



НУТРИТЕК

**ОБЛИГАЦИОННЫЙ ЗАЕМ
ОАО «Нутринвестхолдинг»
1 200 000 000 рублей**

Информационный меморандум

Организатор выпуска



Май 2005 г.

СОДЕРЖАНИЕ

О порядке использования информации	5
1. Инвестиционное предложение	7
2. Краткий портрет Группы Нутритек	9
3. Группа Нутритек: основные факты	11
3.1. История и современный профиль Группы	11
3.2. Структура Группы	14
3.3. ОАО «Нутринвестхолдинг»: участники и органы управления	15
4. Обзор деятельности Группы	17
4.1. Молочная продукция	17
4.1.1. Обзор рынка	17
4.1.2. Группа Нутритек на рынке молочной продукции	24
4.2. Детское и специальное питание	29
4.2.1. Обзор рынка	29
4.2.2. Группа Нутритек на рынке детского и специального питания	33
5. Инвестиционные риски	36
6. Обзор финансовых показателей Группы	39
7. Краткая информация об участниках выпуска	46
9. Приложения	48

О порядке использования информации

Настоящий меморандум носит исключительно информационный характер и не является документом или частью пакета документов, подлежащих предоставлению в регистрирующие или иные государственные органы Российской Федерации или какого-либо иностранного государства в связи с регистрацией ценных бумаг, упомянутых в данном документе. При ознакомлении с данным меморандумом каждому потенциальному инвестору рекомендуется самостоятельно ознакомиться с Проспектом ценных бумаг, Решением о выпуске и другими официальными документами.

Данный меморандум не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента или компаний, которые упомянуты в настоящем документе. Основной целью Информационного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте облигаций, Поручителях и других участниках размещения, сверх нормативного объема, предусмотренного российским законодательством.

Ни одно лицо не уполномочено предоставлять в связи с размещением облигаций какую-либо информацию или делать какие-либо иные заявления, за исключением информации и заявлений, содержащихся в Проспекте ценных бумаг, Решении о выпуске и Информационном меморандуме. Если такая информация была предоставлена или такое заявление было сделано, то на них не следует опираться как на информацию или заявления, санкционированные Эмитентом или Организаторами финансирования.

Эмитент принимает на себя ответственность за информацию, содержащуюся в Информационном меморандуме, и подтверждает, что эта информация является правдивой и точной во всех существенных фактах и не вводит в заблуждение. Мнения и намерения Эмитента, выраженные в настоящем документе, являются добросовестными мнениями и намерениями Эмитента.

Ни одна из российских или иностранных национальных, региональных или местных комиссий по рынку ценных бумаг или какой-либо иной орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами, не давал никаких специальных рекомендаций по поводу приобретения облигаций. Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность или точность.

Эмитент принимает на себя ответственность только за правильное воспроизведение представленной им вышеуказанной информации, не принимает на себя иных обязательств, не делает никаких иных заявлений и не предоставляет иных гарантий относительно такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений и выводов, содержащихся в настоящем меморандуме после даты его опубликования.

Заявления, относящиеся к Поручителям и Организаторам, опираются на информацию, предоставленную ими Эмитенту, исключительно для использования в настоящем документе. Ни вручение Информационного меморандума, ни размещение облигаций ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствия возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты Информационного меморандума, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в Информационный меморандум, равно как и то, что любая информация, предоставленная в связи с размещением облигаций, является верной на какую-либо дату, следующую за датой предоставления такой информации или за датой, указанной в документах, содержащих такую информацию, если эта дата отличается от даты предоставления информации.

В связи с тем, что вложения в ценные бумаги российских компаний сопряжены с риском, при принятии инвестиционного решения мы рекомендуем инвесторам самостоятельно определять для себя значимость информации, содержащейся в настоящем Инвестиционном меморандуме, и при рассмотрении возможности приобретения облигаций опираться на исследования и иные проверки,

которые могут быть сочтены необходимыми. Организаторы не принимали и не принимают на себя обязательств по изучению положения дел и финансового состояния Эмитента в течение срока действия договоренностей, предусмотренных Инвестиционным меморандумом, и не обязуются консультировать кого-либо из инвесторов или потенциальных инвесторов в облигации относительно изложенной информации.

1. Инвестиционное предложение

Вниманию инвесторов предлагаются облигации ОАО «Нутринвестхолдинг» (далее – Эмитент), холдинговой компании Группы Нутритек – одного из крупнейших российских производителей продуктов питания, ведущего российского производителя детского питания.

Объем размещаемого облигационного займа составляет 1 200 млн. рублей, срок обращения выпуска – 4 года. Ставка купона на первый год обращения облигаций будет установлена в ходе конкурса при размещении.

Предприятия Группы Нутритек предоставляют обеспечение по выпуску облигаций ОАО «Нутринвестхолдинг» в форме поручительства в общем размере 1 200 млн. руб. плюс совокупный купонный доход. Каждый из Поручителей: ОАО «Нутринвест», ООО «Ярославский Хладокомбинат», ЗАО «Компания «Нутритек», ЗАО «ТК «Нутритек» – несет солидарную с Эмитентом и другими поручителями ответственность за исполнение обязательств по облигациям.

Средства, полученные от размещения облигаций, планируется направить на финансирование инвестиционных проектов и пополнение оборотных средств предприятий Группы.

Таблица 1. Основные условия выпуска облигаций

Полное наименование эмитента	Открытое акционерное общество «Нутринвестхолдинг»
Поручители по займу	ОАО «Нутринвест» ЗАО «ТК «Нутритек» ОАО «Ярославский Хладокомбинат» ЗАО «Компания «Нутритек»
Форма выпуска	Неконвертируемые документарные процентные облигации на предъявителя
Дата регистрации	11 мая 2005 г.
Гос. регистрационный номер	4-01-15111-Н
Номинальный объем выпуска	1 200 000 000 (Один миллиард двести миллионов) рублей
Номинал облигации	1 000 (Одна тысяча) рублей
Срок обращения	4 года (1 456 дней)
Купонный период	3 месяца (91 день)
Количество купонов	16
Ставка купона	Ставка купона на первый год обращения определяется в ходе аукциона при размещении, ставка купона на последующие годы обращения устанавливается уполномоченным органом Эмитента
Приобретение облигаций по требованию владельцев с возможностью дальнейшего обращения (оферта)	Через 1 год после размещения. В зависимости от срока подачи инвестором уведомления, датой приобретения является 364-й или 379-й день со дня размещения. Цена выкупа – 100%+НКД.

Способ размещения	Открытая подписка, аукцион по ставке купона на первый год обращения
Цена размещения	100% от номинала
Депозитарий	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Размещение	ЗАО «Фондовая биржа ММВБ»
Вторичное обращение	ЗАО «Фондовая биржа ММВБ» и внебиржевой рынок
Организатор, андеррайтер и платежный агент выпуска	АБ «ИБГ НИКойл» (ОАО) (Финансовая корпорация «УРАЛСИБ»)
Финансовый консультант	ЗАО «ИФК «Алемар»

2. Краткий портрет Группы Нутритек

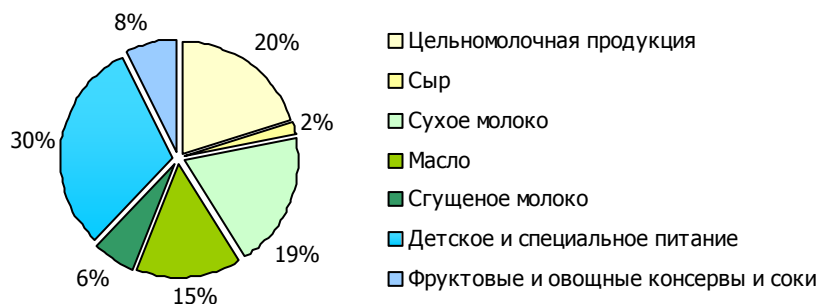
Бизнес Группы

Основанная в 1990 г., Группа Нутритек представляет собой динамично развивающийся холдинг, производящий широкий ассортимент молочной продукции, продуктов детского и специального питания. Группа Нутритек - один из ведущих игроков на рынке молочной продукции, занимающий твердые позиции на ключевых региональных рынках, лидер среди российских производителей продуктов детского питания и единственный в России производитель специализированного лечебного питания.

Оборот Группы в 2004 г. составил 170 млн. долл. США, из которых 106 млн. приходится на предприятия стратегической бизнес-единицы «Молочная продукция» и 64 млн. – бизнес-единицы «Детское питание». По показателю роста выручки Группа является лидером среди крупнейших предприятий пищевой отрасли – среднегодовой темп роста выручки в 2000-2004 гг. составил 36%.

Группа производит широко диверсифицированный портфель продукции, в основе которого – цельномолочная продукция, сухое молоко, масло и детское питание.

Рисунок 1. Структура совокупного оборота Группы в 2004 г.



Источник: Группа Нутритек

По каждому из продуктовых направлений Группа Нутритек занимает уверенные позиции на рынке и является одним из самых быстрорастущих игроков в отрасли.

Таблица 2: Производственные показатели и рыночные позиции Группы.

	Объем производства, тыс. тонн.		Доля рынка в 2004 г.
	2004 г.	2005 г. (план)	
Специальное и лечебное питание	1,23	2,24	50%
Детское питание	19,4	18,7	10%
Сухое молоко	22	31,3	8%
Молочная продукция	116	127	1%*

* от общего количества потребляемого молока в России, что соответствует 2% от объема молочной продукции, подвергающейся промышленной обработке.

Источник: Группа Нутритек

Конкурентными преимуществами Группы Нутритек на рынке молочной продукции являются присутствие на ключевых региональных рынках России, где большинство предприятий Группы выступает в роли одного из ведущих игроков, широкий ассортимент производимой продукции и диверсифицированная система сбыта. Дополнительным конкурентным преимуществом Группы в последние годы также стало приобретение сельскохозяйственных предприятий – поставщиков сырья молочной промышленности.

Конкурентными преимуществами Группы Нутритек на рынке детского питания являются обладание современными технологиями производства и, вместе с тем, способность обеспечить невысокую стоимость продукции относительно других производителей – преимущественно иностранных компаний. Развитая система дистрибуции детского питания, охватывающая 48 крупнейших городов России и основные страны СНГ, делает Группу Нутритек крупнейшим российским участником национального рынка и заметным игроком на рынке стран СНГ.

Основные финансовые показатели

Таблица 3: Консолидированные финансовые результаты деятельности Группы Нутритек по данным управленческой отчетности, млн. долл. США

	2004	2003	2002	2001	2000
Выручка	169,8	122,9	88,3	74,6	49,0
Себестоимость	146,0	101,7	76,5	58,8	41,2
Валовая прибыль	23,8	21,2	11,8	15,8	7,8
<i>Норма валовой прибыли</i>	<i>14,0%</i>	<i>17,2%</i>	<i>13,4%</i>	<i>21,2%</i>	<i>15,9%</i>
EBITDA	28,6	17,2	9,0	12,2	5,1
<i>Норма EBITDA</i>	<i>16,9%</i>	<i>14,0%</i>	<i>10,2%</i>	<i>16,4%</i>	<i>10,4%</i>
Чистая прибыль	13,9	6,3	6,6	8,5	3,2
<i>Норма чистой прибыли</i>	<i>8,2%</i>	<i>5,1%</i>	<i>7,5%</i>	<i>11,4%</i>	<i>6,5%</i>

Источник: Группа Нутритек

3. Группа Нутритек: основные факты

3.1. История и современный профиль Группы

История деятельности Группы Нутритек – одного из крупнейших производителей продуктов питания в России – насчитывает уже более 15 лет.

Период с 1990 по 1998 г. ознаменован для Группы формированием ключевых направлений деятельности и становлением базовых элементов Группы - открыты исследовательский центр и медицинский центр Нутритек, основана группа компаний Нутритек и зарегистрирована холдинговая компания «Нутринвест».

Начиная с 1998 г. Группа Нутритек ведет активную деятельность по приобретению производственных активов молочной отрасли и отрасли детского питания, позволившую компании значительно увеличить собственные производственные мощности по переработке молока и производству продуктов детского питания.

В 1998 г. приобретен молочный комбинат «Зеленодольский», обладающий производственными мощностями для переработки 180 т. молока в сутки, в 2000 г. приобретены молочный комбинат «Пензенский» позволяющий перерабатывать 400 т. в сутки, и расположенный в Белгородской области молочный комбинат «Молоко», мощностью переработки 210 т. молока в сутки. Основной продуктового ассортимента каждого из комбинатов является цельномолочная продукция, масло и сухое молоко.

В 1999 г. Группой приобретен консервный завод «Динской» (Краснодарский край), выпускающий плодово-ягодные и овощные консервы и соки для детского питания. Предприятие рассчитано на переработку до 450 т. сырья в сутки.

Наиболее продуктивным с точки зрения приобретения производственных активов стал 2001 г., когда были приобретены расположенный в Вологодской области молочный комбинат «Северное молоко», мощностью переработки 450 т. в сутки и молочный комбинат «Филимоновский» в Красноярском крае, также мощностью 450 т. в сутки. В том же году Группа приобрела комбинат по производству молочной продукции и детского питания «Сибайконсервмолоко», (республика Башкортостан) мощностью 450 т. в сутки, представляющий собой уникальный производственный комплекс позволяющий выпускать сухие смеси для детского и лечебного питания, детские каши, а также широкий ассортимент цельномолочной продукции и продуктов переработки молока.

Группа Нутритек стала первой и единственной российской компанией, которая инвестировала строительство «с нуля» завода по производству высокоспециализированных продуктов для лечебного питания детей и взрослых, ранее не производившихся на территории России и СНГ. В 2002 г. в подмосковном г. Истра был построен и открыт самый современный в Европе завод детского и специального питания, рассчитанный на производство год около 1,5 тыс. т. сухих продуктов, 6 тыс. тонн жидких стерилизованных продуктов, а также 11 тыс. т. воды для приготовления детского питания. Заводу Нутритек, одному из немногих в России, выдан Сертификат соответствия европейской системе контроля качества - ХАССП. Финансирование строительства на паритетных началах осуществлялось Группой Нутритек и российским подразделением известного мирового производителя детского питания – компанией Nutricia (Нидерланды). Впоследствии, Группа Нутритек выкупила долю партнера, доведя свою долю участия до 100%.

В 2003 г. акционеры и руководство компании приняли решение о разделении бизнеса на независимые бизнес-единицы, что позволяет более эффективно управлять ресурсами и развивать бизнес Группы. В результате активы группы была разделены на две стратегические бизнес-единицы (СБЕ) «Молочный бизнес» и «Детское питание». Группа Нутритек понимает, что основной потенциал развития бизнеса Группы имеет «молочное» направление и прилагает наибольшие усилия для усиления своих позиций на данном рынке.

В 2003 г. Группой приобретен Бийский маслосырокомбинат, располагающий производственными мощностями, позволяющими перерабатывать до 150 т. молока в сутки и производить как цельномолочную продукцию, масло и сухое молоко, так и широкий ассортимент сыров. Активы группы дополнила покупка Ярославского хладокомбината, обладающего производственными мощностями по хранению 11,5 тыс. т. пищевых продуктов.

Основной целью развития Группы в последние годы стало приобретение влияния в регионах России и стран СНГ, выступающих основными сырьевыми базами молочной промышленности.

