



## **ООО «ВТО ЭРКОНПРОДУКТ»**

**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ  
1 200 000 000 рублей**

**Поручители – ЗАО «Рудняконсервмолоко», ОАО «Молконсервы»,  
ЗАО «МолТрансАвто»**

*Настоящий меморандум носит исключительно информационный характер. При принятии решения об инвестировании в Облигации каждому потенциальному инвестору рекомендуется самостоятельно ознакомиться с Проспектом ценных бумаг, Решением о выпуске и другими официальными документами.*

*Основной целью Инвестиционного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте облигаций и других участниках размещения облигационного займа.*

*Информация, используемая в Меморандуме, предоставлена Эмитентом. Организатор не несет ответственности за полноту и/или точность информации, предоставленной Эмитентом.*

*Информация, содержащаяся в Меморандуме, не является исчерпывающей. Любое лицо, рассматривающее возможность приобретения Облигаций, должно провести свой собственный анализ финансового положения Эмитента и основных условий на базе информации, содержащейся в Проспекте ценных бумаг.*

*Все оценки и прогнозы касательно будущих событий и/или действий, перспектив развития отрасли экономики, в которой Эмитент осуществляет свою основную деятельность, и результатов деятельности Эмитента, в том числе будущих планов и вероятности наступления определенных событий, отражают наше мнение на день публикации и подлежат изменению без предупреждения.*

*Организатор не берет на себя обязательства по предоставлению дополнительной информации. Сотрудники Организатора не уполномочены предоставлять информацию, относящуюся к Эмитенту и/или облигациям и не содержащуюся в Меморандуме.*

*Дата, указанная на Меморандуме, не означает, что информация, содержащаяся в Меморандуме, является полной и/или точной на эту дату. Организатор и Эмитент не берут на себя обязательство обновлять информацию, содержащуюся в Меморандуме.*

## Содержание

<b>Основные параметры облигационного займа.....</b>	<b>4</b>
<b>Факторы инвестиционной привлекательности.....</b>	<b>5</b>
<b>Информация о Группе компаний «Эрконпродукт».....</b>	<b>6</b>
Общая информация.....	6
Продукция.....	6
Структура доходов.....	8
Стратегия маркетинга.....	9
Система продаж.....	10
Ценообразование.....	11
Стратегия закупки сырья.....	12
Планы развития.....	14
Конкурентные преимущества.....	16
Акционерная структура.....	17
<b>Информация о компаниях, входящих в Группу «Эрконпродукт».....</b>	<b>18</b>
ООО «ВТО Эрконпродукт».....	18
ЗАО «Рудняконсервмолоко».....	21
ОАО «Молконсервы».....	24
ЗАО «МолТрансАвто».....	25
ООО «Промконсервы».....	26
ЗАО «Фрау Марта».....	27
<b>Обзор рынков присутствия.....</b>	<b>29</b>
Рынок молочных консервов.....	29
.....	
Рынок овощной консервации.....	38
<b>Краткий обзор финансового состояния Группы «Эрконпродукт».....</b>	<b>41</b>
Данные финансовой отчетности.....	41
Структура баланса.....	42
Структура долга.....	43
Основные финансовые показатели.....	43
<b>Риски, связанные с деятельностью Эмитента.....</b>	<b>45</b>
<b>Приложение 1: Образцы продукции.....</b>	<b>48</b>
<b>Приложение 2: Информационный меморандум о стоимости имущества .....</b>	<b>49</b>

## Основные параметры облигационного займа

ЭМИТЕНТ	ООО «ВТО ЭРКОНПРОДУКТ»
ПОРУЧИТЕЛИ	ЗАО «Рудняконсервмолоко», ОАО «Молконсервы», ЗАО «МолТрансАвто»
ВИД РАЗМЕЩАЕМЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ	Документарные на предъявителя с обязательным централизованным хранением
ОБЪЕМ ВЫПУСКА	1 200 000 000 рублей
НОМИНАЛЬНАЯ СТОИМОСТЬ	1 000 рублей
КУПОННЫЕ ВЫПЛАТЫ	Облигации имеют 6 купонных периодов. Порядок определения процентной ставки по купонам: <ul style="list-style-type: none"><li>• 1-3 купоны определяются на конкурсе;</li><li>• 4-6 купоны устанавливаются Эмитентом.</li></ul>
ДАТА НАЧАЛА РАЗМЕЩЕНИЯ	Сентябрь 2006
СПОСОБ РАЗМЕЩЕНИЯ	Открытая подписка
ЦЕНА РАЗМЕЩЕНИЯ	100% от номинала
ДАТА ПОГАШЕНИЯ	1092-й день с даты начала размещения Облигаций.
ОФЕРТА	1,5 года
ОРГАНИЗАТОР	ЗАО Внешторгбанк розничные услуги, ОАО Внешторгбанк
ОРГАНИЗАТОР ТОРГОВ	ММВБ
ДЕПОЗИТАРИЙ	НДЦ
ЦЕЛЕВОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ЗАЙМА	<ul style="list-style-type: none"><li>• Реструктуризация кредитного портфеля (800 млн. руб.);</li><li>• Финансирование инвестиционной программы развития и модернизации имеющихся мощностей (400 млн. руб.);</li><li>• Создание публичной кредитной истории Эмитента и публичное позиционирование Группы «Эрконпродукт»</li></ul>

