

20 марта 2008 г.

**PepsiCo совершает сделку по приобретению
ведущего российского производителя соков**

*PepsiCo и The Pepsi Bottling Group договорились о приобретении 75,53% акций
сокового бизнеса ОАО «Лебедянский»*

МОСКВА, 20 марта 2008 г. – PepsiCo (NYSE:PEP) и The Pepsi Bottling Group (NYSE: PBG) объявили сегодня о совместных планах по приобретению 75,53% акций сокового бизнеса ОАО «Лебедянский» – ведущего производителя соков в России (исключая бизнес по производству минеральной воды и детского питания) за 1,4 млрд. долларов США.

ОАО «Лебедянский» – шестой по величине производитель соков в мире, является крупнейшим в России. Его рыночная доля в России, по оценкам, составляет около 30%, а годовая выручка от реализации соков достигает 800 млн. долларов США.

«Это соглашение создаёт мощную базу для дальнейшего развития на одном из самых быстрорастущих соковых рынков в мире и будет способствовать глобальной трансформации продуктового портфеля PepsiCo/PBG, – заявил Майкл Уайт (Michael White), Президент PepsiCo International и Заместитель Председателя Совета директоров PepsiCo. – Объединение усилий «Лебедянского» и PepsiCo, одного из крупнейших в мире производителей брендированных соков, и PBG, нашего крупнейшего боттлера, открывает новые горизонты. Мы будем инвестировать в дальнейшее развитие торговых марок «Лебедянского», чтобы будущее этой великой компании было еще более успешным».

«Россия для нас – быстрорастущий рынок, и мы делаем продуманные инвестиции, чтобы наши позиции здесь стали еще сильнее, – сказал Эрик Фосс (Eric Foss), Президент и Председатель Правления The Pepsi Bottling Group. – Сильные торговые марки и амбициозная команда «Лебедянского» прекрасно дополняют успешное партнерство PepsiCo/PBG и позволят нам укрепить позиции на российском рынке соков».

Юрий Борцов, председатель Совета директоров ОАО «Лебедянский» и один из основных акционеров, согласившихся продать свои доли PepsiCo/PBG, заявил: «Мы очень довольны соглашением, достигнутым с PepsiCo/PBG – компаниями, много лет инвестирующими в Россию и заинтересованными в дальнейшем росте и

**ПРЕСС-РЕЛИЗ: PEPSICO СОВЕРШАЕТ СДЕЛКУ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ
ВЕДУЩЕГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СОКОВ**

стр. 2 из 5

процветании «Лебедянского». Их инвестиции в развитие и мощная система дистрибуции позволят «Лебедянскому» и впредь оставаться сильной конкурентоспособной компанией».

В соответствии с достигнутой договоренностью, PepsiCo и PBG приобретут 75,53% акций ОАО «Лебедянский», находящихся в распоряжении четырех крупнейших акционеров компании – физических лиц. Акции будут распределены между PepsiCo и PBG в соотношении 75% и 25%, соответственно.

Сумма сделки в 1,4 млрд. долларов США подразумевает стоимость сокового бизнеса (Enterprise Value), включая скорректированный чистый долг и исключая бизнес по производству детского питания и минеральной воды ОАО «Лебедянский», приблизительно в 2,0 млрд. долларов США.

Сделка должна быть одобрена государственными регулирующими органами в установленном порядке, помимо этого дополнительным условием соглашения является выделение бизнесов по производству детского питания и минеральной воды, которые PepsiCo/PBG не приобретают. Для выделения бизнесов потребуются утверждение ряда решений на ВОСА акционерами, не являющимися стороной в Сделке. Как ожидается, процедура выделения и сделка по приобретению 75,53 % сокового бизнеса ОАО «Лебедянский» не произойдут до третьего квартала 2008 года.

В соответствии с российским законодательством и в случае успешного выделения бизнеса по производству детского питания и минеральной воды PepsiCo и PBG в обязательном порядке сделают всем другим акционерам компании предложение о выкупе оставшихся акций вскоре после завершения сделки. Это может увеличить общую долю PepsiCo и PBG в «ОАО Лебедянский» до 100%.

Дополнительные условия соглашения не раскрываются. PepsiCo и PBG сообщили, что в результате сделки ранее озвученные прогнозы компании на 2008 год не будут существенно изменены.

Начало истории PepsiCo в России уходит в 1959 год, когда президент компании Дональд Кендалл (Donald Kendall) представил напиток «Пепси-кола» (Pepsi-Cola) в рамках выставки американской продукции в Москве. Тогда же ее впервые попробовал Первый секретарь ЦК КПСС СССР Никита Хрущев.

Через пятнадцать лет в 1974 году в Новороссийске начал свою работу первый завод по производству «Пепси-колы». Таким образом, Pepsi первой из западных производителей запустила собственное производство потребительских товаров в СССР. В память об этом историческом событии Совет директоров PepsiCo провел свое заседание в близлежащем Абрау-Дюрсо – беспрецедентный шаг для американской компании.

**ПРЕСС-РЕЛИЗ: PEPSICO СОВЕРШАЕТ СДЕЛКУ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ
ВЕДУЩЕГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СОКОВ**

стр. 3 из 5

Сегодня PepsiCo вместе со своим стратегическим партнером по розливу и дистрибуции напитков The Pepsi Bottling Group обеспечивают свыше 7000 рабочих мест в России, а их продукция представлена в более чем 98% розничных торговых точек по всей стране.