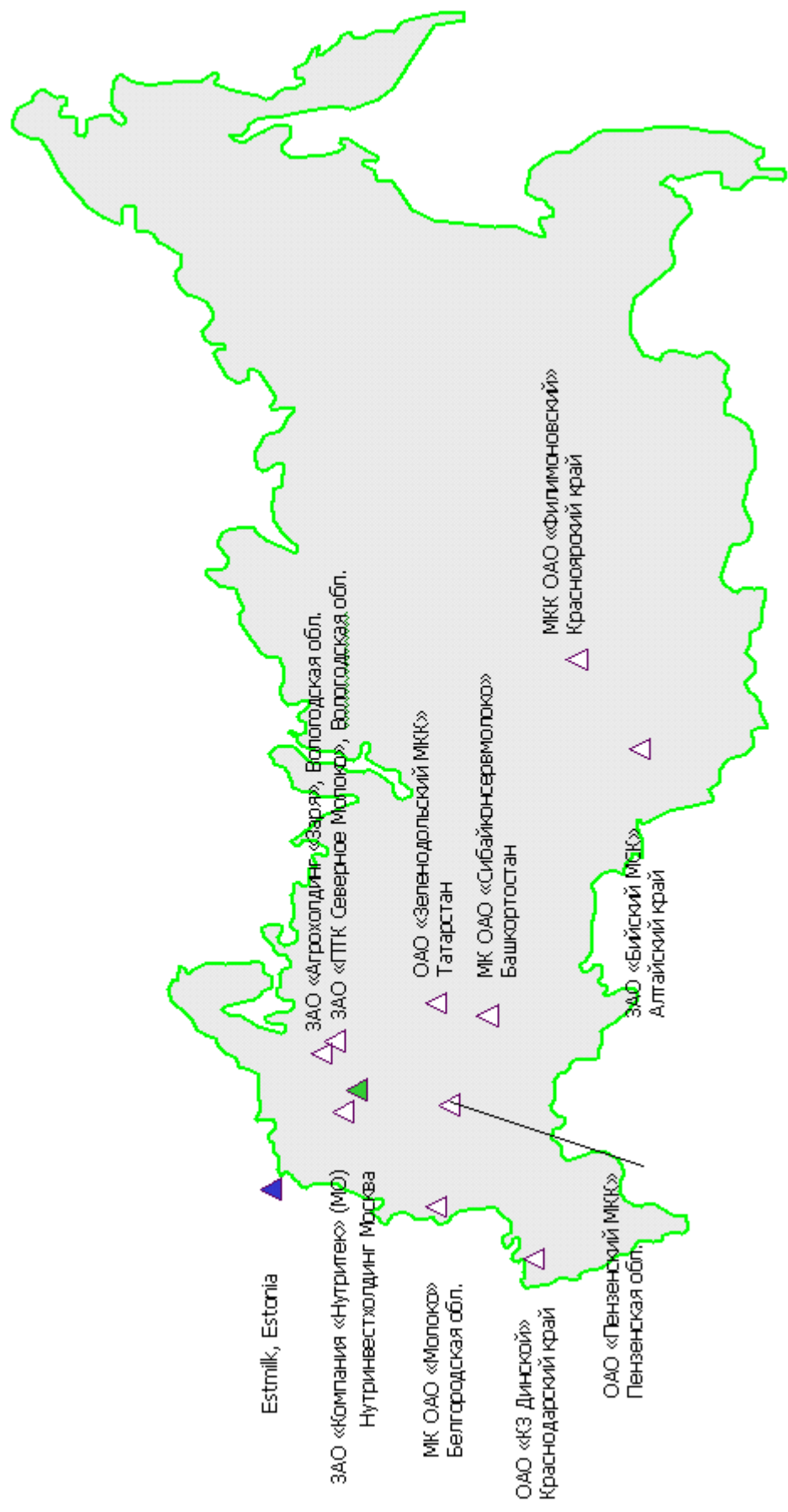
В 2004 г. в состав Группы включен агрохолдинг «Заря» - крупнейшее сельскохозяйственное предприятие Вологодской области и одно из лучших в России хозяйств по производству племенного молочного скота. Агрохолдинг обладает сельскохозяйственными угодьями площадью 21 тыс. га и средним поголовьем скота более 14 тыс. голов, что позволяет производить более 30 тыс. т. высококачественного молока в год. Приобретение крупного производителя молока в одном из ключевых сырьевых регионов России обеспечило Группе Нутритек стабильные поставки молока на молочных завод в Вологодской области и контроль над стоимостью сырья.

В 2004 г. Группа Нутритек приобрела 100% контроль над молочным комбинатом Estmilk Production (г. Рапла, Эстония), владеющего, в свою очередь, крупнейшим в центральной Эстонии агрохолдингом Agro Piim, объединяющего 6 хозяйств – производителей сырого молока. Покупка интегрированного производственного комплекса в Эстонии, выпускающего высококачественную молочную продукцию и являющегося заметным игроком рынка призвана обеспечить Группе выход на привлекательные рынки стран Балтии и Восточной Европы.

Молочный комбинат Estmilk Production производит высококачественную продукцию, включая цельномолочные продукты, масло, сыры, сухое цельное и обезжиренное молоко. Мощность комбината по переработке молока составляет 400 т. в сутки. Хозяйства агрохолдинга Agro Piim, основного поставщика комбината, располагают более 13,5 тыс. га угодий и поголовьем скота, превышающим 7,5 тыс. голов.

Значительным приобретением Группы, которое завершится в середине 2005 г., станет производственное предприятие в еще одной из стран СНГ – «Хорольский молочно-консервный комбинат» (г. Хорол, Полтавская обл., Украина). Комбинат представляет собой мощный производственный комплекс по производству молочной продукции и детского питания, способный перерабатывать до 500 т. молока в сутки. Предприятие является крупнейшим производителем продуктов для детского питания на Украине и крупнейшим экспортером сухих молочных продуктов, в том числе, в РФ. В ассортименте комбината – сухие детские адаптированные молочные смеси, каши на зерновой и зерномолочной основе, сухое цельное и обезжиренное молоко и цельномолочная продукция. Приобретения комбината Группой Нутритек позволит значительно расширить производство продуктов детского питания и усилить позиции на рынках детского питания России и стран СНГ.

Рисунок 2: Месторасположение производственных предприятий Группы Нутритек



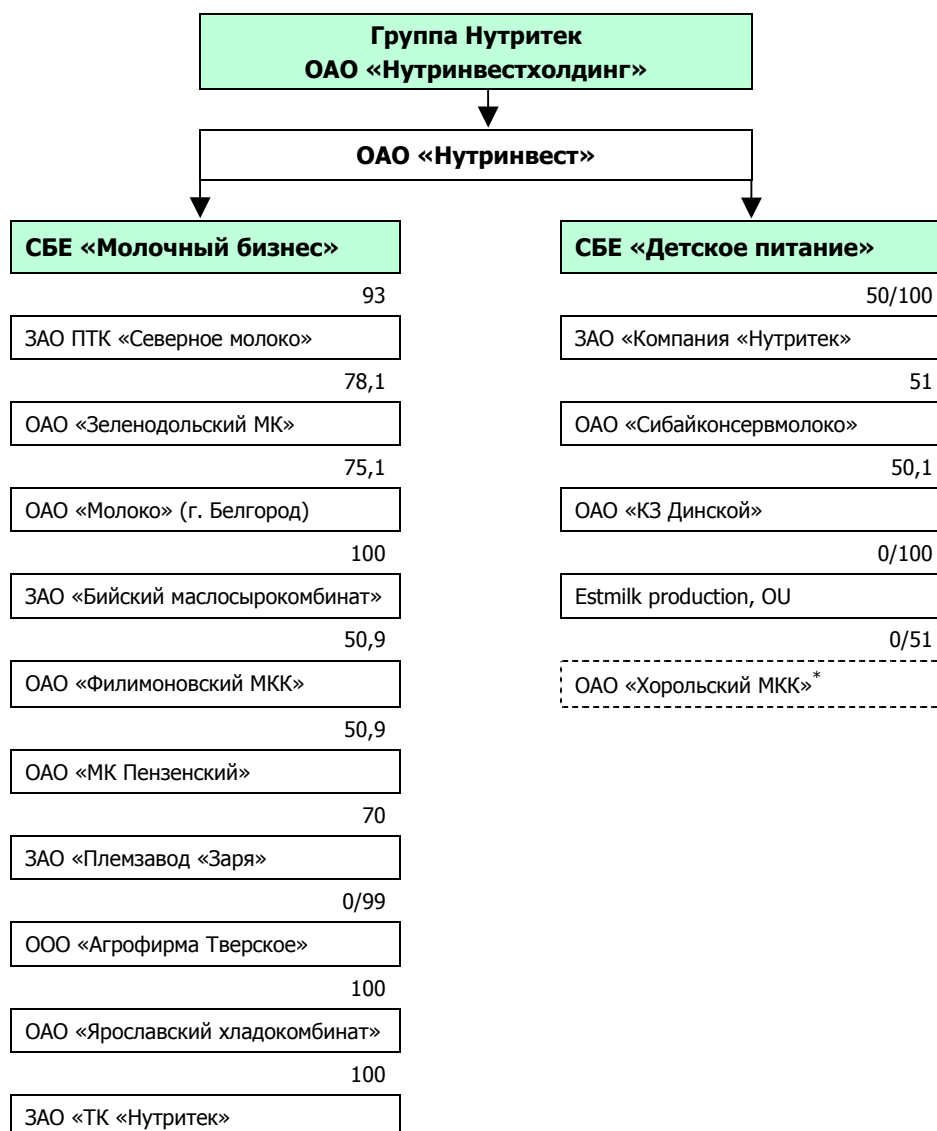
3.2. Структура Группы

Сегодня в Группу Нутритек входят 13 производственных предприятий пищевой отрасли и сельского хозяйства, географически охватывающие ключевые позиции сырьевого и потребительского рынка России. Группа Нутритек представляет собой холдинговую структуру, возглавляемую ОАО «Нутринвестхолдинг». Степень контроля над акционерным капиталом основных предприятий Группы превышает 75%.

ОАО «Нутринвестхолдинг» создано в 1999 г. Основная роль компании в Группе состоит в осуществлении стратегического планирования, выполнении функций управления производственными компаниями, координации и контроля. Участниками Эмитента – головной компании холдинга – являются компании, контролируемые менеджментом, а также крупные финансовые инвесторы.

ОАО «Нутринвестхолдинг» владеет 99,82% уставного капитала ОАО «Нутринвест», которому непосредственно принадлежат доли в уставном капитале предприятий Группы.

Рисунок 3: Структура Группы Нутритек (для каждой компании указана доля уставного капитала, принадлежащая ОАО «Нутринвест», для отдельных – дополнительно – доля с учетом косвенного владения через другие предприятия Группы) по состоянию на 01.05.2005 г.).



* Завершение сделки по приобретению планируется в середине 2005 г.

Источник: Группа Нутритек

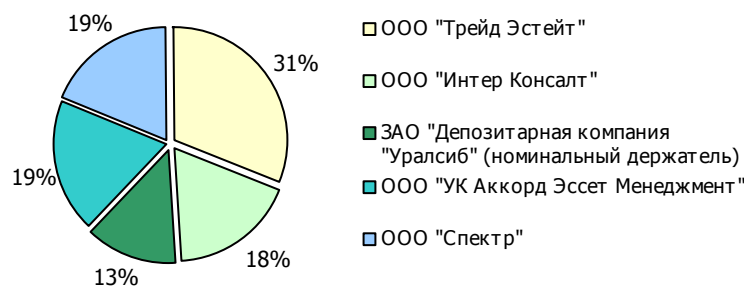
Бизнес-направление Группы «Молочная продукция» представляют 7 производственных предприятий, расположенных в различных регионах России, являющихся основными сырьевыми базами молочной промышленности. В состав бизнес-направления также входят 2 предприятия складского хозяйства (ООО «Агрофирма Тверское» и ОАО «Ярославский хладокомбинат»), позволяющие Группе обеспечивать поставки продукции на рынок г. Москвы и других городов центрального региона России и торговая компания (ЗАО «ТК «Нутритек»).

Бизнес-направление Группы «Детское питание» представляют ведущие российские производители детского питания – ЗАО «Компания «Нутритек» (Московской область, г. Истра), ОАО «Сибай-консервмолоко» (Республика Башкортостан, г. Сибай), ОАО «Консервный завод «Динской» (Краснодарский край, станица Динская), а также молочный комбинат Estmilk в Эстонии. После завершения сделки по приобретению, в состав бизнес-единицы войдет и крупнейший производитель детского питания на Украине – «Хорольский молочно-консервный комбинат».

3.3. ОАО «Нутринвестхолдинг»: участники и органы управления

Уставный капитал Эмитента по состоянию на 01.04.2005 г. составляет 100 000 (сто тысяч) рублей и представлен 10 млн. акций номиналом 0,01 рубль.

Рисунок 4: Структура акционерного капитала ОАО «Нутринвестхолдинг».



Источник: Группа Нутритек

Органами управления ОАО «Нутринвестхолдинг», согласно Уставу, являются:

- Общее собрание акционеров Общества;
- Совет директоров;
- Генеральный директор (единоличный исполнительный орган).

Избрание коллегиального исполнительного органа Уставом Общества не предусмотрено.

Руководство текущей деятельностью компании осуществляется единоличным исполнительным органом – Генеральным директором.

Существующие принципы корпоративного управления Группой подразумевают:

- Использование лучшей мировой практики и следование принципу защиты интересов всех акционеров;
- Соответствие российскому законодательству, в т.ч. следование положениям Кодекса по корпоративному управлению, утвержденному Федеральной Комиссией по Ценным Бумагам;
- Согласование внутренних документов обществ со всеми заинтересованными сторонами;
- Реестр акционеров ведет независимый регистратор.

Краткая информация о менеджменте Группы Нутритек.

Сажинов Олег Евгеньевич

Генеральный директор ОАО «Нутринвестхолдинг».

Родился в 1966 г. Имеет высшее образование.

С 1998 г. возглавляет Группу Нутритек. С 1999 г. является Генеральным директором ОАО «Нутринвестхолдинг».

Попов Геннадий Николаевич

Председатель Совета Директоров, Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг» по корпоративному управлению.

Родился в 1953 г. Окончил Московский инженерно-физический институт.

С 1994 по 2004 г. работал в инвестиционных компаниях. В Группе Нутритек с 2004 г.

Огороднов Сергей Юрьевич

Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг».

Родился в 1975 г. Окончил Тюменский государственный университет. Получил MBA в Rochester Institute of Technology.

С 1996 по 2004 г. работал в инвестиционных банках. В Группе Нутритек с 2005 г.

Русаков Валерий Васильевич

Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг» по производству.

Родился в 1948 г. Окончил Московский технологический институт мясной и молочной промышленности.

С 1980 г. работает на предприятиях молочной промышленности. В Группе Нутритек с 1998 г.

Рукавишников Олег Вениаминович

Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг» по финансово-экономическим вопросам.

Родился в 1953 г. Окончил Калининградский государственный университет.

С 1993 по 2000 г. работал в банковской системе. В Группе Нутритек с 2000 г.

Иванов Сергей Владимирович

Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг» по экономическому анализу и стратегическому планированию.

Родился в 1972 г. Окончил Финансовую Академию при Правительстве РФ.