## Факторы инвестиционной привлекательности

1. «Эрконпродукт» работает на рынке консервированных продуктов более 10 лет и владеет известными общероссийскими брендами «Молочная страна» и «Фрау Марта». Группа занимает лидирующие позиции сразу в двух ключевых сегментах рынка консервированных продуктов: молочная и овощная консервация. Доля компании составляет 30% сгущенного молока в потребительской и промышленной упаковке, 6% овощной консервации;
2. Эмитент ООО «ВТО Эрконпродукт» выполняет функции управляющей и торговой компании в рамках Группы и контролирует основные товарно-денежные потоки Группы. В качестве Поручителей по займу выступают ЗАО «Рудняконсервмолоко» и ОАО «Молконсервы», являющиеся основными производственными активами Группы, а также ЗАО «МолТрансАвто», выполняющее функции транспортной компании Группы;
3. По данным Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР) за 2005г. ЗАО «Рудняконсервмолоко» и ОАО «Молконсервы» являются устойчивыми лидерами отрасли, занимая соответственно 1-ое и 9-ое место в списке ведущих производителей молочных консервов России. По данным того же исследования, «Рудняконсервмолоко» и «Молконсервы» показали наиболее значительные темпы роста производства молочных консервов в 2005г.;
4. Вследствие масштабов своей деятельности (1 место в России по объему выпуска молочных консервов) «Эрконпродукт» обладает значительными конкурентными преимуществами. Единая торговая марка, единый канал сбыта, выстроенная региональная сбытовая сеть, способность обеспечивать потребности крупнейших потребителей молочных консервов создают предпосылки для устойчивости бизнеса Группы;
5. Среди клиентов и партнеров Группы - известные российские предприятия, работающие в области производства продуктов питания: концерны "Красный Октябрь", "Бабаевский", "Рот-Фронт", объединения "Петрохолод", Коломенский хладокомбинат, компании "Nestle", "Cargill", "Dairy Food GmbH" и многие другие. Продукция Группы представлена в таких ведущих торговых сетях столицы, как "Метро КК", "Ашан", "Седьмой континент", "Перекресток", "Пятерочка" и других, а также в крупнейших региональных розничных сетях;
6. Развитая сырьевая база создает предпосылки для дальнейшего расширения бизнеса молочной продукции. В результате реализации программы модернизации мощностей основного производства и диверсификации бизнеса Группы, планируется увеличение объемов производства и существенное увеличение чистой прибыли;
7. Финансовые показатели Группы по итогам 2005г. демонстрируют значительную положительную динамику:
  - Консолидированная выручка по итогам 2005г. возросла на 36% по сравнению с 2004г. и достигла 3,06 млрд. руб., чистая прибыль возросла на 76% и составила 127 млн. руб.;
  - Собственный капитал возрос до 1,25 млрд. руб., его доля в валюте баланса достигла 61%. Значительный рост собственного капитала позволил заметно снизить зависимость от внешних источников финансирования: доля обязательств снизилась с 54% валюты баланса на 01.01.2005 до 39% на 01.01.2006
8. Положительная кредитная история. Компании Группы «Эрконпродукт» не допускали несвоевременного или некачественного обслуживания своих обязательств;
9. Рост доходов населения и промышленных потребителей создают благоприятные перспективы увеличения общего спроса на продукцию Группы.

## Информация о Группе компаний «ЭРКОНПРОДУКТ»

### Общая информация

«Эрконпродукт» работает на рынке консервированных продуктов с середины 90-х гг. Группа владеет известными общероссийскими брендами «Молочная страна» и «Фрау Марта». «Эрконпродукт» является не только лидером потребительского рынка молочных консервов, но и одним из самых крупных поставщиков сгущенного молока для промышленной переработки.

«Эрконпродукт» занимает лидирующие позиции сразу в двух ключевых сегментах рынка консервированных продуктов: молочная и овощная консервация.

Доля «Эрконпродукта» составляет:

- 30% сгущенного молока в потребительской и промышленной упаковке
- 6% овощной консервации.

Таких высоких показателей Группе удалось достичь благодаря прогрессивной организации производства и управления, строгому контролю качества сырья и готовой продукции. На предприятиях, где выпускается продукция, работает несколько тысяч высококвалифицированных специалистов: технологи, механики, логисты, менеджеры по продажам, агрономы, животноводы, управляющие производством и др.

В состав Группы входят:

- три производственные площадки: два крупнейших в отрасли молочно-консервных комбината, расположенных в Смоленской и Курской области (ЗАО «Рудняконсервмолоко» и ОАО «Молконсервы»), завод по производству овощной консервации в Смоленской области (ООО «Промконсервы»);
- комплекс по выращиванию и заморозке овощей в г. Черкассы, Украина (ЗАО «Фрау Марта»);
- торговый дом, имеющий представительства в большинстве регионов России (ООО «ВТО «Эрконпродукт»);
- обслуживающая транспортная компания (ЗАО «МолТрансАвто»).

### Мощность производственных площадок

	Наименование	ТУБ <sup>1</sup> /мес	Тонн/мес
1	ЗАО «Рудняконсервмолоко»	12 000	4 800
2	ОАО «Молконсервы»	6 600	2 640
3	ООО «Промконсервы»	5 500	2 200

### Продукция

Имеющиеся у предприятий Группы производственные мощности позволяют выпускать следующую номенклатуру продукции:

- молоко сгущенное с сахаром;
- масло животное и цельномолочная продукция;
- полный цикл производства овощных консервов широкого ассортимента.

