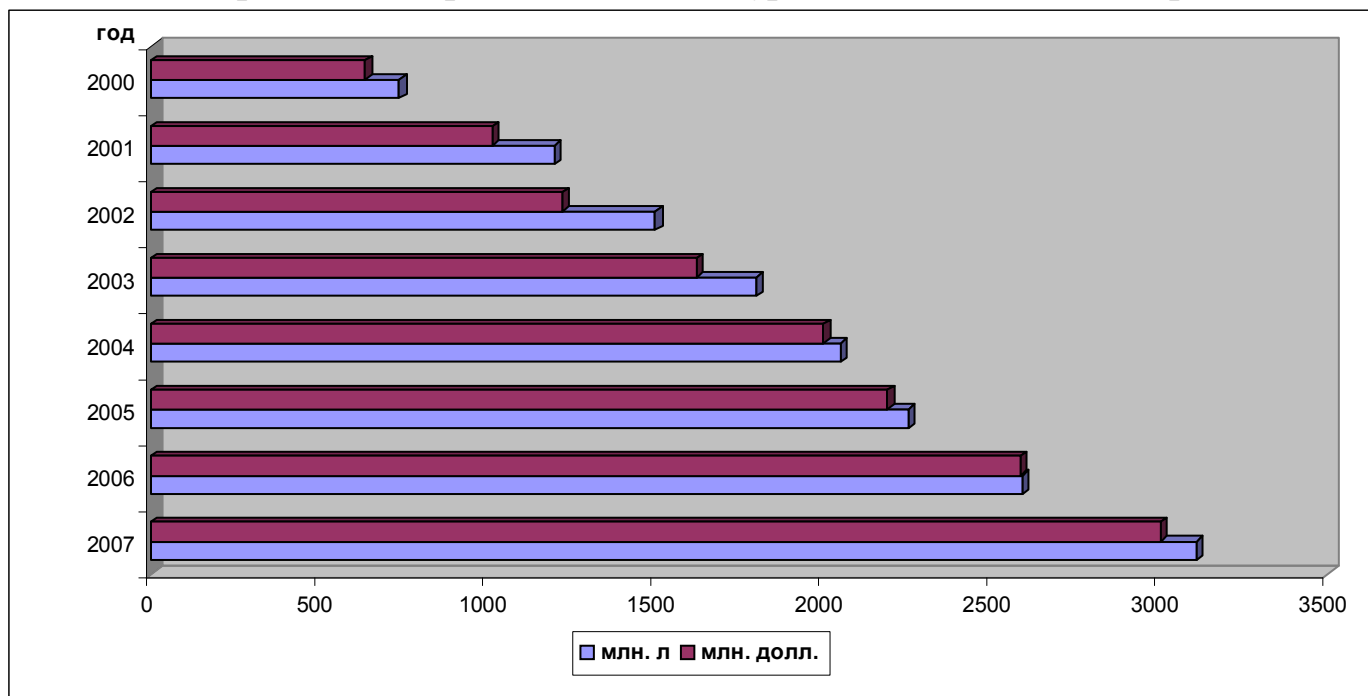


В 2005 году американская компания Coca Cola приобрела компанию «Мултон» (выпускает соки «Добрый», Rich, Diva и Niso), вторую на российском рынке по производству соковой продукции. Британская инвестиционная компания Lion Capital осенью 2007 года приобрела 75% акций компании «Нидан» (соки «Моя семья», «Да!» и «Чемпион»), третьей в этой индустрии. Весной

2008 года крупнейший в России производитель соков - ОАО «Лебедянский» (торговые марки «Фруктовый сад», «Я», «Тонус», «Привет», «Долька», «Туса Джуса»), продал 75% акций PepsiCo, главному конкуренту Coca Cola.

Развитие рынков соков во многих странах мира привело к тому, что на них доминируют в итоге всего 2-3 игрока. Как правило, это крупные международные компании, такие как Coca Cola и PepsiCo. Для иностранных крупных компаний российский рынок очень привлекателен с точки зрения перспектив развития бизнеса.

### *Динамика российского рынка соков в натуральном и денежном выражении*



Среднедушевое потребление соков в США - примерно 32 л в год, в Великобритании - 34 л. В странах Восточной Европы - 22 л на человека, то есть на 20% больше, чем в России (17 л). Рынок соков в США по объемам почти в 4 раза больше российского. Но, в отличие от рынка США, российский рынок показывает положительную динамику роста.

Рынок соков в России растет значительно быстрее, чем в европейских странах. Рынок заполнен примерно на 80%, что подразумевает потенциал роста рынка, как в физическом, так и в стоимостном выражении. Этот потенциал позволяет компаниям расширять и увеличивать производственные мощности без угрозы выпуска излишней невостребованной продукции, а инвесторам осуществлять эффективные инвестиционные вложения. Российский рынок соков в 2007 году увеличился на 12,9%. Объем рынка составил 3 107 млн. л, из которых 135 млн. л пришлось на соки для детей раннего возраста. Именно сегмент соков для детского питания стал наиболее быстрорастущим и увеличился на 28%. Производство соков для взрослых возросло на 9,8%. Мы считаем, что в течение 2-3 лет рост рынка детского питания будет идти опережающими темпами по сравнению с темпами роста рынка соков. Это связано с улучшением демографической ситуации и благосостояния населения в целом.

Наибольшую долю на рынке детского питания занимают такие компании, как ОАО «Лебедянский», «Юнимилк», «Нутритек» и Nestle. Три ведущих российских производителя (ОАО «Лебедянский», «Юнимилк», «Нутритек») занимают почти половину этого рынка (47,6%), при этом доля каждого из них с каждым годом увеличивается. Российские производители представлены преимущественно в эконом- ценовом сегменте, а зарубежные - в премиальном сегменте. Рост доли отечественных производителей продолжится и в будущем. Именно поэтому большую долю (около