С 1995 по 1998 работал консультантом в PriceWaterhouseCoopers. В Группе Нутритек с 1998 г.

Очинский Олег Викторович

Заместитель Генерального директора ОАО «Нутринвестхолдинг» по коммерческим вопросам.

Родился в 1963 г. Окончил Московский институт нефти и газа им. Губкина.

С 1992 по 2001 г. работал в торговых компаниях. В Группе Нутритек с 2001 г.

4. Обзор деятельности Группы

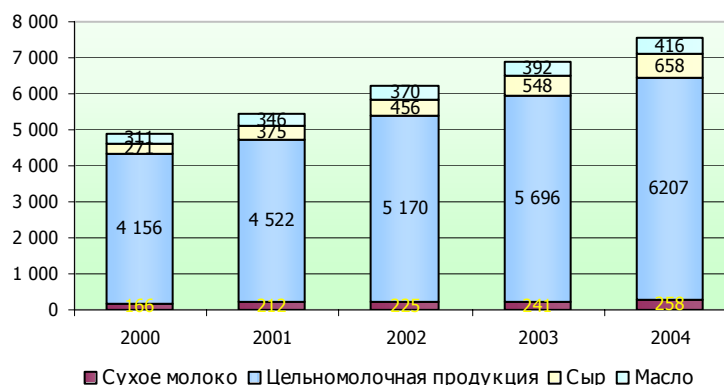
4.1. Молочная продукция

4.1.1. Обзор рынка

Молочные продукты пользуются популярностью практически у всех групп населения. Их потребляют представители всех возрастных групп вне зависимости от места проживания и уровня дохода. По результатам исследований, около 75% населения России регулярно употребляет молочные продукты в пищу.

Оборот российского рынка молочной продукции составляет более 7,5 млн. тонн готовой продукции и оценивается, по различным источникам, от 4,5 до 6 млрд. долл. США в год. Наиболее значительная доля рынка приходится на цельномолочную продукцию – молоко, кисломолочные продукты, сметану, творог и сливки – которая составляет 82% рынка в натуральном выражении. Следующими по значимости для потребления видами молочной продукции являются сыр (9%) и масло (5,5%).

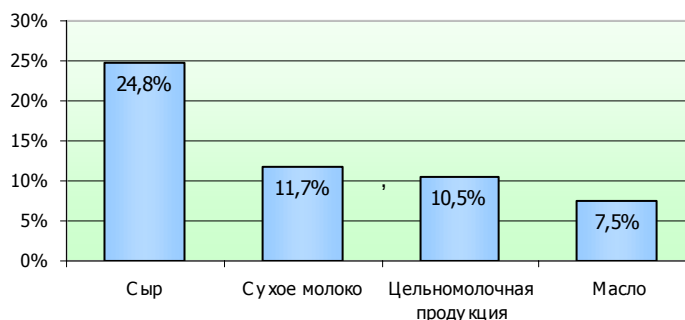
Рисунок 5: Объем рынка молочной продукции в России, тыс. тонн.



Источник: Группа Нутритек

Начиная с 1999 г. потребление молочной продукции в России растет быстрыми темпами – среднегодовой темп прироста потребления в натуральном выражении составил 11,4%. Оценка прироста суммарного потребления молочных продуктов в денежном выражении составляет 15-20%.

Рисунок 6: Среднегодовой темп роста потребления различных видов молочной продукции 2000-2004 гг., %.



Источник: Группа Нутритек

Ключевыми факторами роста потребления молочной продукции в России на протяжении последних лет являются:

- Рост доходов населения;
- Урбанизация;
- Развитие систем дистрибуции;
- Изменение привычек и вкусов потребителей.

Экономический рост в России и связанный с ним рост реальных доходов населения стимулирует спрос на молочные продукты с более высокой добавленной стоимостью. В структуре потребления с ростом доходов наблюдается снижение доли простого молока и, напротив, увеличение доли цельномолочной продукции дальнейшей переработки различных видов и вкусовых качеств.

Рост урбанизации в стране ограничивает доступ потребителей к сырому молоку, которое имеет низкую пригодность к транспортировке и длительному хранению, кроме того, в больших городах население отдает все большее предпочтение разнообразным и высокотехнологичным молочным продуктам.

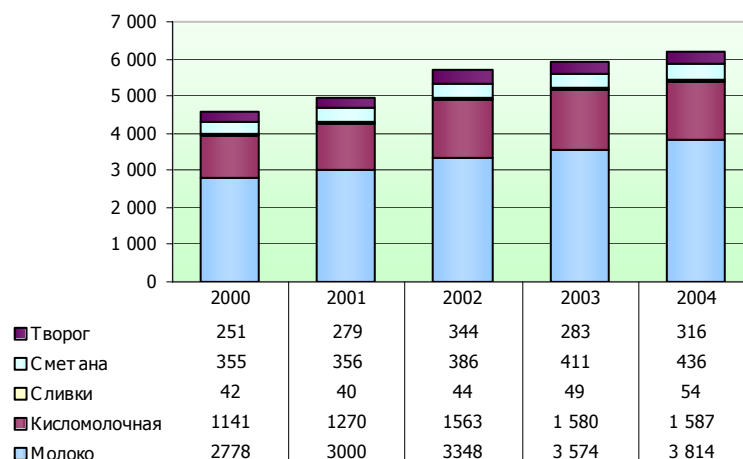
Развитие системы дистрибуции и продаж обеспечивает более полное покрытие рынка перерабатывающими молочными заводами, позволяет предлагать потребителю больший ассортимент продукции, что, в свою очередь, увеличивает потребление.

Спрос на высокотехнологичные молочные продукты с высокой добавленной стоимостью увеличивается с постепенной сменой поколений в обществе, поскольку продукты высокой переработки часто слишком «новы» для устоявшихся вкусов старшего поколения.

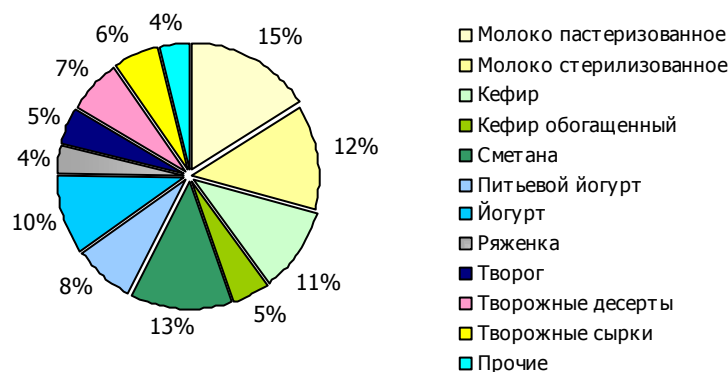
Отдельной проблемой и одновременно самой значительной возможностью российского рынка молочной продукции является низкий уровень промышленной переработки сырого молока. Так, общее потребление молока на душу населения в России близко к средним показателям по Восточной Европе и составляет около 230 кг на человека в год. Однако текущая структура потребления молока такова, что доля промышленно переработанных молочных продуктов в общем объеме потребления молока не превышает 45%. Только за счет изменений в структуре потребления молока рынок промышленно переработанной молочной продукции в России может расти в ближайшие годы с темпом до 10%.

Цельномолочная продукция

Цельномолочная продукция занимает основное место в структуре рынка молочной продукции. Благодаря положительному влиянию совокупности экономических и демографических факторов, ежегодный прирост потребления цельномолочной продукции в натуральном выражении в 2000-2004 гг. составлял, в среднем, 10,5%.

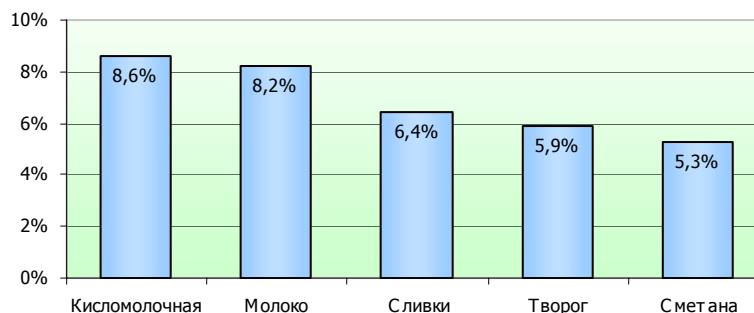
Рисунок 7: Объем рынка цельномолочной продукции в России, тыс. тонн.

Источник: Группа Нутритек

Рисунок 8: Структура рынка цельномолочной продукции в денежном выражении в 2004 г.

Источник: Группа Нутритек

В секторе цельномолочной продукции наиболее быстрыми темпами в последние годы росло потребление кисломолочных продуктов, которые составляют в совокупности более 25% рынка цельномолочной продукции в натуральном, и более 35% в денежном выражении. Высокий темп роста потребления этих продуктов во многом обеспечил совокупный рост рынка цельномолочной продукции.

Рисунок 9: Среднегодовой темп роста потребления различных видов цельномолочной продукции 2000-2004 гг., %.

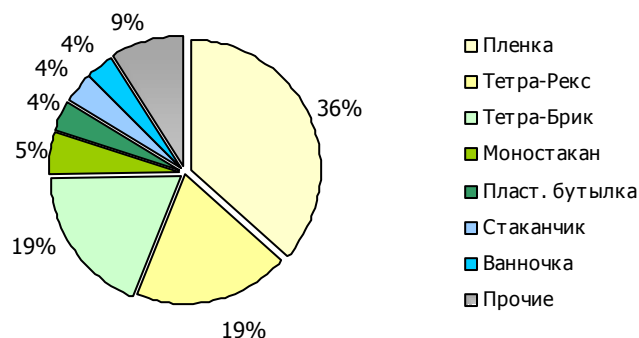
Источник: Группа Нутритек

Молоко по-прежнему остается основным продуктом потребления в секторе цельномолочной продукции, но в результате более низкого темпа роста потребления, его доля на рынке снижается. Эта тенденция является основополагающей для рынка цельномолочной продукции и отражает постепенное изменение портфеля потребления в сторону увеличения в нем продукции с высокой степенью переработки и добавленной стоимостью. Тем не менее, рост потребления молока в обозримом будущем продолжится, до тех пор, пока потребление неупакованного молока не снизится до минимальных значений.

Сегодня потребление молока на душу населения в России близко к Европейским показателям, однако продажи упакованного молока в 2003 г. оценивались лишь на уровне 55% от общего потребления жидких молочных продуктов, в то время как оставшаяся доля приходилась на разливное молоко. Рост продаж упакованного молока за последние три года составил 6-7% в год, при этом сегмент молока высокотемпературной обработки демонстрировал наибольший прирост продаж – на 10-14% в год. С повышением сроков хранения пастеризованного молока и увеличением доли продаж молочной продукции через розничные сети и магазины, продажи этой группы продукции будут расти опережающими темпами и далее.

Важнейшее значение для развития рынка молочной продукции имеет применение современных упаковочных материалов. С ростом спроса на более сложную молочную продукцию с высокой добавленной стоимостью, широкое распространение получили упаковки типа «Тетра-Брик», пластиковые бутылки, стаканы и другие виды современных упаковок. Одновременно, происходит снижение доли продукции в полиэтиленовых пакетах и упаковке «Тетра-Рекс», занимающих, тем не менее, около 55% рынка.

Рисунок 10: Структура рынка цельномолочной продукции по типу упаковки (по объему).



Источник: ACNielsen, Группа Нутритек

Сыр

Производство и потребление сыра в России постоянно увеличивается. Рост потребления сыра является наиболее ярким индикатором роста благосостояния и потребительских возможностей населения. Сыр остается одним из наиболее перспективных для роста молочных продуктов - среднедушевое потребление сыра в России составляет немногим более 2 кг в год при рекомендуемой физиологической норме потребления - 6,5 кг. Текущее потребление сыра в России также в шесть раз ниже среднеевропейского. В большинстве же развитых стран этот показатель составляет 15 кг, а в Италии, Франции и Израиле - более 20 кг.

Внутреннее производство сыров сегодня обеспечивает более 70% потребности рынка. Основными импортерами сыра на российском рынке являются Украина (33% от импорта), Германия (28%) и Литва (15%). Замещение импорта является перспективным направлением роста производства в этом сегменте для отечественных производителей.

Масло и сухое молоко

Потребление масла и сухого молока в России также увеличивается. Помимо непосредственно потребления, масло и сухое молоко используются для производства других пищевых продуктов и служат сырьем, в частности, для производства мороженого, кондитерской продукции. По этой причине рост спроса на масло и сухое молоко является также следствием роста потребления пищевой продукции с высокой добавленной стоимостью, что, в свою очередь, вызвано увеличением уровня доходов населения.

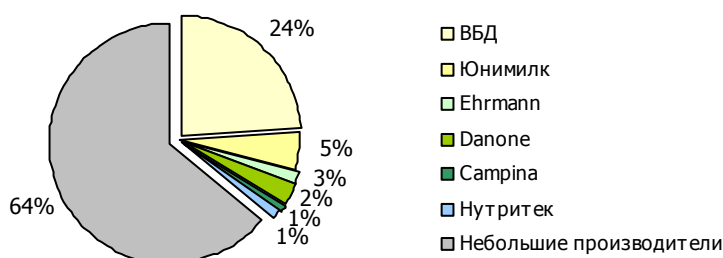
Как и на рынке сыра, значительную долю рынка масла и сухого молока занимают иностранные производители. Доля импорта на рынке составляет около 35%. Основными импортерами являются Новая Зеландия (30% от импорта) и Финляндия (18%) и Германия (15%).

Основные игроки рынка молочной продукции в России

Высокая фрагментированность производителей молочной продукции в России – основная особенность данного рынка. В России работает около 1 700 молокоперерабатывающих заводов, причем чуть более 50% от общего объема выпуска продукции обеспечивают 50 заводов. Подавляющее большинство остальных производителей перерабатывают не более 5 т. молока в сутки и производят традиционную продукцию относительно низкого качества.

Крупнейшие игроки вместе контролируют менее 35% рынка, в то время как международный опыт показывает, что три крупнейших игрока, как правило, занимают более 50% рынка. В то же время, дальнейшая консолидация рынка за счет покупки предприятий в России проблематична из-за сильного износа оборудования и низкого качества продукции мелких производителей и их сырьевой базы.

Рисунок 11: Основные игроки на рынке молочной продукции России – доля рынка в натуральном выражении в 2004 г., %.



Источник: Группа Нутритек

Крупнейшим игроком на рынке молочной продукции является компания «Вимм-Биль-Данн», сумевшая в 2001-2004 гг. удвоить объемы продаж молочной продукции и занять 24% рынка. Начиная с 2000 г., компания приобрела более 20 перерабатывающих заводов в России.

Вторым по значимости игроком рынка выступает группа Юнимилк, занимающая около 5% российского рынка молочной продукции. Группа также является одним из лидеров по количеству приобретенных в последние годы предприятий – их число составило более 10.

Начиная с 2000 г. ведущие западные компании активно замещают импорт молочной продукции собственным производством в России. Группа Danon построила заводы в г. Тольятти и Московской области и планирует увеличивать существующие объемы производства на 10% ежегодно. Campina инвестировала более 100 млн. долл. США в строительство собственного производства и приобретение двух предприятий в регионах России. Ehrmann инвестировала более 100 млн.