<sup>1</sup> уб - условная банка, единица измерения молочных консервов равная 0,4 кг, туб – тысяча условных банок

**Ассортимент выпускаемой продукции предприятиями Группы**

<b>Молочные консервы</b>
<i>Молоко цельное сгущенное с сахаром 380г</i>
<i>Молоко сгущенное с сахаром ТУ-00-1 ПМР 380г</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром ПМР 380г</i>
<i>Молоко сгущенное с сахаром и какао ПМР 380г</i>
<i>Молоко сгущенное с сахаром и кофе ПМР 380г</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром "Молочная Карамель" 1 ПМР 370г</i>
<i>Сливки сгущенные с сахаром ПСР 360г</i>
<i>Молоко концентрированное стерилизованное без сахара "Экстра" 320г</i>
<b>Молоко сгущенное в промышленной упаковке</b>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром ПМР 3,75кг (ж/б)</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром ПМР 4кг(ведро).</i>
<i>Молоко цельное сгущенное с сахаром Рудня 4кг.</i>
<i>Молоко цельное сгущенное с сахаром 3,8кг (ж/б)</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром 5.2 ПМР (п/э бочка, кнб, кор)</i>
<i>Молоко цельное сгущенное с сахаром (а/ц, п/э бочка, кнб, кор)</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром 3.1 ПМР (п/э бочка , кнб, кор)</i>
<i>Молоко сгущенное вареное с сахаром "Молочная Карамель" 3 ПМР (п/э бочка , кнб, кор)</i>
<i>Молоко сгущенное с сахаром ПМР (а/ц, п/э бочка, кнб)</i>
<i>Масло сладко-сливочное м.д.ж. 82,5%</i>
<i>Масло крестьянское 72,5%</i>
<b>Жир</b>
<i>Жир "Экзотика"</i>
<i>Глазурь жировая для кондитерских изделий</i>
<i>Глазурь белая ароматическая для кондитерских изделий</i>
<i>Глазурь для мороженого ароматическая карамельная</i>
<i>Глазурь для мороженого шоколадная</i>
<b>Овощные консервы</b>
<i>Горошек зеленый 316гр</i>
<i>Горошек зеленый 360гр. бнк№9</i>
<i>Горошек зеленый консервированный «Фрау Марта» ГОСТ 425гр</i>
<i>Горошек зеленый консервированный «Фрау Марта» ГОСТ 310гр.</i>
<i>Кукуруза сахарная «Фрау Марта» 310г</i>
<i>Кукуруза сахарная «Фрау Марта» 425гр</i>
<i>Овощная смесь в томатном соусе Мексико «Фрау Март»а 310гр.</i>
<i>Фасоль в собственном соку «Фрау Марта» 310гр.</i>
<i>Фасоль в томатном соусе «Фрау Марта» 310гр.</i>
<i>Фасоль лобию «Фрау Марта» 310гр.</i>
<i>Фасоль стручковая «Фрау Марта» 290гр</i>

**Изображения основных торговых марок**

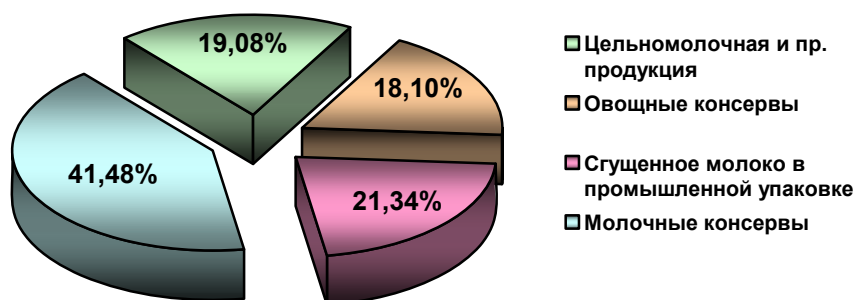

Производимая молочная продукция представлена практически во всех сегментах рынка - от простой торговой точки и оптовых рынков до сетевых магазинов Москвы, Московской области, и многих других регионов России.

Продукция представлена в таких ведущих торговых сетях столицы, как «Метро КК», «Ашан», «Седьмой континент», «Перекресток», «Копейка», «Пятерочка», «Магнит», «Продмаг», «АБК», «БИН». Благодаря наличию филиалов в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и торговым представительствам во многих крупных городах России Группа занимает лидирующее положение в своем сегменте на региональных рынках и представлена в крупнейших оптовых и розничных торговых предприятиях страны – «АктивСамара» (г. Самара), «БЕСТ» и «Кировский» (г. Екатеринбург), «Вятский торговый дом» (г. Вятка) и многих других. В дальнейшем планируется расширение сети филиалов на территории России.