Контактные лица:

Нью-Йорк

PepsiCo:

Дик Детвилер (Dick Detwiler)

+1 914 253 2725

Dick.Detwiler@pepsi.com

Pepsi Bottling Group:

Джефф Данке (Jeff Dahncke)

+1 914 767 7690

Jeff.Dahncke@pepsi.com

Москва

Пресс-служба PepsiCo/PBG

Татьяна Смирнова

tatiana.smirnova@intl.pepsico.com

Дополнительная информация:

ОАО «Лебедянский» (ПТС: LEKZ, ММВБ: LBDO) – ведущий производитель соков на российском рынке. С 1999 по 2007 год объемы производства компании выросли более чем в 30 раз, при этом доля «Лебедянского» на российском рынке соков и нектаров увеличилась в четыре раза. Портфель брендов «Лебедянского» хорошо сбалансирован и включает бренды премиум-сегмента («Я»), среднего сегмента («Тонус» и «Frustyle»), а также экономичного сегмента («Фруктовый Сад», «Привет» и «Долька»). Компания располагает хорошо налаженной системой дистрибуции в России, а также в Украине, Казахстане, Азербайджане и Белоруссии. Более подробную информацию о компании можно найти на сайте: www.lebedyansky.com.

PepsiCo (NYSE: PEP) – один из крупнейших мировых производителей продуктов питания и напитков. В 2007 году выручка компании составила свыше 39 млрд. долларов США. Сотрудниками компании являются около 185 000 человек по всему миру, а ее продукция представлена примерно в 200 странах. Ключевой ассортимент включает такие бренды, как Frito-Lay (легкие закуски), Pepsi-Cola (напитки), Gatorade (спортивные напитки), Tropicana (соки) и Quaker (каши и овсяные хлопья). В портфеле PepsiCo присутствуют 17 брендов, каждый из которых приносит компании более \$1 млрд. выручки в год. Стратегия устойчивого роста PepsiCo, которая получила определение «Performance with Purpose», ставит своей задачей сочетание высоких финансовых результатов с активной работой компании в социальной сфере. Эта стратегия включает в себя предложение

**ПРЕСС-РЕЛИЗ: PEPSICO СОВЕРШАЕТ СДЕЛКУ ПО ПРИОБРЕТЕНИЮ
ВЕДУЩЕГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ СОКОВ**

стр. 4 из 5

широкого спектра готовых к употреблению продуктов и напитков, уменьшение воздействия производства на окружающую среду посредством сокращения использования электроэнергии и воды, а также применения экологичной упаковки. Кроме того, PepsiCo поддерживает своих сотрудников путем создания на рабочих местах атмосферы толерантности и учета интересов каждого, что позволяет компании привлекать и удерживать в компании высококлассных специалистов. Акции PepsiCo включены в индексы устойчивости Dow Jones North America Sustainability Index и Dow Jones World Sustainability Index. Более подробную информацию о компании можно найти на сайте: www.pepsico.com.

The Pepsi Bottling Group, Inc. (NYSE:PBG) является крупнейшим в мире производителем, продавцом и дистрибьютором напитков «Пепси-кола». На долю PBG приходится более половины всех напитков «Пепси-кола», продаваемых в Северной Америке, и около 40% по всему миру. Располагая примерно 70 000 сотрудников, компания, годовой объем продаж которой достигает практически \$14 млрд., осуществляет свою деятельность на рынках США, Канады, Греции, Мексики, России, Испании и Турции. Около 30% деятельности PBG осуществляется за пределами США. Более подробная информация о компании на сайте: www.pbg.com

**ОАО «Лебедянский»
Основные факты**

- Шестой по величине производитель соков в мире по объему производства (Euromonitor 2006 г.);
- Мировая доля рынка – 1,6% (Euromonitor 2006 г.);
- Ведущий российский производитель соков с рыночной долей около 30% (АС Nielsen);
- Рыночная доля компании выросла в три раза с 2000 по 2006 г. (Лебедянский);
- Чистая годовая выручка в 2006 г. – \$ 615 млн., показатель EBITDA - \$ 109 млн. (Лебедянский);
- Неаудированная чистая годовая выручка в 2007 г. - \$ 803 млн. (Лебедянский);
- Два завода: в Липецкой области и в Санкт-Петербурге;
- Годовой объем производства – 1,368 млн. литров (Лебедянский);
- Штат сотрудников – 6 000 человек (на производстве соков);
- Сильные рыночные позиции в сегменте «премиум», а также в среднем и экономичном сегментах;
- Портфель брендов включает: в сегменте «премиум» - «Я», в среднем сегменте – «Тонус» и Frustyle, в экономичном сегменте – «Фруктовый Сад», «Привет» и «Долька», холодный чай «Эдо» и сок для детей 6-10 лет «Туса Джуса»;
- Продукция компании завоевала свыше 120 профессиональных наград;
- Расширение ассортимента за счет начала производства высококачественных NFC-соков (соков «не из концентрата») в 2006 году;
- Одна из первых компаний в Европе, начавшая производство соков и напитков в асептических бутылках (PET);
- Резкий рост объема потребления на душу населения за последние несколько лет. Однако этот показатель остается низким в сравнении с другими европейскими странами (Euromonitor 2006 г.).

###