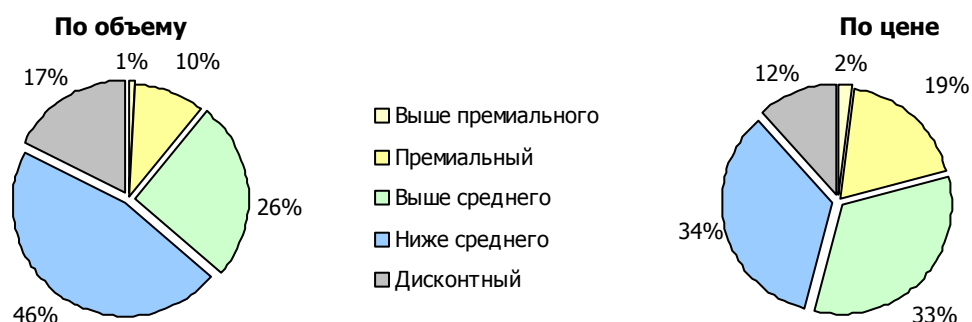
немецких марок в строительство и 40 млн. долл. США в расширение производственных мощностей собственного завода в Московской области.

Большинство новых производств были построены западными компаниями вблизи крупнейших рынков сбыта, но основным ограничением роста производства и продаж стала проблема обеспеченности сырьем в этих регионах.

Ценовая сегментация на национальном уровне

В зависимости от целевой группы потребителей и стоимости продукции выделяют несколько ценовых сегментов рынка молочной продукции – выше премиального, премиальный, выше среднего, ниже среднего и «дисконтный».

Рисунок 12: Ценовая сегментация рынка молочной продукции в 2004 г.



Источник: ACNielsen, Группа Нутритек

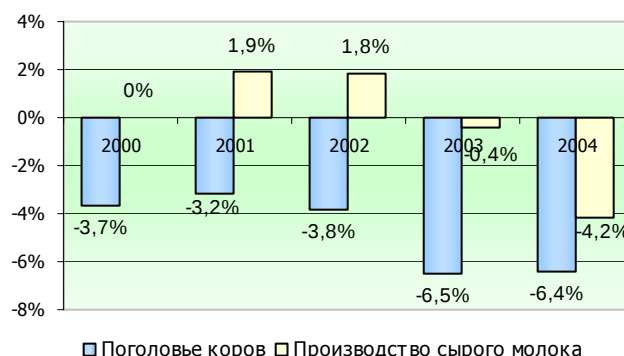
Устойчивые тенденции рынка молочной продукции последних лет – снижение доли продукции сегмента «дисконтный» и рост премиального сегмента и сегмента «выше среднего».

Проблема обеспеченности сырьем

Рост производства молочной продукции в последние годы происходит на фоне серьезного снижения производства сырого молока. Так по предварительным данным Росстата, валовой надой молока в России в 2004 г. составил 32 млн. т., что на 4,2% меньше по сравнению с предыдущим годом. Основная причина снижения – сокращение поголовья коров, как в сельскохозяйственных организациях, так и фермерских и крестьянских хозяйствах, которое сократилось в 2004 г. на 709 тыс. голов и составило 93,6% от уровня 2003 г.

Несмотря на сокращение поголовья коров, в последние годы наблюдается некоторое увеличение средней молочной продуктивности поголовья, что в 2001-2002 гг. позволило даже увеличить производство сырого молока. Однако, прирост надоя в 2003 и 2004 гг., полученный за счет роста продуктивности, уже не восполнил потери от снижения поголовья, что привело к сокращению производства сырого молока.

Рисунок 13: Динамика поголовья коров и выпуска сырого молока, % к предыдущему году.



Источник: Группа Нутритек

В результате роста цен на ГСМ, электроэнергию, корма и прочие ресурсы, средний уровень рентабельности производства сырого молока в сельскохозяйственных организациях, по данным Росстата, стабильно падает: с 22% в 1999 году до 5% в 2004 г. Для того чтобы рассчитаться за поставки, многим предприятиям приходится забивать часть поголовья коров на мясо.

Усугубление отрицательной тенденции производства сырого молока в 2004 г. вызвано в значительной степени состоянием кормовой базы. В соответствии с данными Росстата, наличие кормов на конец 2004 г. было на 3,8% меньше, чем на соответствующую дату 2003 г. Кроме того, низкое качество кормов не позволяет получить уровень молочной продуктивности коров, соответствующий генетическим возможностям используемых пород.

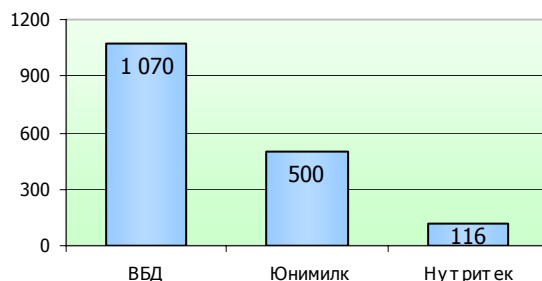
Растущий дефицит сырья приводит к росту закупочных цен и снижению рентабельности производства молочной продукции. По данным Российского союза предприятий молочной отрасли, в 2004 г. средний рост цен составил около 20%, и стоимость сырья в России практически сравнялась со стоимостью сырья в европейских странах, достигнув примерно 0,3 долл. США за литр. Недостаток сырья производители компенсируют увеличением использования порошкового молока и различных добавок. Ассортиментная линейка молочной промышленности развивается в сторону выпуска высокотехнологичных продуктов, в которых молока в качестве сырья используется меньше.

Проблема ограниченности сырьевой базы является сегодня основным препятствием для расширения производства крупных перерабатывающих предприятий, а доступ к сырьевой базе становится одним из ключевых факторов конкурентоспособности для участников рынка. Крупные сельскохозяйственные компании в течение ряда последних лет активно приобретали сельскохозяйственные комплексы или осуществляли значительные инвестиции в их расширение и техническую модернизацию.

4.1.2. Группа Нутритек на рынке молочной продукции

Группа Нутритек является третьим по величине игроком на рынке молочной продукции в России и наиболее быстрорастущим производителем в отрасли.

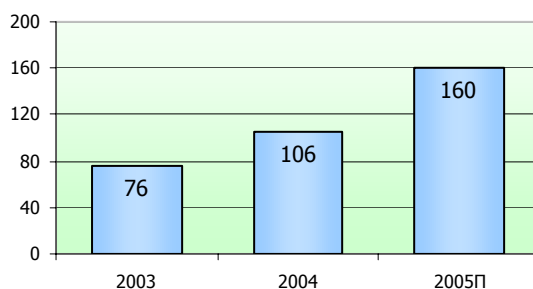
Рисунок 14: Производство молочной продукции в 2004 г., тыс. тонн.



Источник: Группа Нутритек

Постоянное увеличение производства на перерабатывающих предприятиях Группы и приобретение новых активов в 2000-2004 гг. обеспечили стабильно высокий рост выручки стратегической бизнес-единицы «Молочный бизнес». Темп прироста продаж в 2004 г. составил 39,5%.

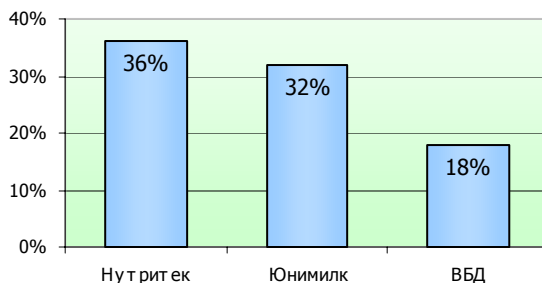
Рисунок 15: Совокупная выручка Группы по направлению «Молочный бизнес», млн. долл. США



Источник: Группа Нутритек

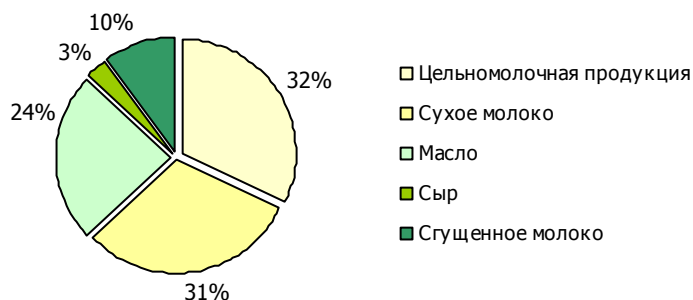
По показателю темпа роста продаж Группа - лидер среди крупнейших игроков на рынке молочной продукции.

Рисунок 16: Среднегодовые темпы роста продаж ведущих игроков на рынке молочной продукции в 2000-2004 гг.



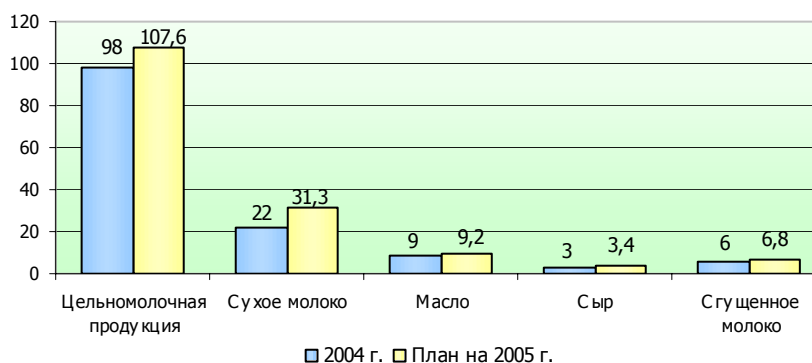
Источник: Группа Нутритек

Группа производит диверсифицированный портфель молочной продукции с растущей долей цельномолочной продукции и сыра. Текущая структура портфеля во многом является следствием приоритетного развития производства сухого молока и масла в период до 2004 г.

Рисунок 17: Портфель продукции в денежном выражении в 2004 г.

Источник: Группа Нутритек

Принятая в 2004 г. руководством Группы стратегия развития и диверсификации портфеля производимой продукции предусматривает увеличение доли цельномолочной продукции и сухого молока в объеме выручки, опираясь на возможности сырьевой и производственной базы Группы.

Рисунок 18: Выпуск молочной продукции в натуральном выражении в 2004 г. и производственный план на 2005 г., тыс. тонн.

Источник: Группа Нутритек

Рост выпуска цельномолочной продукции в 2005 г. в большей степени будет обеспечен ростом производства кисломолочной продукции, имеющей высокую добавленную стоимость и обеспечивающей высокую рентабельность производства. Производство молока также увеличится более чем в два раза, при этом приоритет отдается увеличению производства пастеризованного молока длительного хранения, позволяющего существенно расширить его дистрибуцию и выйти на наиболее привлекательные рынки соседних регионов.

Таблица 4: Портфель цельномолочной продукции в 2004 г. и производственная программа 2005 г., тыс. тонн.

	2004 г.	План на 2005 г.	Изменение, %
Цельномолочная продукция, в т.ч.	98,3	107,6	9%
Молоко, в т.ч.	47,4	50,1	6%
Пастеризованное	25,5	21,2	-17%
Пастеризованное длит. хранения	7,7	12	56%
Стерилизованное	14,2	27,4	93%
Кисломолочная продукция, в т.ч.	42,8	46,9	9,5%
Кефир	30,1	30,2	0%

	2004 г.	План на 2005 г.	Изменение, %
Другие	12,7	16,6	31%
Биопродукция (биокефир и пр.)	0	2	-
Сметана	3,7	3,8	3%
Творог и творожные изделия	3,9	4,3	10%
Сливки	0,5	0,6	20%

Источник: Группа Нутритек

Несмотря на быстрый рост производства, текущие свободные мощности Группы оставляют возможность для существенного увеличения выпуска продукции.

Таблица 5: Загрузка производственных мощностей в 2004 г.

	Ед. изм.	Мощность в год	Загрузка мощностей
Цельномолочная продукция	тыс. т.	350	20,3%
Сухое молоко	тыс. т.	40,1	43,7%
Масло	тыс. т.	30,6	32,4%
Сыр	тыс. т.	3	44,2%

Источник: Группа Нутритек

В ассортименте молочной продукции Группы представлены торговые марки, большинство из которых являются традиционными для рынка и положительно воспринимаются потребителями: молоко «Российское», «Вологодское», кисломолочные напитки «Снежок», «Бифидок», «Бифилюкс», сыр «Голландский», масло «Крестьянское», «Вологодское» и другие. Стратегией развития СБЕ «Молочная продукция» предусмотрено создание в 2005-2007 гг. национального бренда молочной продукции, на продвижение которого будут направлены основные маркетинговые усилия Группы.

Сегодня продукция Группы Нутритек производится в упаковке Тетра-Брик Асептик, Тетра-Рекс, Пюр-Пак, полиэтиленовом «рукаве», полистирольных стаканах, пластиковых бутылках и нацелена на наиболее привлекательный сегмент потребителей со средним доходом.

В отличие от других лидеров рынка, Группа Нутритек является сильным региональным игроком с рыночной долей 10-60% на основных региональных рынках молочной продукции.

Таблица 6: Производственные показатели и позиции основных предприятий молочного бизнеса Группы на региональных рынках.

	Объем производства в 2004 г., тыс. тонн.	Доля на региональном рынке
<i>производство молочной продукции предприятиями СБЕ «Молочный бизнес»</i>		
МК «Пензенский» (Пензенская область, г. Пенза)	28,6	57
МК «Зеленодольский» (Республика Татарстан, г. Зеленодольск)	19,7	25
ПТК «Северное молоко» (Вологодская область, г. Вологда)	29,4	15
«Бийский маслосырокомбинат» (Алтайский край, г. Бийск)	7,7	20
МКК «Филимоновский» (Красноярский край, п. Филимоново)	31	20
«Молоко» (г. Белгород)	5,1	5

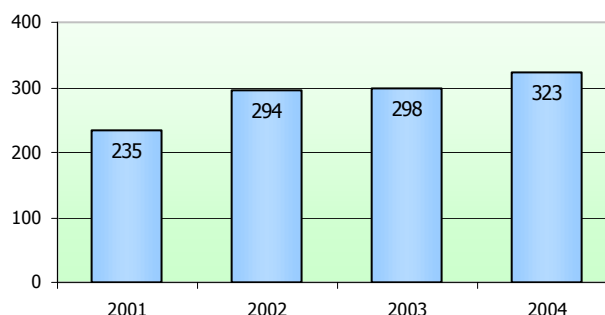
	Объем производства в 2004 г., тыс. тонн.	Доля на региональном рынке
<i>производство молочной продукции предприятиями СБЕ «Детское питание»</i>		
Estmilk, OU (Эстония, г. Рапла)	12,4	10
«Хорольский молочно-консервный комбинат» (Украина, г. Хорол)	8,2	15

Источник: Группа Нутритек

Помимо регионов расположения, предприятия Группы реализуют продукцию в большинстве крупных и средних городов европейской части России: в Центральном Федеральном округе - Москва, Ярославль, Кострома, Рязань, Воронеж; в Северо-западном - Санкт-Петербург, Череповец, Архангельск; в Приволжском федеральном округе - Нижний Новгород, Самара, Саратов, Тольятти, Казань, Набережные Челны, Ульяновск, Чебоксары.