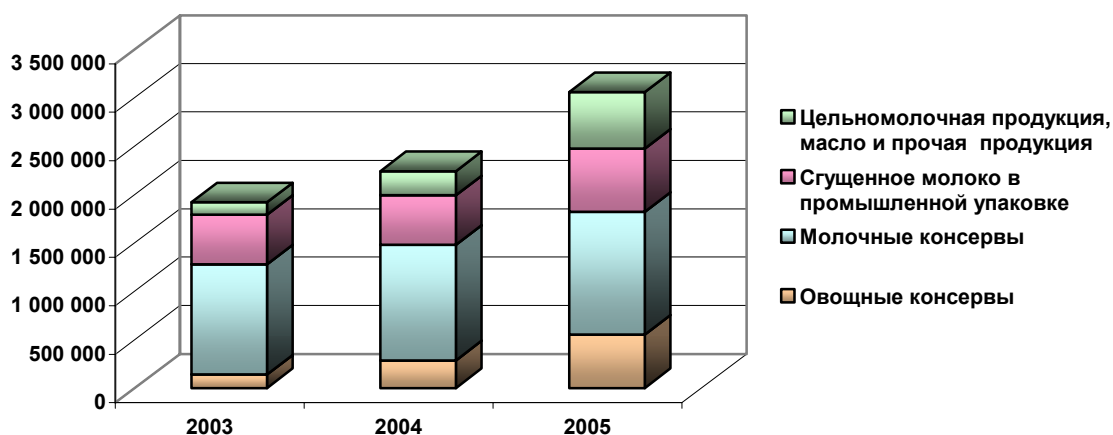
Среди клиентов и партнеров Группы - известные российские предприятия, работающие в области производства продуктов питания: концерны «Красный Октябрь», «Бабаевский», «Рот-Фронт», Сормовская кондитерская фабрика, фабрика «Кондитер-Курск», кондитерские фабрики Нечерноземья, Урала, Сибири, Дальнего Востока, объединения «Петрохолод», Коломенский хладокомбинат, другие хладокомбинаты, компании «Nestle», «Cargill», «Dairy Food GmbH» и многие другие.

## Структура доходов

Структура доходов по видам операционной деятельности, 2005г.



Динамика доходов, тыс. руб.



Динамика выручки сопровождается изменением структуры выручки. Это соответствует стратегии Группы, нацеленной на увеличение объемов производства молочной и овощной продукции с одновременной диверсификацией продуктового ряда и выходом на новые перспективные рынки.

**(в тыс. руб.)**

Продукция	2003	2004	2005
Овощные консервы	141 153	286 927	553 274
Молочные консервы	1 135 633	1 192 979	1 267 845
Сгущенное молоко в промышленной упаковке	515 555	511 583	652 310
Цельномолочная продукция, масло и прочая продукция	127 901	249 479	583 085
<b>ИТОГО</b>	<b>1 920 243</b>	<b>2 240 968</b>	<b>3 056 514</b>

**(в натуральных показателях)**

Продукция	2003	2004	2005
Овощные консервы (банки)	19 520 022	37 778 417	66 396 230
Молочные консервы (банки)	102 061 721	106 913 385	106 859 547
Сгущенное молоко в промышленной упаковке (кг)	18 086 680	17 618 195	22 181 580
Цельномолочная продукция, масло и прочая продукция (кг)*	9 295 869	23 854 559	141 390 518

\* Резкий рост производства цельномолочной продукции в натуральных показателях обусловлен расширением ассортимента производимой продукции с 2003г. После 2003г. помимо масла Группа стала производить цельномолочную и другую продукцию. Таким образом, учитывая то, что цельномолочная продукция является продукцией с невысокой добавленной стоимостью, резкий рост производства в натуральных показателях сопровождался менее значительным ростом в денежном выражении.

## Стратегия маркетинга

Основной целью маркетинговой политики Группы является увеличение объема продаж, расширение рынков сбыта, повышение стабильности продаж, увеличение доходности.

Данные цели приводят к постановке следующих маркетинговых задач:

- развитие и укрепление отношений с текущими клиентами;
- увеличение представленности в рознице;
- формирование узнаваемости и лояльности к марке у конечного потребителя;
- увеличение продаж за счет активизации работы в регионах с относительно низким коэффициентом насыщения продукцией компании;
- снижение эластичности по цене.

Для решения поставленных задач осуществляются следующие мероприятия:

- Промоушн-акции и партнерские программы для клиентов Группы (воздействие на клиентов всех уровней), так называемое «воздействие сверху»;
- Реклама, ориентированная на конечного потребителя, так называемое «воздействие снизу».

## Система продаж

Группа использует развитую систему продаж в регионах, основанную на филиалах:

- Московский офис (отгрузки с заводов Группы и Московского склада) – зона ответственности - Центр, Черноземье, Юг и Поволжье, Москва. Открываются филиалы на Юге (Ростов-на-Дону) и Поволжье (Самара);
- Санкт Петербургский филиал – зона ответственности – Северо-Запад;
- Новосибирский филиал – зона ответственности - Сибирь и Дальний восток (со складом во Владивостоке);
- Екатеринбургский филиал – зона ответственности – Урал.

Развитая филиальная сеть, а также наличие торговых представителей во многих крупных городах России позволяет обеспечить зональное покрытие подавляющего большинства территории России.

При реализации сбытовой стратегии Группа использует трехканальную трехуровневую систему продаж (обычную для продуктовых товаров повседневного спроса).

