

Pepsi – это не только Cola



PepsiCo, Inc.
Тиккер PEP
Текущая цена: \$82,15
Среднесрочный потенциал: 22%
Цель: \$100

По состоянию на 12.03.2014

- Торгуется на NYSE
- Потребительские товары
- Капитализация: \$ 126,62 млрд
- Ср. объем в день: 5,69 млн акций
- За месяц +3,95%
- За квартал +0,29%
- За полгода +5,77%
- За год +10,81%
- С начала года +0,55%
- P/E 19,17

О компании

Корпорация PepsiCo, Inc. производит и продает различные газированные и негазированные напитки, а также различные закуски и продукты питания по всему миру. Наиболее известные бренды компании – это Pepsi-Cola, Lay's, Cheetos, Mountain Dew, 7UP и Tropicana.

Штаб-квартира находится в г. Перчейз, штат Нью-Йорк, США.

В штат входит 274 тысячи человек.

За 2013 год чистая прибыль составила \$6,7 млрд при выручке 66,5 млрд.



13 февраля компания PepsiCo, Inc. сообщила о получении в 4 отчетном квартале прибыли в размере \$1,742 млрд (\$1,12 на акцию), по сравнению с прибылью \$1,661 млрд (\$1,06 на акцию) годом ранее.

Выручка за отчетный период понизилась до \$20,12 млрд от \$19,95 млрд годом ранее.

Аналитики ожидали показателя прибыли \$1 на акцию при выручке \$20,1 млрд.

Рекомендацию «Покупать» дают также аналитики Argus, Stifel Nicolaus, Deutsche Bank.

Почему покупать

- Стабильно высокая доля рынка безалкогольных напитков.
- Активное развитие подразделения закусок.
- Высокий потенциал по отвыванию доли рынка у главного конкурента, компании The Coca-Cola.

PepsiCo – головная боль The Coca-Cola

С момента основания компания постоянно конкурирует за мировое лидерство на рынке безалкогольных напитков с компанией The Coca-Cola, являясь её самым грозным соперником. В настоящий момент PepsiCo принадлежит около 30% доли продаж газировки, в то время, как доля The Coca-Cola составляет более 40%. Одной из главных причин для покупки акций PepsiCo является именно перспектива сокращения отставания от лидера этого рынка. И, что очень важно, именно сейчас у PepsiCo есть для этого необходимые ресурсы.

Главный потенциал компании в настоящий момент сосредоточен вовсе не в Pepsi-Cola, а в развитии подразделений закусок. Данное направление помогает компании успешно преодолевать спад интереса потребителей к газированным напиткам, который наблюдается в последние годы. Такие чипсовые бренды, как Lay's и Cheetos являются очень успешными и генерируют для PepsiCo существенную часть годовой выручки.

Но не только тренд отказа от колы вовремя увидели руководители компании. Стремление людей употреблять в пищу полезные для здоровья продукты – именно этот фактор негативнее всего отражается на финансовых показателях PepsiCo в последнее время. Борясь с этим, компания расширила линейку своих товаров, добавив в свой ассортимент соки и снеки на основе натуральных фруктов, ягод, орехов и меда.

Именно закуски выпускаемые PepsiCo становятся причиной сотрудничества ресторанов с компанией. Так, партнерство PepsiCo с Taco Bell, дочерней компанией Yum! Brands (NYSE: YUM), привело к созданию Doritos Locos Taco, который является одним из наиболее быстро набирающих популярность продуктов в индустрии быстрого питания. Их продажи с марта 2013 г. достигли уже \$1 млрд. Генеральный директор Taco Bell Грег Крид описал новый продукт как «крупнейшее нововведение в истории Taco Bell».

Buffalo Wild Wings, в декабре прошлого года сменявшая Coca-Cola на Pepsi, тоже не прочь заработать дополнительный миллиард долларов, выпустив новый продукт. Coca-Cola не может предложить дополнение к своему напитку, как PepsiCo, что дает последней определенную фору на рынке напитков в розлив. Если какой-либо из крупных партнеров Coca-Cola, например, McDonald's (NYSE: MCD) решит оживить свое меню инновационными закусками от PepsiCo, Coca-Cola может потерять значительную часть своей 70%-ной доли этого рынка.