Основу потребляемого в качестве сырья молока составляет молоко, произведенное сельскохозяйственными организациями, поставки же из личных хозяйств крайне незначительны. Последние годы Группа Нутритек стабильно наращивала приемку молока во всех регионах, где находятся ее перерабатывающие мощности. При этом возможности Группы в приобретении молока ограничены, в основном, недостаточными мощностями по качественной упаковке молочной продукции. В двух регионах – Вологодской и Пензенской областях - расположенных вблизи крупных рынков сбыта, компания имеет значительный потенциал увеличения закупок молока. С целью дальнейшего развития ресурсной базы и усиления рыночных позиций, в 2005-2006 гг. Группа планирует создание в этих регионах двух агрохолдингов с общим объемом производства сырого молока до 85 тыс. тонн в год.

Рисунок 19: Прием молока предприятиями Группы, тыс. тонн.



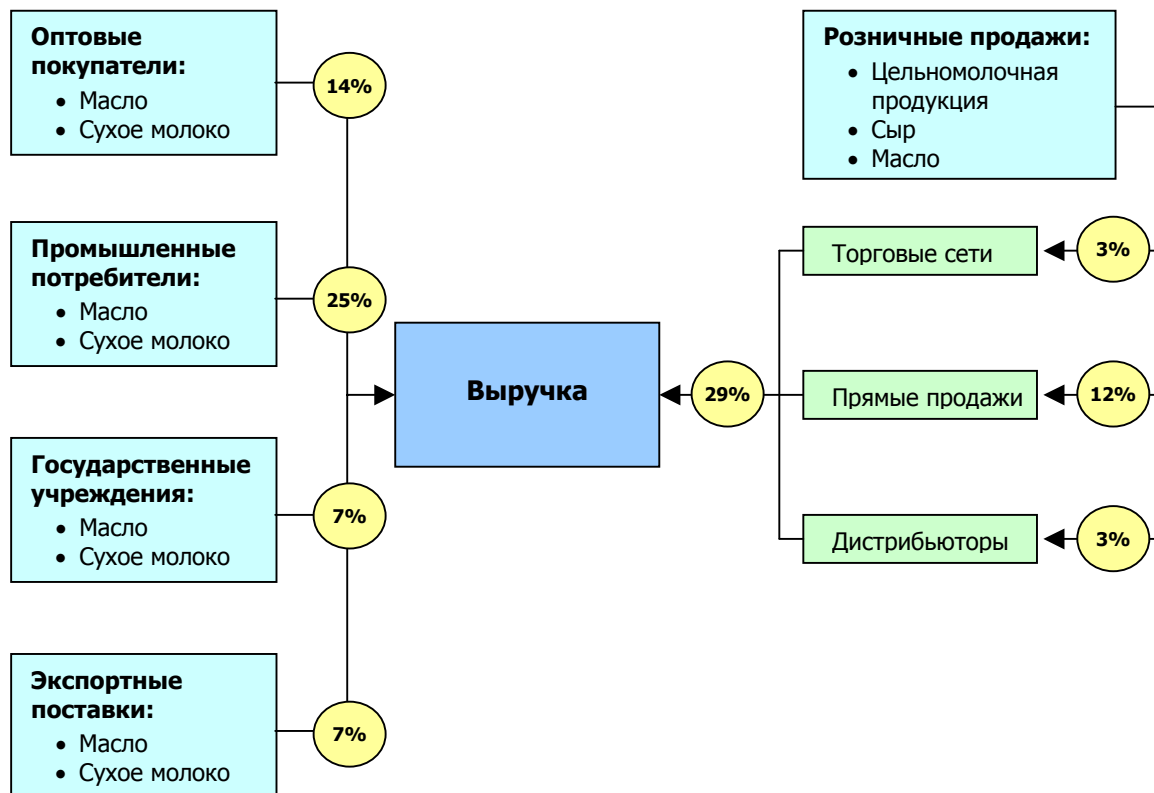
Источник: Группа Нутритек

Помимо собственной сырьевой базы, предприятия Группы имеют устойчивые связи с сельскохозяйственными производителями во всех регионах. Основными моментами политики Группы в отношении поставщиков является установление долгосрочных отношений с сельскохозяйственными производителями путем:

- Предложения выгодных условий финансирования;
- Кредитования поставщиков (товарные и денежные кредиты);
- Обеспечения полной приемки сырья в летний период;
- Поддержания конкурентоспособной цены на сырье;
- Внедрения практики премирования за качество сырья;
- Содействия предприятиям в организации контроля качества.

Группа Нутритек имеет развитую систему каналов сбыта молочной продукции, которая включает розничные продажи, продажи оптовым покупателям, промышленным потребителям, государственным учреждениям и экспортные поставки. Диверсифицированная система продаж способствует максимальному снижению рисков, связанных с операционной деятельностью и обеспечивает устойчивый рост продаж.

Рисунок 20: Существующие потребители и каналы сбыта СБЕ «Молочный бизнес»



Источник: Группа Нутритек

Стратегия развития каналов дистрибуции Группы Нутритек предполагает фокусирование на наиболее быстро растущих каналах сбыта – через торговые сети и прямые продажи.

4.2. Детское и специальное питание

4.2.1. Обзор рынка

По разным оценкам, в 2004 г. объем российского рынка детского питания составил от \$200 млн. до \$350 млн. При этом около 60% физического объема продаж принадлежит отечественным компаниям и транснациональным компаниям, выпускающим продукцию на российских заводах. В стоимостном выражении, напротив, лидирует импорт, занимая 65% рынка. Однако доля импорта, по прогнозам экспертов, будет постепенно сокращаться по мере открытия в России новых производственных мощностей.

По данным агентства РБК, на долю молочных смесей приходится 70% всего российского рынка детского питания в денежном отношении, на долю сухих каш – 17% и около 13% занимает сегмент соков, пюре и детских чаев. В натуральном выражении доля молочных смесей составляет около 48% рынка детского питания в России, на каши приходится более 16%, соки, пюре и чаи занимают долю, равную 36%.

Рисунок 21: Структура рынка детского питания в России (в денежном выражении).



Источник: Группа Нутритек

Сегодня рынок детского питания в России динамично развивается, ежегодный прирост рынка составляет 10-12%, По мнению большинства экспертов, после 2005 г. этот показатель составит 6-9% в год.

Факторами, обеспечивающими наибольший вклад в развитие рынка детского питания России, являются:

- Улучшение демографической ситуации;
- Рост доходов населения;
- Увеличение количества детей, находящихся на грудном вскармливании;
- Увеличение количества детей с аллергическими и генетическими заболеваниями;
- Изменение социальной структуры общества.

Ключевым фактором, определяющим величину потребления на рынке детского питания, является уровень рождаемости. Начиная с 2000 г. в России наблюдается равномерный рост рождаемости. В 2004 г. родилось на 1 532 тысячи малышей, что на 4% выше уровня 2003 г. Одновременно, с 1999 г. наблюдается равномерный спад младенческой смертности. Если в 1999 г. на 1 000 родившихся приходилось 16,9 смертей, то в 2004 г. эта цифра сократилась до 11,5 смертей на 1 000 родившихся.

Вторым по значимости фактором развития рынка выступает уровень реальных доходов населения. Потребление продуктов детского питания в России не покрывает фактических потребностей населения, что связано, в первую очередь, с низким уровнем доходов. Предложение продукции по доступным для большей части населения ценам существенно ограничено. По оценкам экспертов,

потенциальный объем потребления молочных смесей в натуральном выражении превышает текущий уровень на 12%, потребления каш – на 67%, соков и пюре – на 100%. В денежном выражении, потенциальный объем потребления еще выше и, по оценке Группы, превышает текущий уровень на 50%, 78% и 95% соответственно.

В то же время, рост экономики России и большинства стран СНГ идет темпами, превышающими 6-7% в год. Вместе с экономикой быстрыми темпами растут реальные доходы населения, что в свою очередь, расширяет потребительскую базу высококачественной продукции массового сегмента.

Качественное изменение макроэкономической ситуации в ближайшие годы, повышение благосостояния населения и увеличение доли населения в работоспособном возрасте в результате выхода на рынок труда «нового поколения» в 2007-2014 гг. обеспечит количественный и качественный рост потребления продукции детского питания в долгосрочной перспективе.

Большое значение для формирования рынка имеет культура детского питания. В России невелико число младенцев, находящихся на грудном вскармливании. По данным Всемирной Организации Здравоохранения, физиологически нормальный срок грудного вскармливания составляет от 1 года 3 месяцев до 2 лет. В России число младенцев, вскармливаемых грудью, составляет: в возрасте 3 месяцев – 55%, возрасте 6 месяцев – 22%, в возрасте 12 месяцев – 10%.

В последние годы, наряду с ростом рождаемости наблюдается увеличение числа новорожденных с врожденными аллергическими и генетическими заболеваниями. Среди всех детей в возрасте до года, около 60% нуждаются в специальных продуктах питания. Примерно 35-40% детей страдают пищевой аллергией и нуждаются во вскармливании специализированными продуктами. Более 25% детей испытывают лактазную недостаточность. В питании этих детей необходимо использовать низколактозные и/или безлактозные смеси. По данным ACNielsen, в 2004 г. зафиксирован рост продаж как обычных, так и специальных смесей для детей, страдающих различными заболеваниями. Только в 2004 г. доля продаж смесей для детей, страдающих аллергией, возросла с 6,2% до 10,8%, для детей с заболеваниями пищеварительного тракта – с 10,3% до 14,6%.

Несмотря на то, что рынок специализированных продуктов детского питания является менее широким, он отличается стабильностью спроса, а производство таких продуктов – высокой рентабельностью.

Согласно прогнозу Группы Нутритек, суммарное влияние перечисленных выше факторов способно обеспечить существенный рост рынка детского питания к 2010 г. – на 125% в натуральном выражении (до 135 тыс. тонн) и 130% в денежном (до 580 млн. долл.).

Ассортимент рынка детского питания

Сегодня на рынке детского питания в России представлены адаптированные молочные смеси (сухие и жидкие), продукты на злаковой основе – каши, консервы – мясные и плодоовощные, жидкие и пастообразные продукты – соки, пюре, детские чаи, детская вода. В ассортимент предлагаемого питания входят 600 наименований, в том числе около ста – для детей в возрасте до 1 года.

Адаптированные молочные смеси делятся на начальные - для детей первых шести месяцев жизни - и последующие - для детей старше шести месяцев.

К начальным относятся такие смеси как: «Нутрилак-1», «Фрисолак-1», «Хумана-1», «Энфамил-1», «Хипп-1», «Галия-1», «Хайнц - молочная смесь для детей с рождения».

Для детей старше шести месяцев используются «Нутрилак-2», «Нутрилон-2», «Хумана-2», «Хайнц - молочная смесь для детей старше шести месяцев», «Галия-2» и другие смеси.

Существуют также смеси, которые можно использовать на протяжении всего первого года жизни: «Nan», «Симилак», Tutteli.

На российском рынке также представлен широкий ассортимент пюре, предназначенного для детского питания, на растительной, мясорастительной и мясной основе. При изготовлении этих

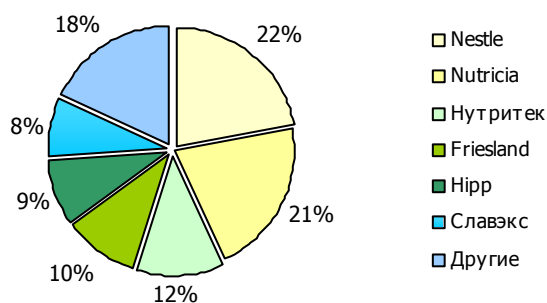
консервов используются полезные и экологически чистые овощи (кабачки, цветная и белокочанная капуста, картофель), а также говядина, мясо индейки, курицы. Указанные продукты выпускаются в России заводами детского питания, а также поставляются зарубежными фирмами.

Большое распространение в последние годы на российском рынке получили фруктовые и овощные соки, выпускаемые как российскими, так и иностранными производителями, ассортимент которых насчитывает десятки торговых марок, представляющих широкий вкусовой ряд и различные типы упаковок.

Основные игроки рынка детского питания

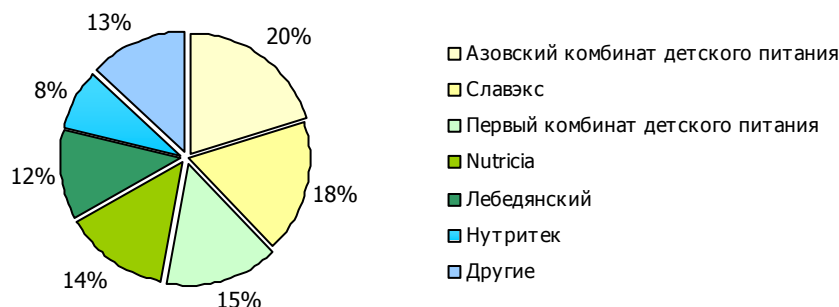
На российском рынке детского питания доминирующее положение исторически занимают зарубежные производители. Так компания Nestle поставляет свою продукцию на российский рынок в категории детского питания начиная с 1981 г., а компания Kolinska (Словения) с 1980 г. Еще во время существования СССР молочные кухни в крупных городах сменили отделы продуктов детского питания, в основном зарубежного производства. В течение последних 15 лет многие иностранные производители – такие как Nutricia, Heinz и другие организовали собственное производство на территории России.

Рисунок 22: Рынок заменителей женского молока в России: крупнейшие производители (в натуральном выражении).



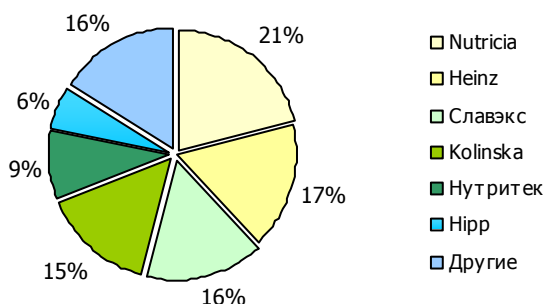
Источник: Группа Нутритек

Рисунок 23: Рынок детских соков и пюре в России: крупнейшие производители (в натуральном выражении).



Источник: Группа Нутритек

Рисунок 24: Рынок детских каш в России: крупнейшие производители (в натуральном выражении).



Источник: Группа Нутритек

К основным причинам отставания российских производителей продуктов детского питания относится недостаток современного оборудования и инвестиций, а также длительный (более 10 лет) период окупаемости инвестиций при организации современных технологичных производств. Инвестиционные средства, предусмотренные федеральной программой по детскому питанию «Дети России» в течение последних 15 лет, получили только несколько компаний.

Помимо проблемы финансирования производства, существенным препятствием для российских производителей детского питания является низкий уровень известности их марок потребителями, то есть отсутствие узнаваемых брендов. Между тем российские бренды могли бы стать весьма популярными, поскольку экологичность и безопасность продукта - основные критерии, на которые ориентируются и отечественные производители, и покупатели детского питания.

Летом 2004 г. в среде производителей детского питания в России разгорелся скандал, после которого у экспертов не осталось сомнений в том, что конкуренция в отрасли нарастает. Общественная Ассоциация генетической безопасности выдвинула ряд обвинений против компаний-производителей, утверждая, что в их продукции, не содержащей соответствующей законодательству маркировки, был обнаружен высокий уровень генетически модифицированных организмов (ГМО).