### Одноуровневый канал

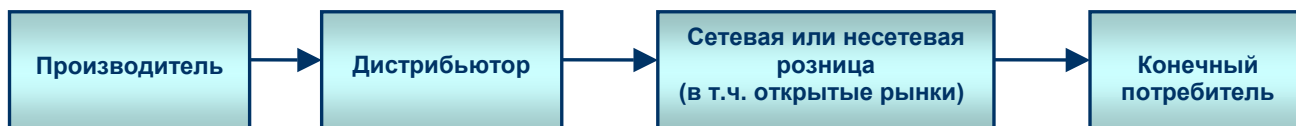


В настоящий момент Группа сотрудничает практически со всеми крупнейшими торговыми сетями FMCG в России, в некоторых случаях на эксклюзивных условиях в соответствующей продуктовой категории. Например:

- Metro (Россия);
- Ашан (Москва и Московская область);
- Магнит (более 30 регионов);
- Пятерочка (СПб и область, Москва и область);
- ТД Перекресток (Россия);
- Дикси (Россия);
- Кировский (Свердловская область);
- Торговая сеть Купец (Свердловская область);
- ГК Виктория (Виктория, Дешево, Квартал) (Калининград, Московская обл., СПб).

В части сетей логистические операции выполняются отдельными компаниями (логистический дистрибьютор).

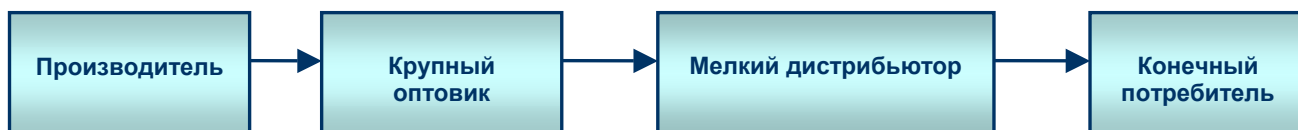
### Двухуровневый канал



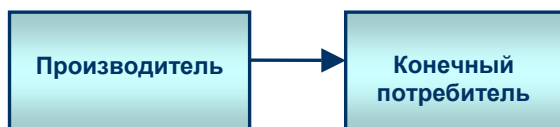
На настоящий момент, данный канал является основным (около 70% оборота Группы). Дистрибьюторская сеть Группы покрывает всю территорию России (около 140 клиентов) и СНГ (в первую очередь Казахстан, Белоруссия). Количество дистрибьюторов на территории определяется исходя из требуемого уровня количественной дистрибуции и охвата дистрибьюторов (в крупных городах количество дистрибьюторов - 2-6). Сети локального уровня, не имеющие распределительных центров, работают, как правило, именно по данной схеме.

Например:

- Рамстор (Москва и регионы);
- 7 Континент (Москва и регионы);
- Билла, Гроссмарт (Москва и регионы);
- ОК (СПб, регионы);
- Эдельвейс (Татарстан);
- Холидей (Сибирь).

Трехуровневый канал

Реализация продукции в промышленной упаковке также строится по Прямому каналу



Прямой канал используется при поставке продукции крупным кондитерским предприятиям и хладокомбинатам, использующим сгущенное молоко как сырье для производства мороженого и кондитерских изделий.

## Ценообразование

Формирование отпускных цен компании производится на основании двухфакторной модели:

- Место получения товара (площадка продаж) клиентом. Учитываются логистические издержки;
- Статус клиента (Дистрибутор, Оптовик, Сеть национального масштаба, Сеть локального масштаба). Определенный статус клиенту присваивается на основании анализа структуры продаж клиента (охват несетевой розницы и открытых рынков региона, филиальная сеть, региональные сети, с которыми сотрудничает клиент).

На некоторых территориях предоставляются дополнительные скидки на продукт, товарную группу, привязанные к отдельным клиентам, либо территории. Цель – успешная конкуренция с локальными производителями (учет рыночной ситуации в регионе), продуктами конкурентов.

## Стратегия закупки сырья

№	Сырье	% (от всего объема закупок)	Поставщики
1	Свежее молоко и обрат	32,63	Хозяйства сырьевой зоны РФ Сельхозхозяйства Республики Беларусь
2	Жесть белая	23,59	ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат» U.S. Kosice (Словакия) Mittal Steel Temirtau (Казахстан) U.S. Steel Serbia (Сербия)
3	Сахар	20,98	ООО «Русагро-Сахар» ООО «Смоленская продовольственная компания»
4	СОМ	10,72	ООО "Ровет" ООО "Продинвест" ООО "Тален Сервис" ООО "Айсберг" (РБ)
5	Жир	8,39	ООО "Палм Ойл" ООО "Маслобаза" Каргилл Собственное производство
6	Этикетка	1,96	ООО "Русснаб" Типография "Коффи"
7	Упаковка	1,72	ООО "Прима Картон"

Свежее молоко. Стратегия определяется сезонностью (зима – спад, лето – подъем), удаленностью поставщика, наличием в данном регионе других переработчиков молока и их ценовой политикой.

Жесть белая. Группа стремится покупать более качественную жесть (Словакия), но с повышением цен на продукцию U.S.Kosice, более 50% заказа жести будет переводиться на ММК. Вместе с тем, Группа стремится получить отсрочку по оплате (U.S.Kosice), а в случае предоплаты – максимальную скидку (ММК).

Сахар. Стратегия состоит в проведении тендера среди поставщиков. Критерии отбора: минимальные цены, максимальная отсрочка платежа, соответствие требованиям стандартов, стабильность и регулярность поставок.

Сухое молоко (СОМ). Сезонные закупки (май – сентябрь). Задача – закупка необходимого запаса сырья по наиболее благоприятным ценам в указанный период. Обязательное условие – оплата только после проверки и приемки данной партии на складе завода Группы.

Жир. Приоритет – максимальная кредитная линия при стабильности качества и регулярных поставках.

Этикетка, гофрокороб. Требования к поставщику: максимальная мобильность, скорость и качество исполнения заказа, большие возможности производственных мощностей.

Контракты заключаются на срок – не менее 12 месяцев, с возможностью пролонгации.

### Сырьевая база молока

«Эрконпродукт» – одна из немногих российских компаний, которой удалось справиться с ситуацией снижения сырьевой базы: количество перерабатываемого молока стабильно растет, в том числе и в зимний период. Группа ведет активную политику поддержки сельхозпроизводителей. Такая политика позволяет предприятиям Группы на длительный срок закрепить за собой сырьевую зону и круглый год получать высококачественное молоко по конкурентоспособным ценам. Обеспеченность группы молоком составляет порядка 120-125%% от потребности предприятий Группы.

Это позволяет вести более гибкую ценовую политику и получать дополнительные средства на развитие системы продаж, продвижение торговой марки.

Действующие молокоприемные пункты:

#### **ЗАО «Рудняконсервмолоко»**

1. Понизовское НМО, пос. Понизовье, Руднянского района.
2. Демидовское НМО, г. Демидов, ул. Хренова, 2, Демидовского района.
3. Велижское НМО, г. Велиж, ул. Яна Томпа, 3, Велижского района.

#### **ОАО «Молконсервы»**

1. Курская обл. Касторенский район п. Лачиново
2. Курская обл. Касторенский район с. Орехово
3. Курская обл. Касторенский район с. Семёновка
4. Белгородская обл. Красногвардейский район с. Весёлое

## Планы развития

Главной задачей на ближайшие 3 года является диверсификация бизнеса, предусматривающая как дальнейшее развитие существующих направлений деятельности, так и начало работы в новых для компании направлениях, таких, как производство твердых сыров и цельномолочной продукции..

Избыточная (до 125% от потребности) обеспеченность молоком создает предпосылки для данных направлений, а широкая представленность Группы в регионах России и СНГ позволяет рассчитывать на динамичный рост объемов выпускаемой продукции, как новой, так и уже освоенной.

В результате реализации программы модернизации мощностей основного производства и диверсификации бизнеса планируется увеличение объемов производства и существенное увеличение показателя EBITDA Группы. Рентабельность EBITDA должна увеличиться к 2010г. практически вдвое: до 11% против 6% по итогам 2005г.

Планируемый объем инвестиций в данную программу составит более \$35 млн., в том числе за счет привлеченных средств - около \$15 млн. Оставшаяся часть будет профинансирована за счет собственных средств и за счет средств акционеров.

### Молочные консервы

Одним из направлений инвестиционной программы Группы является дальнейшее развитие производства сгущенного молока. В настоящее время активно привлекаются денежные средства с целью расширения и модернизации оборудования по производству молочных консервов. В рамках программы развития производства, рассчитанной на ближайшие 3 года, планируется выделить около \$2 млн. на модернизацию существующих производственных мощностей и автоматизацию производства.

### Производство сыров

Потенциал роста емкости рынка молочных консервов является ограниченным и рост объемов реализации возможен только за счет конкурентного замещения продукции других производителей. В этой связи руководство Группы приняло принципиальное решение о диверсификации деятельности за счет развития бизнеса на более емком и динамично развивающемся рынке – рынке сыров. Кроме того, рентабельность производства твердых сыров составляет 12-30%, что значительно выше рентабельности производства сгущенки (2-7%).

Таким образом, Группа намерена добиться как повышения рентабельности производства, так и занять позиции на рынке, потенциал которого будет достаточен для динамичного развития Группы в обозримый период.

В развитие производства сыров Группа намерена инвестировать в 2006-2007гг. более \$31 млн., приобретя 3 производственных площадки и установив там современное технологическое оборудование.

### Цельномолочная продукция

Группа также намерена осуществлять выпуск стерилизованного пакетированного молока (упаковка «Тетрапак») на базе существующих производственных площадок по производству молочных консервов.

По данным компании «TetraPak Russia» емкость рынка упакованного молока в 2005 году составляет 4.8 млрд. л, в 2006 году прогнозируется 5,2 млрд. литров. В обозримой ретроспективе динамика роста рынка упакованного молока составляет 7-9% в год, и сохранение такой тенденции прогнозируется на обозримый период.

Кроме того, структура рынка упакованного молока изменяется в сторону увеличения доли стерилизованного пакетированного молока за счет снижения доли пастеризованного молока, что также создает благоприятные предпосылки для развития такого бизнеса.

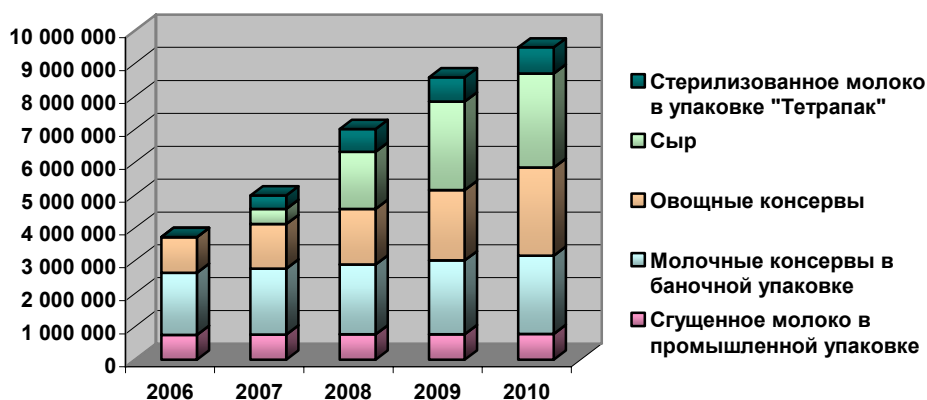
Несмотря на то, что производство стерилизованного пакетированного молока не относится к столь рентабельным видам деятельности, как производство твердых сыров, менеджмент Группы считает такой бизнес перспективным в связи с тем, что Группа избыточно обеспечена сырым молоком, а также в связи с тем, что капитальные затраты на производство стерилизованного пакетированного молока незначительны по сравнению с выручкой от его реализации.