В результате в черный список Ассоциации попали Nestle, Gerber, Semper и ряд других известных производителей (в основном зарубежных), что ослабило позиции этих компаний на рынке детского питания.

Тем временем, как отмечают эксперты, с точки зрения предложения рынок детского питания в России, в отличие от других продуктовых рынков, еще недостаточно насыщен. При этом спрос на недорогое питание для детей стабильно высок.

Другой отличительной особенностью российского рынка детского питания является его относительно низкая концентрация. Ни одна из компаний сегодня не занимает доминирующего положения ни на одном из описанных выше рынков продуктов детского питания и не имеет лидирующей позиции более чем на одном-двух рынках одновременно. Процесс консолидации доли рынка, очевидно, будет продолжаться в ближайшие годы.

4.2.2. Группа Нутритек на рынке детского и специального питания

Группа Нутритек является лидером среди российских производителей детского питания и единственным российским производителем специального и лечебного питания.

Рыночная стратегия стратегической бизнес-единицы «Детское питание» заключается в производстве и дистрибуции полного ассортимента пищевой продукции для детей, включая не имеющие аналога продукты для детей, требующих специального вскармливания и лечебное питание.

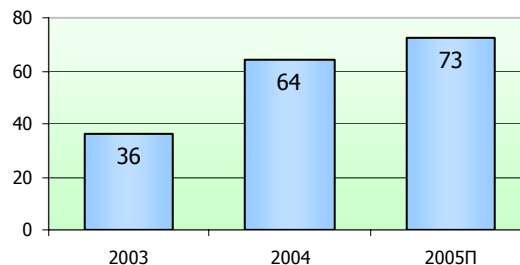
Таблица 7: Производственные показатели и рыночные позиции Группы по направлению «Детское питание».

	Объем производства, тыс. тонн.		Доля рынка в России, 2004 г.
	2004 г.	2005 г. (план)	
Детское питание, в т.ч.	19,4	18,7	10%
Заменители женского молока	4	6,6	12%
Каши	3,1	2	9%
Пюре и соки	12,3	10,1	8%

Источник: Группа Нутритек

Компании бизнес-направления «Детское питание» производят более 120 наименований детского питания, более 100 наименований молочных продуктов и 50 наименований плодовоовощных консервов.

Рисунок 25: Совокупная выручка Группы по направлению «Детское питание», млн. долл. США



Источник: Группа Нутритек

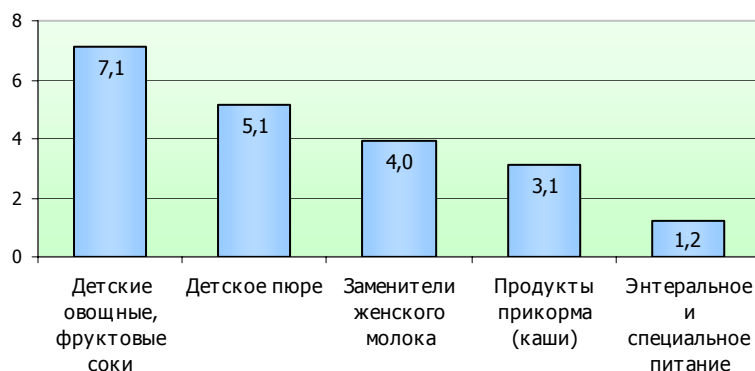
В текущей структуре портфеля продукции преобладают заменители женского молока и детские пюре, доля которых составляет по 29% от стоимости реализуемой продукции по данному направлению. Руководством Группы разработана и реализуется стратегия по диверсификации портфеля продукции и увеличению в нем доли специального питания и каш на молочной основе.

Рисунок 26: Структура портфеля продукции Группы в денежном выражении в 2004 г.



Источник: Группа Нутритек

Рисунок 27: Объем производства детского питания в 2004 г., тыс. тонн.



Источник: Группа Нутритек

Производственные возможности Группы по выпуску продукции детского питания существенно превышают текущий объем производства.

Таблица 8: Загрузка производственных мощностей в 2004 г.

	Ед. изм.	Мощность в год	Загрузка мощностей
Заменители женского молока	тыс. т.	8,5	37,1%
Продукты прикорма (каши)	тыс. т.	12	33,2%
Флодоовощные консервы	тыс. бан.	50 000	35,5-46,1%
Специальное и медицинское питание	тыс. т.	75 000	5,4-8,3%

Источник: Группа Нутритек

На рынке детского питания представлены две основные торговые марки Группы Нутритек – «Нутрилак» и «Крошка», каждая из которых ориентирована группу потребителей с различными экономическими возможностями. Целевыми сегментами обеих торговых марок являются потребители со средним доходом и с доходом ниже среднего.

Торговая марка «Нутрилак» позиционируется как продукт для сегмента «mainstream» для людей, которым важно оптимальное соотношение «цена – качество». Такие потребители ценят возможность выбора продукта с учетом индивидуальных особенностей их ребенка по доступной цене – то, что предлагает данная торговая марка.

Торговая марка «Крошка» разработана для сегмента «есопоту», то есть для потребителей, которые приобретают продукты, доступные по цене и не имеющие дорогой упаковки и значительной рекламной поддержки.

В ассортименте Группы также присутствуют торговые марки специального детского питания – «Тетрафен» и «Афенилак», представляющие продукцию для диетического питания детей с аллергическими и генетическими заболеваниями.

Группа активно вошла на рынок детского питания с торговой маркой «Нутрилак» в 2003 г. Благодаря высокой конкурентоспособности продукции и маркетинговым усилиям основная продукция – заменители женского молока - заняла 12% рынка детского питания данной категории.

Доля компании на рынке в категории заменителей женского молока являются наиболее сильными. Во всех федеральных округах кроме Дальневосточного, доля компании на данном рынке стабильна и составляет в среднем 10-12%. В категории детских каш доля Группы составляет от 5 до 8% в зависимости от региона.

Доля Группы Нутритек на рынке детских соков и пюре в различается по федеральным округам и составляет в среднем около 8%.

Система дистрибуции СБЕ «Детское питание» представляет собой развитую сеть дистрибьюторов детского питания в 48 крупнейших городах России и основных странах СНГ, что обеспечивает Группе дополнительное конкурентное преимущество на рынке.

Приоритетными географическими направлениями для продвижения продукции СБЕ «Детское питание» являются Северо-Западный, Приволжский и Южный федеральные округа.

5. Инвестиционные риски

Макроэкономические риски

Замедление темпов экономического роста или экономический спад может привести к снижению платежеспособного спроса со стороны населения и промышленных потребителей пищевой продукции, производимой Группой. В последние годы в России наблюдается устойчивый экономический рост. Повышение платежеспособного спроса населения сохраняет инвестиционную привлекательность пищевой отрасли, делая ее одним из наиболее динамично развивающихся сегментов экономики. Группа производит продукцию, входящую в пищевой рацион подавляющей части населения и ориентирована на массовый сегмент рынка, что делает вероятность резкого снижения ее потребления минимальной.

Падение мировых цен на нефть, газ и другие ресурсы, ослабление реального курса рубля по отношению к доллару США и ослабление денежной политики могут неблагоприятно отразиться на состоянии российской экономики, развитии пищевой отрасли и на будущей деятельности Группы Нутритек. С точки зрения Группы, основные негативные последствия состоят в увеличении стоимости упаковки и удорожании инвестиций в основные фонды.

Значительный рост мировых цен на ресурсы и укрепление реального курса рубля по отношению к доллару США может привести к усилению конкуренции со стороны импортной продукции, прежде всего, из стран СНГ. Проводимая правительством экономическая политика, нацеленная на сдерживание темпов инфляции, может также способствовать укреплению курса национальной валюты. Однако, по мнению Группы, укрепление рубля могут оказать ограниченное влияние на отечественное производство продуктов питания. После 1998 г., российский рынок оставался закрытым для импорта продуктов питания, что позволило доле рынка российских производителей вырасти настолько, что возобновление импортных поставок в прежнем объеме стало практически невозможным, несмотря на сохраняющуюся тенденцию к укреплению реального курса рубля. На данный момент, объем импорта продуктов питания в России в среднем по пищевой отрасли составляет около 3% от объема потребления. Сети супермаркетов и прочие организации розничной торговли предпочитают закупать российские товары, поскольку они более доступны для потребителей и не уступают, а иногда и превосходят иностранные аналоги.

Плохое состояние инфраструктурных объектов в России обуславливает вероятность срыва поставок товаров и услуг, повышения затрат, связанных с осуществлением деятельности. Инфраструктурные объекты в России, в основном, начали функционировать более двух десятилетий назад, и за последнее время в них не осуществлялось значительных капиталовложений. В наиболее сложном состоянии находятся объекты железнодорожной и автодорожной инфраструктуры, энергетические объекты, системы коммуникаций, а также объекты жилого фонда. Федеральное правительство ведет активную работу по рассмотрению планов реорганизации системы железнодорожных, электрических и телефонных коммуникаций страны. Любая такая реорганизация может привести к повышению цен и тарифов на железнодорожный транспорт, электроэнергию и услуги телефонной связи в сочетании с невозможностью получить ожидаемый объем капиталовложений, необходимый для проведения ремонта, технического обслуживания и модернизации этих систем. Создание крупных групп и холдингов с широко разветвленной сетью и наличием производственных мощностей в разных регионах является важным фактором развития пищевых компаний, продукция которых не может перевозиться на дальние расстояния, а транспортные расходы зачастую занимают существенную часть в себестоимости товара.

Демографический кризис в России в результате снижения рождаемости и низкой продолжительности жизни способен привести к снижению потребления продукции Группы, в особенности, продукции детского питания. Начиная с середины 80-х годов, рождаемость в России интенсивно снижается. В настоящее время суммарный коэффициент рождаемости составляет 1,2 ребенка на 1 женщину репродуктивного возраста, в то время как для простого воспроизводства населения необходимо, чтобы он составлял 2,1.

Неразвитость российской юридической системы и российского законодательства создает неопределенную среду для инвестиций и хозяйственной деятельности. Россия все еще разрабатывает юридическую систему, требуемую для рыночной экономики, а ряд ключевых законов действует непродолжительное время. Быстрое развитие российской юридической системы, не всегда совпадавшее с развитием рынка, выразилось в двусмысленности, несогласованности и непоследовательности многих нормативных и правовых актов. В дополнение к этому, российское законодательство часто предполагает выполнение требований, которые еще не были обнародованы, оставляя существенные пробелы в регулирующей инфраструктуре.

Отраслевые риски

Рост конкуренции в отрасли в целом, а также активизация конкурентной борьбы на отдельных региональных рынках с высокой вероятностью может привести к снижению цен на продукцию Компании. Тем не менее, конкуренция в отрасли носит преимущественно локальный характер, и не оказывает критического воздействия на деятельность крупных производителей, производство которых географически диверсифицировано. Кроме того, доступ к дешевому сырью в регионах и экономия на издержках за счет увеличения масштабов производства с большой долей вероятности позволят Группе сохранить рентабельность.

Ограничение предложения сырья может привести к росту цен на сырье и сокращению выпуска готовой продукции. Конкуренты, выпускающие более дорогостоящую продукцию, могут предложить более высокие цены производителям сырья, однако невысокая доля рынка, занимаемая продуктами с высокой добавленной стоимостью, а также высокая насыщенность этого рынка делает такой сценарий развития событий маловероятным.

Активное противодействие крупных игроков выходу Группы на новые рынки может привести к необходимости привлечения дополнительных финансовых ресурсов для поддержания низких цен и увеличению расходов на рекламу и продвижение товара.

В целях минимизации отраслевых рисков Группа Нутритек предпринимает следующие действия:

- следует стратегии диверсификации производства;
- реализует долгосрочные программы развития производства;
- разрабатывает и реализует программы по снижению затрат на производство продукции, проведение активной инвестиционной политики в части технического и технологического перевооружения с целью повышения конкурентоспособности компаний Группы;
- развивает собственное производство сырья и устанавливает долгосрочные партнерские отношения с сельскохозяйственными организациями;
- использует высоко диверсифицированную систему дистрибуции, ориентированную на несколько основных групп потребителей.

Финансовые риски

Колебания обменных курсов могут оказывать влияние на результаты деятельности компаний Группы Нутритек, поскольку кредиты и займы номинированы в российских рублях и долларах США.

Валютный курс рубля регулируется Центральным Банком, действия которого, в свою очередь, соотносятся с основными направлениями развития экономической политики государства. Экономическая политика государства направлена на модернизацию экономики и сокращение разрыва между Россией и наиболее развитыми странами. Устойчивая тенденция накопления денежными властями валютных резервов в свою очередь создаст благоприятные условия для регулирования курса рубля по отношению к доллару.

Облигации Эмитента номинированы в рублях, купонные выплаты по данному займу не зависят от изменения ставки рефинансирования или доходности государственных ценных бумаг. Фактор

возможных колебаний валютных курсов не представляет значительного риска для Эмитента и не повлияет на исполнение обязательств по Облигациям. Умеренные колебания валютного курса не окажут существенного отрицательного влияния на деятельность Эмитента. Руководство Группы Нутритек предпринимает необходимые действия для снижения влияния изменений валютного курса, в том числе осуществляет эффективное управление структурой привлеченных средств.

Анализ динамики инфляции в России показывает, что ее темпы снижаются. Так, в 2000 г. инфляция составила 20,2% годовых, а в 2004 г. – 11,7%. Прогноз темпов инфляции на 2005 г. составляет 8,5-10%. Уменьшение темпов инфляции является положительным фактором для держателей облигаций с фиксированным купоном, так как падение темпов инфляции увеличивает реальный доход по таким облигациям. Эмитент считает такие уровни инфляции не критичными для своей финансово-хозяйственной деятельности и не способствующими возникновению трудностей по исполнению обязательств перед владельцами облигаций.

6. Обзор финансовых показателей Группы

Вниманию инвесторов предлагается управленческая консолидированная отчетность Группы Нутритек. В консолидированную отчетность за 2004 г. не включены предприятия, приобретенные в 2004 г. – Estmilk Production и агрохолдинг «Заря».