Необходимо отметить, что предприятия Группы всегда производили цельномолочную продукцию (масло, молоко, сметану) в ограниченных размерах, которая реализовывалась на региональном рынке. Теперь же предполагается расширить ассортимент выпускаемой цельномолочной продукции, увеличить объемы выпуска и выйти на российский рынок. По оценкам менеджмента «Эрконпродукт» может рассчитывать на 6-7% рынка.

Производимую цельномолочную продукцию предполагается реализовывать под торговой маркой «Молочная страна», имеющей высокую узнаваемость. Помимо этого, расширение ассортимента продукции, реализуемой под данной торговой маркой, будет способствовать укреплению бренда и дальнейшему повышению узнаваемости среди потребителей.

Согласно плану менеджмента ЗАО «Рудняконсервмолоко», в текущем году будет закуплено оборудование для производства цельномолочной продукции. Около 1 года уйдет на его монтаж и освоение технологий. Таким образом, уже в 2007г. планируется активный выход на рынок. При получении положительных результатов, 2008-2009гг. будут периодом развития цельномолочного направления деятельности Группы, расширения производства, освоения выпуска новых видов продукции.

**Прогнозируемый объем выручки ООО «ВТО Эрконтпродукт», тыс. руб.  
(в текущих ценах, без поправки на инфляцию)**



Значительная динамика выручки в 2007-2008гг. связана с началом в 2007г. и выходом на проектные показатели в 2008г. оптовых продаж новых продуктов (сыр, стерилизованное молоко) на правах эксклюзивного дистрибьютора.

Также «Эрконпродукт» предполагает наличие положительной динамики рентабельности бизнеса, связанной с оптимизацией системы логистики, управления ликвидностью, входом в новое более рентабельное направление бизнеса и пр.

**Прогнозируемый объем выручки по видам продукции, тыс. руб.  
(в текущих ценах, без поправки на инфляцию)**

Поступления от продаж	П2006	П2007	П2008	П2009	П2010
Сгущенное молоко в промышленной упаковке	759 599	766 056	772 567	779 134	785 757
Молочные консервы в баночной упаковке	1 883 498	1 995 566	2 114 302	2 240 103	2 373 389
Овощные консервы	1 082 080	1 358 011	1 704 304	2 138 901	2 684 321
Сыр	-	466 576	1 735 664	2 685 680	2 856 769
Стерилизованное молоко в упаковке "Тетрапак"	-	409 536	682 560	737 165	796 138
<b>ИТОГО</b>	<b>3 725 177</b>	<b>4 995 745</b>	<b>7 009 397</b>	<b>8 580 983</b>	<b>9 496 374</b>

**Прогноз основных показателей деятельности, тыс. руб.**

	П2006	П2007	П2008	П2009	П2010
Выручка от продаж	3 725 177	4 995 744	7 009 397	8 580 983	9 496 373
ЕВITDA	244 686	496 870	787 021	947 379	1 091 162
Чистая прибыль	135 866	277 374	568 525	729 384	873 666

## Конкурентные преимущества

- «Эрконпродукт» - единственная отечественная компания на российском рынке, предлагающая полный ассортимент молочных консервов;
- В состав Группы входят два крупнейших в отрасли молочно-консервных комбината – Руднянский (1 место по располагаемым мощностям) и Олымский (9-е место);
- Несмотря на продолжающийся спад в молочной отрасли и нарастающую нехватку сырого молока, Группа на протяжении последних 5 лет стабильно увеличивает объемы перерабатываемого сырья. Проводимая Группой политика поддержки своих сельхозпроизводителей позволяет круглогодично получать высококачественное сырье по конкурентным ценам и на длительный срок закрепить за собой сырьевую зону;
- Группа обеспечена сырым молоком на 120-125%% от текущей потребности;
- Выстроенные отношения с поставщиками молока, собственные мощности по транспортировке молока, диверсифицированные поставки сахара и жести, позволяют предприятиям Группы успешно контролировать затраты на протяжении всей цепочки изготовления сгущенного молока;
- Группа имеет собственную сырьевую базу для производства овощных консервов, что позволяет контролировать затраты на протяжении всего цикла производства овощной продукции;
- Группа на 100% обеспечена качественным сырьем для производства овощных консервов, более дешевым, чем закупаемое в странах Европы;
- Группа застрахована от потери сырьевой базы, а также от резких изменений ценовой политики поставщиков овощного сырья, принципов расчетов и пр.;
- Узнаваемость торговой марки на рынке. На сегодняшний день большинство ведущих компаний РФ, а также стран СНГ работают с брендами «Эрконпродукта»;
- Значительная доля рынка, занимаемого Группой. Так, по молочным консервам доля рынка составляет до 30%, по овощным – до 11%;
- Развитая система продаж консервной продукции за счет наличия развитой филиальной сети, позволяющей обеспечить представленность Группы в подавляющем большинстве регионов страны. Наличие больших складских площадей. Сформированная база потребителей с учетом территориального сегмента (разделения) рынка; Представленность Группы на рынке (по данным компании AC Nielsen retail audit) – 30% по молочной консервации, 11% по овощной консервации;
- Грамотно выстроенная маркетинговая политика в сочетании с созданием нового бренда позволили продукции выгодно выделиться на фоне сгущенного молока других производителей (в традиционной упаковке), что позволяет удерживать цены на нее на 1-3% выше среднерыночной;
- Наиболее высокие в отрасли стандарты качества, полностью соответствующие всем мировым нормативам и директивам Европейского Союза, ISO 9001;
- Производственные мощности молочно-консервных предприятий в настоящее время не используются на полную мощность, создавая достаточный запас для наращивания объемов производства и увеличения доли компании на рынке.