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

АКТИВ	Код стр.	на 01.01.2004	на 01.01.2005
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	110	397 239	535 159
Основные средства	120	976 659	675 415
Незавершенное строительство	130	935 446	580 645
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	39 926	501 883
Отложенные налоговые активы	145	5 462	22 624
Прочие внеоборотные активы	150	55	72
ИТОГО по разделу I	190	2 354 787	2 315 798
II. Оборотные активы			
Запасы	210	182 334	485 484
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	120 596	121 236
животные на выращивании и откорме	212	-	-
затраты в незавершенном производстве (издержках обращения)	213	-	45 040
готовая продукция и товары для перепродажи	214	20	248 737
товары отгруженные	215	-	9 388
расходы будущих периодов	216	61 718	61 032
прочие запасы и затраты	217	-	51
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	113 432	88 368
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	90	60
покупатели и заказчики	231	-	60
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	736 783	639 258
покупатели и заказчики	241	691 466	501 204
Краткосрочные финансовые вложения	250	9 597	25 275
Денежные средства	260	13 198	13 185
Прочие оборотные активы	270	1 377	2 213
ИТОГО по разделу II	290	1 056 812	1 253 843
БАЛАНС (сумма строк 190+290)	300	3 411 599	3 569 641

ПАССИВ	Код стр.	на 01.01.2004	на 01.01.2005
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	500	100
собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	1 388 676	1 388 676
Резервный капитал	430	325	7 578
резервные фонды, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	325	7 578
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	309 714	424 143
ИТОГО по разделу III	490	1 699 215	1 820 497
IV. Долгосрочные обязательства			
Займы и кредиты	510	207 896	532 738
Отложенные налоговые обязательства	515	6 420	10 836
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	214 316	543 574
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	314 642	262 215
Кредиторская задолженность	620	880 128	364 291
поставщики и подрядчики	621	137 492	246 853
задолженность перед персоналом организации	622	9 378	12 063
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	12 914	14 898
задолженность перед бюджетом	624	61 816	19 092
прочие кредиторы	625	658 529	50 695
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	83	277 487
Доходы будущих периодов	640	111 642	159 159
Резервы предстоящих расходов	650	-	3 084
Прочие краткосрочные обязательства	660	191 572	139 334
ИТОГО по разделу V	690	1 498 068	1 205 570
БАЛАНС (сумма строк 490+590+690)	700	3 411 599	3 569 641

Примечания:

1. Разница между балансовой оценкой акций дочерних обществ и их номинальной стоимостью является отрицательной и учитывается в составе статьи баланса «Нераспределенная прибыль».
2. Согласно применяемой учетной политике, показатель «Доля меньшинства» в составе уставного капитала и прибыли не выделяется.
3. Снижение уставного капитала с 500 тыс. руб. до 100 тыс. руб. обусловлено тем, что с 2004 г. головной компанией холдинга является ОАО «Нутринвестхолдинг», тогда как в 2003 г. – ОАО «Нутринвест».

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

Наименование показателя	Код стр.	2004 год	2003 год
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от реализации товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	4 873 232	3 461 296
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(4 189 738)	(2 953 954)
Валовая прибыль	029	683 493	507 342
Коммерческие расходы	030	(54 436)	(56 130)
Управленческие расходы	040	(126 279)	(109 201)
Прибыль (убыток) от продаж	050	502 778	342 011
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	18 408	44 143
Проценты к уплате	070	(101 878)	(45 877)
Доходы от участия в других организациях	080	13	-
Прочие операционные доходы	090	857 482	1 080 728
Прочие операционные расходы	100	(853 179)	(1 080 314)
Прочие внереализационные доходы	120	103 890	276 932
Прочие внереализационные расходы	130	(135 890)	(317 538)
Прибыль (убыток) до налогообложения			
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	391 624	300 085
Отложенные налоговые активы	141	17 678	5 050
Отложенные налоговые обязательства	142	(3 577)	(3 742)
Текущий налог на прибыль	150	(327)	(5 373)
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180	(4 333)	(2 043)
Прибыль (убыток) от обычной деятельности	190	401 065	293 977

Источник: Группа Нутритек

Структура баланса

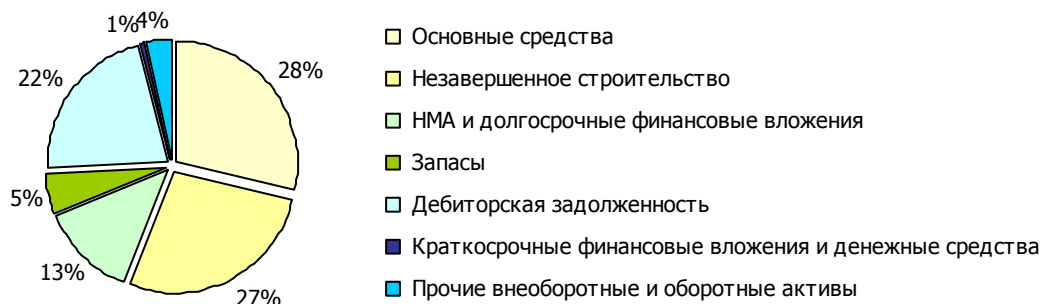
В течение 2004 г. рост активов Группы составил 4,6%.

Соотношение оборотных и внеоборотных активов в 2004 г. оставалось стабильным – оборотные активы составляют 30-35% валюты баланса.

Произошедшее снижение величины основных средств в 2004 г. обусловлено передачей их существенной части в финансовый лизинг по возвратной схеме (полная задолженность по финансовому лизингу не входит в представленную консолидированную отчетность, см. описание финансового долга Группы на стр. 42-43).

В 2004 г. в структуре оборотных активов наблюдалось снижение доли дебиторской задолженности и увеличение доли запасов.

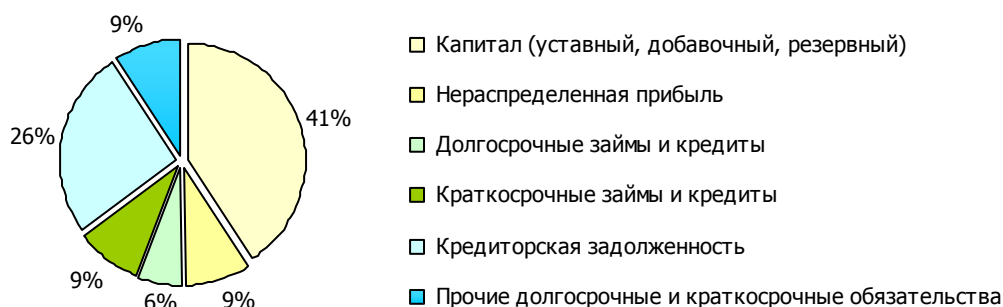
Рисунок 28: Структура активов согласно данным консолидированной отчетности на 01.01.2005 г.



Источник: Группа Нутритек

Финансирование роста активов Группы происходило за счет увеличения собственного капитала и долгосрочной задолженности.

Рисунок 29: Структура пассивов согласно данным консолидированной отчетности на 01.01.2005 г.



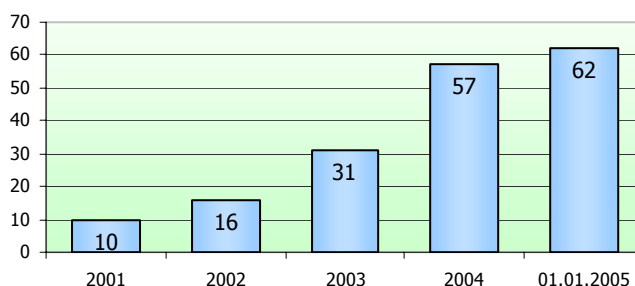
Источник: Группа Нутритек

Наиболее значительную долю пассивов Группы занимает собственный капитал – капитал и нераспределенная прибыль вместе составляют 50% пассивов. Второй по величине статьей пассивов является кредиторская задолженность.

Из изменений структуры пассивов в 2004 г. следует отметить значительное сокращение кредиторской задолженности – более чем в 2 раза. Также произошло снижение объема краткосрочных кредитов и займов.

По мере расширения масштабов деятельности и приобретения новых предприятий в 2001-2004 г. Группа активно использовала заемный капитал.

Рисунок 30: Динамика совокупного финансового долга Группы в 2001-2005 гг., млн. долл. США



Источник: Группа Нутритек

Размер совокупного финансового долга Группы на конец 2004 г. (57 млн. долл. США), в свою очередь, складывается из:

- кредитов и займов предприятий Группы, отраженных в консолидированной управленческой отчетности – 27,7 млн. долл. США;
- полной суммы задолженности к выплате по лизингу, включая проценты, по договорам финансового лизинга основных средств – 19 млн. долл. США;
- заемных средств, привлеченных действующими в интересах Группы компаниями для приобретения новых предприятий (активов), еще не отраженных в консолидированном балансе (Estmilk Production, Агрохолдинг «Заря») – 10,3 млн. долл. США.

Полная задолженность перед лизинговой компанией не отражалась в консолидированном балансе за 2004 г., так как основные средства находились на балансе компании – лизингодателя. По состоянию на 19 мая 2005 г. Группа Нутритек рефинансировала полную задолженность перед лизинговой компанией за счет кредитов, что приведет к включению соответствующих величин основных средств и кредитов в консолидированный баланс Группы за 2005 г.

Часть финансового долга, представляющая собой заемные средства для приобретения новых компаний представляет собой забалансовые обязательства Группы в форме поручительств и также не учитывается в консолидированном балансе за 2004 г. Данные обязательства будут отражены в консолидированной отчетности Группы за 2005 г. одновременно с включением в нее новых активов.

Группа планирует, что после размещения облигационного займа объем финансового долга увеличится не более чем на 13 млн. долл. США и составит 75 млн. долл. США.

Расчетные финансовые показатели

Таблица 9: Коэффициенты ликвидности

Показатель	2003	2004
Текущая ликвидность	0,71	1,04
Критическая ликвидность	0,58	0,64
Дебиторская задолженность / Кредиторская задолженность	0,84	1,75
(Дебиторская задолженность + Запасы) / Кредиторская задолженность	1,04	3,09

Источник: данные Группы Нутритек, расчет ФК «Уралсиб»

Как показывают расчетные коэффициенты, баланс Группы характеризуется высокой ликвидностью, которая имеет четко выраженную положительную динамику.

Таблица 10: Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	2003	2004	2004 корр.*
Собственный капитал / Валюта баланса	0,50	0,51	0,41
Заемные средства / Валюта баланса	0,15	0,22	0,46
Собственный капитал / Заемные средства	3,25	2,29	1,11
Долгосрочный долг / Заемные средства	0,40	0,67	-
Краткосрочный долг / Выручка	0,09	0,05	-

* С учетом совокупного финансового долга.

Источник: данные Группы Нутритек, расчет ФК «Уралсиб»

Показатели финансовой устойчивости говорят об относительно низкой долговой нагрузке и высокой финансовой устойчивости Группы.

Таблица 11: Оценка оборачиваемости

Показатель	2003	2004
Оборачиваемость активов в днях	360	267
Оборачиваемость ТМЗ в днях	23	42
Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях	78	48
Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях	109	32

Источник: данные Группы Нутритек, расчет ФК «Уралсиб»

За исключением товарно-материальных запасов, в 2004 г. произошло существенное увеличение эффективности использования активов и сокращение оборачиваемости кредиторской задолженности.

Показатели экономической эффективности

Операционные показатели Группы отражают динамичное развитие бизнеса, обеспечиваемое как включением в состав отчетности новых предприятий, так и ростом производственных показателей и эффективности основных предприятий.

Рисунок 31: Основные операционные показатели Группы, млн. руб.



Источник: Группа Нутритек

Таблица 12: Показатели рентабельности

Показатель	2003	2004
Валовая рентабельность	14,7%	14,0%
Рентабельность продаж	9,9%	10,3%
Норма прибыли до уплаты процентов и налогов (норма EBIT)	8,7%	9,7%
Чистая рентабельность	8,5%	8,2%
Рентабельность капитала*	13,2%	15,3%
Рентабельность собственного капитала	17,3%	22,0%
Рентабельность активов	8,6%	11,2%

* Капитал = Собственный капитал + Заемные средства

Источник: данные Группы Нутритек, расчет ФК «Уралсиб»

Данные показывают, что на уровне рентабельности продаж и EBIT в 2004 г. наблюдалась положительная динамика. Следует также отметить высокую рентабельность капитала и активов и положительную динамику этих показателей.

Таблица 13: Показатели долгового покрытия

Показатель	2003	2004
Заемные средства / Выручка	0,15	0,16
Долг / EBIT	1,73	1,67
EBIT / Проценты к уплате	174,07	5,69

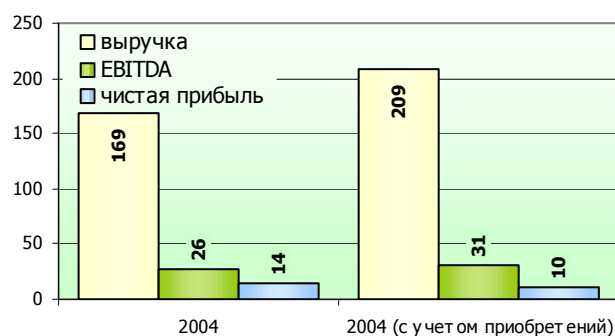
Источник: данные Группы Нутритек, расчет ФК «Уралсиб»

Как видно из таблицы, показатели долговой нагрузки Группы находятся на относительно низких уровнях и отличаются стабильностью.

Показатели деятельности Группы с учетом новых приобретений и прогноз на 2005 г.

С учетом выручки предприятий, приобретенных в 2004 г. и не включенных в консолидированную отчетность, а также финансовых показателей «Хорольского МКК» за 2004 г., условные финансовые показатели Группы существенно увеличиваются (за исключением чистой прибыли).

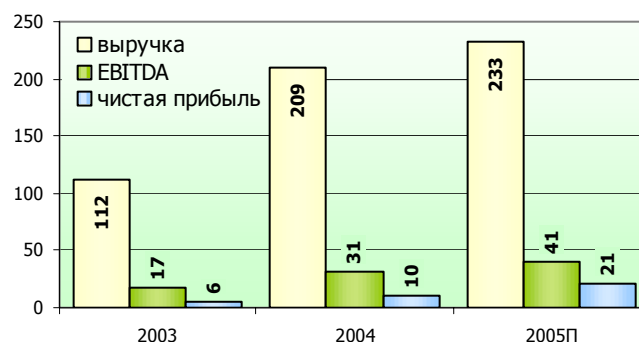
Рисунок 32: Основные показатели деятельности Группы в 2004 г. с учетом новых приобретений (не включая внутренний оборот), млн. долл. США



Источник: Группа Нутритек

Бизнес-планом Группы Нутритек предусмотрено органическое расширение объемов и повышение эффективности деятельности в соответствии с выбранными стратегиями развития бизнес-единиц «Молочная продукция» и «Детское питание», что обеспечит соответствующее увеличение финансовых показателей деятельности в 2005 г.

Рисунок 33: Основные показатели деятельности Группы в 2003-2004 гг. и прогноз на 2005 г.



Источник: Группа Нутритек

7. Краткая информация об участниках выпуска

ЭМИТЕНТ

Открытое акционерное общество «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ»

125124, г. Москва, 5-я ул. Ямского поля, д. 23-25, корп. 2.

Тел: (095) 785 4651, (095) 785 4652, (095) 785 4653, факс: (095) 785 4647

www.nutritek.ru

ПОРУЧИТЕЛИ

Открытое акционерное общество «Нутринвест»

107066, г. Москва, ул. Новорязанская, д.26, стр.8.

Тел: (095) 785 4651, (095) 785 4652, (095) 785 4653, факс: (095) 785 4647

Закрытое акционерное общество «Торговая Компания «НУТРИТЕК»

141000, Московская область, г. Мытищи

Тел: (095) 785 4651, (095) 785 4652, (095) 785 4653, факс: (095) 785 4647

Общество с ограниченной ответственностью «Ярославский Хладокомбинат»

150010, г. Ярославль, ул. 2-я Транспортная, д. 66.

Тел: (0852) 48-71-44, факс: (0852) 48-71-44

Закрытое акционерное общество «Компания «НУТРИТЕК»

115446, г. Москва, Каширское шоссе, д. 21.

Тел: (095) 994 6442, факс: (095) 994 6466

ОРГАНИЗАТОР

Акционерный банк «ИБГ НИКойл» (Открытое акционерное общество)

119048, г. Москва, ул. Ефремова, д. 8

Тел.: (095) 705-90-39, 785-12-12, факс: (095) 745-70-10

www.ibnikoil.ru

ФИНАНСОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ

Закрытое акционерное общество «Инвестиционно-финансовая корпорация «Алемар»

630017, Новосибирская область, Новосибирск, ул. Богаткова, д. 228/1

Тел: (3832) 46-08-54, тел. в Москве (095) 124-27-24, факс: (095) 124-27-24

www.alemar.ru

УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ

Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр» («НДЦ»)

125009, г. Москва, Средний Кисловский пер, д. 1/13, стр. 4

Тел.: (095) 956-27-90, 956-27-91, факс: (095) 956-27-92

www.ndc.ru

ФОНДОВАЯ БИРЖА

Закрытое акционерное общество «Фондовая биржа ММВБ»

125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 13, стр. 1

Тел.: (095) 234-48-11, факс: (095) 705-96-22

www.micex.ru

ПЛАТЕЖНЫЙ АГЕНТ

Акционерный банк «ИБГ НИКойл» (Открытое акционерное общество)

119048, г. Москва, ул. Ефремова, д. 8

Тел.: (095) 705-90-39, 785-12-12, факс: (095) 745-70-10

www.ibnikoil.ru

9. Приложения

Финансовая отчетность Эмитента и Поручителей за 2004 г.:

- 9.1. Бухгалтерский баланс ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ» на 31.12.2004 г.
- 9.2. Отчет о прибылях и убытках ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ» за 2004 г.
- 9.3. Бухгалтерский баланс ОАО «Нутринвест» на 01.01.2005 г.
- 9.4. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Нутринвест» за 2004 г.
- 9.5. Бухгалтерский баланс ЗАО «ТК «НУТРИТЕК» на 31.12.2004 г.
- 9.6. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «ТК «НУТРИТЕК» за 2004 г.
- 9.7. Бухгалтерский баланс ООО «Ярославский Хладокомбинат» на 31.12.2004 г.
- 9.8. Отчет о прибылях и убытках ООО «Ярославский Хладокомбинат» за 2004 г.
- 9.9. Бухгалтерский баланс ЗАО «Компания «НУТРИТЕК» на 31.12.2004 г.
- 9.10. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Компания «НУТРИТЕК» за 2004 г.

9.1. Бухгалтерский баланс ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ» на 31.12.2004 г.

на 31 декабря 2004 г.

Организация: **ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ»**

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: **посредническая**Организационно-правовая форма / форма собственности: **ОАО / частная**Единица измерения: **тыс. руб.**

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды
0710001
18845198
5017036692
67 / 30
384

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	23	19
Основные средства	120	3570	3 066
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Отложенные налоговые активы	145	-	-
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
ИТОГО по разделу I	190	3 593	3 085
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	-	15
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	-	-
затраты в незавершенном производстве	213	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214	-	-
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	-	15
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	402	3 583
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	5 795	232 965
покупатели и заказчики	241	5 792	232 962
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	244	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	11 275	49 323
Денежные средства	260	62	137
Прочие оборотные активы	270	-	-
ИТОГО по разделу II	290	17 533	286 023
БАЛАНС	300	21 126	289 107

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	100	100
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Целевое финансирование и поступления	450	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	9	12
ИТОГО по разделу III	490	109	112
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	-	-
Отложенные налоговые обязательства	515	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	-	-
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	4 296	57 107
Кредиторская задолженность	620	16 721	231 889
поставщики и подрядчики	621	5 319	223 890
задолженность перед персоналом организации	622	3	2 610
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	-	612
задолженность по налогам и сборам	624	61	922
прочие кредиторы	625	11 338	3 855
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-
ИТОГО по разделу V	690	21 017	288 996
БАЛАНС	700	21 126	289 107

9.2. Отчет о прибылях и убытках ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ» за 2004 г.

за 2004 г.

Организация: **ОАО «НУТРИНВЕСТХОЛДИНГ»**

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: **посредническая**Организационно-правовая форма / форма собственности: **ОАО / частная**Единица измерения: **тыс. руб.**

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды
0710002
18845198
5017036692
67 / 30
384

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	223 801	6 279
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(220 844)	(5 538)
Валовая прибыль	029	2 957	741
Коммерческие расходы	030	-	(66)
Управленческие расходы	040	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	050	2 957	675
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	96	-
Проценты к уплате	070	(2 665)	(546)
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие операционные доходы	090	59 554	97 808
Прочие операционные расходы	100	(59 589)	(97 808)
Внереализационные доходы	120	-	-
Внереализационные расходы	130	(129)	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	224	129
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180	(222)	(112)
Чистая прибыль (убыток) отчетного года	190	2	17

9.3. Бухгалтерский баланс ОАО «Нутринвест» на 31.12.2004 г.

на 31 декабря 2004 г.

Организация: ОАО "Нутринвест"

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: оптовая торговля, услуги

Организационно-правовая форма / форма собственности: ОАО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710001

46532417

7701164659

65.23

47 / 17

384/385

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	-	-
Основные средства	120	3 687	3 397
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	476 217	670 654
Отложенные налоговые активы	145	-	-
Прочие внеоборотные активы	150	-	209
ИТОГО по разделу I	190	479 904	674 260
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	63 173	73 731
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	392	17
затраты в незавершенном производстве	213	1 506	1 817
готовая продукция и товары для перепродажи	214	52 138	53 138
товары отгруженные	215	9 072	11 403
расходы будущих периодов	216	65	7 356
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	8 434	19 972
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	55 376	127 964
покупатели и заказчики	241	52 495	119 890
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	244	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	223 141	240 064
Денежные средства	260	1 687	4 711
Прочие оборотные активы	270	-	-
ИТОГО по разделу II	290	351 811	466 442
БАЛАНС	300	831 715	1 140 702

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	500	49 400
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Целевые финансирование и поступления	450	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	19 025	24 678
ИТОГО по разделу III	490	19 525	74 078
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	147 273	261 978
Отложенные налоговые обязательства	515	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	147 273	261 978
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	468 167	458 602
Кредиторская задолженность	620	44 876	285 290
поставщики и подрядчики	621	44 510	284 120
задолженность перед персоналом организации	622	221	832
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	48	75
задолженность по налогам и сборам	624	97	203
прочие кредиторы	625	-	60
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	151 874	60 754
ИТОГО по разделу V	690	664 917	804 646
БАЛАНС	700	831 715	1 140 702

9.4. Отчет о прибылях и убытках ОАО «Нутринвест» за 2004 г.

за 2004 г.

Организация: ОАО «Нутринвест»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: **оптовая торговля, услуги**Организационно-правовая форма / форма собственности: **ОАО / частная**Единица измерения: **тыс. руб.**

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710002

46532417

7701164659

65.23

47 / 17

384/385

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	875 247	755 631
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(843 918)	(731 282)
Валовая прибыль	029	31 329	24 349
Коммерческие расходы	030	(11 009)	(14 315)
Управленческие расходы	040	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	050	20 320	10 034
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	69 395	43 089
Проценты к уплате	070	(147 236)	(42 153)
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие операционные доходы	090	603 831	498 514
Прочие операционные расходы	100	(602 855)	(501 359)
Внереализационные доходы	120	69 359	539 521
Внереализационные расходы	130	(5 916)	(544 968)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	6 898	2 678
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180	(1 245)	(404)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	5 653	2 274

9.5. Бухгалтерский баланс ЗАО «Торговая Компания «НУТРИТЕК» на 31.12.2004 г.

на 31 декабря 2004 г.

Организация: ЗАО «Торговая Компания «НУТРИТЕК»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: оптовая торговля

Организационно-правовая форма / форма собственности: ЗАО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710001

52842932

5029054551

67 / 16

384/385

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	-	-
Основные средства	120	-	-
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Отложенные налоговые активы	145	-	-
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
ИТОГО по разделу I	190	-	-
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	36 622	33 743
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	-	9
затраты в незавершенном производстве	213	167	151
готовая продукция и товары для перепродажи	214	31 460	30 516
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	4 995	3 067
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	6 324	8 870
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	102 512	101 421
покупатели и заказчики	241	99 074	98 624
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	244	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	-
Денежные средства	260	3 296	543
Прочие оборотные активы	270	-	985
ИТОГО по разделу II	290	148 754	145 562
БАЛАНС	300	148 754	145 562

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	100	100
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	57 227	57 317
ИТОГО по разделу III	490	57 327	57 217
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	-	-
Отложенные налоговые обязательства	515	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	-	-
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	-	-
Кредиторская задолженность	620	91 427	88 145
поставщики и подрядчики	621	91 321	86 858
задолженность перед персоналом организации	622	54	144
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	8	141
задолженность по налогам и сборам	624	10	50
прочие кредиторы	625	34	952
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-
ИТОГО по разделу V	690	91 427	88 145
БАЛАНС	700	148 754	145 562

9.6. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Торговая Компания «НУТРИТЕК» за 2004 г.

за 2004 г.

Организация: ЗАО «Торговая Компания «НУТРИТЕК»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: оптовая торговля

Организационно-правовая форма / форма собственности: ЗАО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды
0710002
52842932
5029054551
67 / 16
384/385

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	893 268	873 148
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(855 929)	(869 844)
Валовая прибыль	029	37 339	3 304
Коммерческие расходы	030	(28 609)	(1 445)
Управленческие расходы	040	-	(1 290)
Прибыль (убыток) от продаж	050	8 730	569
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	-	-
Проценты к уплате	070	-	-
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие операционные доходы	090	74 302	1 600
Прочие операционные расходы	100	(86 003)	(1 810)
Внереализационные доходы	120	3 239	-
Внереализационные расходы	130	(103)	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	165	359
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180	(75)	(317)
Чистая прибыль (убыток) отчетного года	190	90	42

9.7. Бухгалтерский баланс ООО «Ярославский Холодокомбинат» на 31.12.2004 г.

на 31 декабря 2004 г.

Организация: ООО «Ярославский Холодокомбинат»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: услуги

Организационно-правовая форма / форма собственности: ООО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710001

21688928

7607023890

71.34.9

65 / 16

384/385

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	-	-
Основные средства	120	7 372	6 782
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Отложенные налоговые активы	145	6	2
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
ИТОГО по разделу I	190	7 378	6 784
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	327	320
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	251	253
затраты в незавершенном производстве	213	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214	20	-
товары отгруженные	215	-	9
расходы будущих периодов	216	56	58
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	4	16
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	1 470	2 125
покупатели и заказчики	241	861	1 592
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	244	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	-
Денежные средства	260	464	244
Прочие оборотные активы	270	497	77
ИТОГО по разделу II	290	2 762	2 782
БАЛАНС	300	10 140	9 566

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	-736	62
ИТОГО по разделу III	490	-726	72
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	-	-
Отложенные налоговые обязательства	515	8	9
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	8	9
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	926	2 474
Кредиторская задолженность	620	9 932	7 011
поставщики и подрядчики	621	60	111
задолженность перед персоналом организации	622	355	462
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	131	166
задолженность по налогам и сборам	624	-	-
прочие кредиторы	625	9 386	6 272
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-
ИТОГО по разделу V	690	10 858	9 485
БАЛАНС	700	10 140	9 566

9.8. Отчет о прибылях и убытках ООО «Ярославский Хладокомбинат» за 2004 г.

за 2004 г.

Организация: ООО «Ярославский Хладокомбинат»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: услуги

Организационно-правовая форма / форма собственности: ООО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды

0710002

21688928

7607023890

71.34.9

65 / 16

384/385

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	15 199	11 550
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(9 632)	(6 869)
Валовая прибыль	029	5 567	4 681
Коммерческие расходы	030	-	-
Управленческие расходы	040	(4 904)	(3 869)
Прибыль (убыток) от продаж	050	663	812
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	-	-
Проценты к уплате	070	(204)	(77)
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие операционные доходы	090	515	621
Прочие операционные расходы	100	(171)	(738)
Внереализационные доходы	120	368	24
Внереализационные расходы	130	(419)	(347)
Чрезвычайные расходы			
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	752	295
Отложенные налоговые активы	141	248	290
Отложенные налоговые обязательства	142	(1)	(8)
Текущий налог на прибыль	150	(201)	-
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180		(71)
Чистая прибыль (убыток) отчетного года	190	798	506

9.9. Бухгалтерский баланс ЗАО «Компания «НУТРИТЕК» на 31.12.2004 г.

на 31 декабря 2004 г.

Организация: ЗАО «Компания «НУТРИТЕК»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: производство молочных продуктов

Организационно-правовая форма / форма собственности: ЗАО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 1 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды
0710001
17023360
7724133671
15.88
47 / 41
384

АКТИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	1 858	1 800
Основные средства	120	235 614	218 910
Незавершенное строительство	130	235 878	235 617
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Отложенные налоговые активы	145	671	655
Прочие внеоборотные активы	150	-	-
ИТОГО по разделу I	190	474 021	456 982
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	54 234	55 444
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	13 277	12 808
затраты в незавершенном производстве	213	10 931	11 628
готовая продукция и товары для перепродажи	214	27 323	28 169
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	2 703	2 839
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	16 531	18 939
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	28 424	57 963
покупатели и заказчики	241	20 607	54 941
задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал	244	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	81 754	51 601
Денежные средства	260	563	62
Прочие оборотные активы	270	-	-
ИТОГО по разделу II	290	181 506	184 009
БАЛАНС	300	655 527	640 991

ПАССИВ	Код стр.	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	152	152
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	394 680	394 680
Резервный капитал	430	-	-
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	2 289	-3 338
ИТОГО по разделу III	490	397 121	398 170
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	129 331	129 331
Отложенные налоговые обязательства	515	2 530	3 493
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	131 861	132 824
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	6 523	6 217
Кредиторская задолженность	620	73 843	59 992
поставщики и подрядчики	621	69 709	56 333
задолженность перед персоналом организации	622	361	347
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	1 127	1 045
задолженность по налогам и сборам	624	807	824
прочие кредиторы	625	1 839	1 443
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	45 583	43 788
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	596	-
ИТОГО по разделу V	690	126 545	109 997
БАЛАНС	700	655 527	640 991

9.10. Отчет о прибылях и убытках ЗАО «Компания «НУТРИТЕК» за 2004 г.

за 2004 г.

Организация: ЗАО «Компания «НУТРИТЕК»

Идентификационный номер налогоплательщика:

Вид деятельности: производство молочных продуктов

Организационно-правовая форма / форма собственности: ЗАО / частная

Единица измерения: тыс. руб.

Форма № 2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

по ОКПО

ИНН

по ОКВЭД

по ОКОПФ /

ОКФС

по ОКЕИ

Коды		
0710002		
17023360		
7724133671		
15.88		
47 / 41		
384		

Наименование показателя	Код стр.	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	453 656	227 384
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(444 414)	(214 955)
Валовая прибыль	029	9 242	12 429
Коммерческие расходы	030	(1 220)	(4090)
Управленческие расходы	040	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	050	8 022	8 339
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	5 002	-
Проценты к уплате	070	(7 415)	(4 573)
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие операционные доходы	090	52 994	89 674
Прочие операционные расходы	100	(58 605)	(96 755)
Внереализационные доходы	120	9 137	31 658
Внереализационные расходы	130	(7 700)	(26 270)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	1 435	2 073
Отложенные налоговые активы	141	-	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	-	(428)
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	180	(386)	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного года	190	1 049	1 645