## Информация о компаниях, входящих в Группу «Эрконпродукт»

### ООО «ВТО Эрконпродукт»

Эмитент выполняет функции управляющей и торговой компании в рамках Группы и контролирует основные товарно-денежные потоки Группы. ООО «ВТО Эрконпродукт» аккумулирует практически 100% выручки от реализации.

#### Органы управления

- общее собрание участников общества;
- генеральный директор (единоличный исполнительный орган).

Генеральный директор - Королев Максим Алексеевич

#### Список филиалов

	Полное наименование	Вид деятельности
1	Филиал ООО "ВТО Эрконпродукт" г. Санкт-Петербург	оптовая торговля молочными и овощными консервами
2	Филиал ООО "ВТО Эрконпродукт" г. Екатеринбург	
3	Филиал ООО "ВТО Эрконпродукт" г. Новосибирск	

ООО «ВТО Эрконпродукт» работает на рынке консервированных продуктов с середины 90-х гг. По мере развития молочно-консервного холдинга ООО «ВТО Эрконпродукт» стало по сути торговым домом одноименной Группы компаний. Компания выступает в качестве единого сбытового канала молочных консервов производства Руднянского и Олымского молочно-консервных комбинатов, а также овощных консервов производства ООО «Промконсервы». Также ООО «ВТО Эрконпродукт» является владельцем торговой марки «Молочная страна», под которой реализуется вся выпускаемая молочно-консервная продукция.

Вместе с реализацией консервов ООО «ВТО Эрконпродукт» занимается продвижением принадлежащих Группе товарных марок, маркетинговыми исследованиями и рекламными акциями. Современные методы дистрибуции и маркетинга позволили ООО «ВТО Эрконпродукт» создать отлаженную систему сбыта. Через развитую сеть дистрибуции консервы «Молочная страна» и «Фрау Марта» с успехом реализуются во всех регионах России, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья.

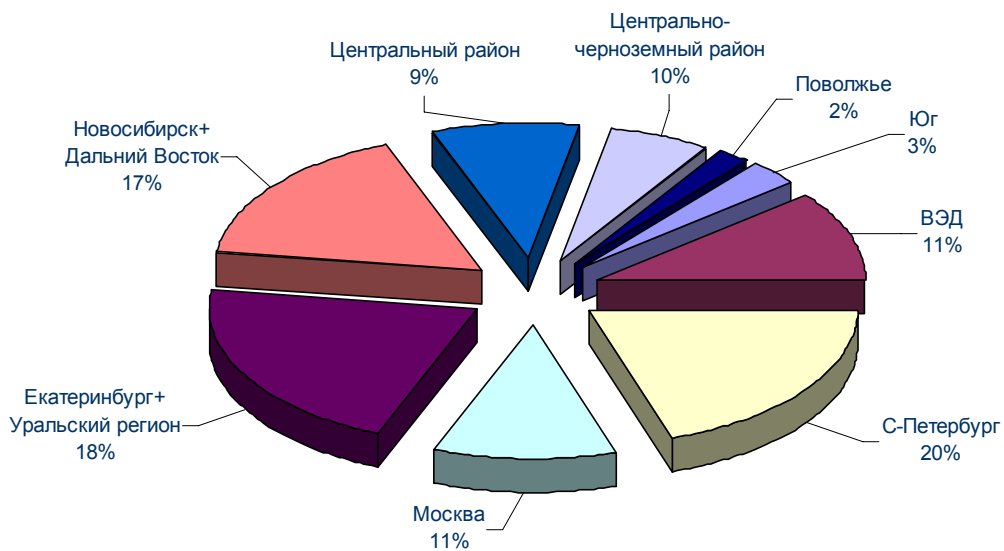
ООО «ВТО Эрконпродукт» является членом Союза производителей молочной продукции РФ и принимает активное участие в разработке новых государственных и отраслевых стандартов качества. Тесное сотрудничество компании с ведущими учеными Всероссийского научно-исследовательского молочного института и лучшими специалистами независимых лабораторий позволяет создавать новые продукты, соответствующие высоким требованиям современного потребителя.

ООО «ВТО Эрконпродукт» неоднократно становилось призером российских и международных выставок и конкурсов. Компания является финалистом конкурса «Бренд года/Effie 2001», обладателем дипломов многих выставок, в числе которых «Продэкспо» и «Экологически безопасный продукт».

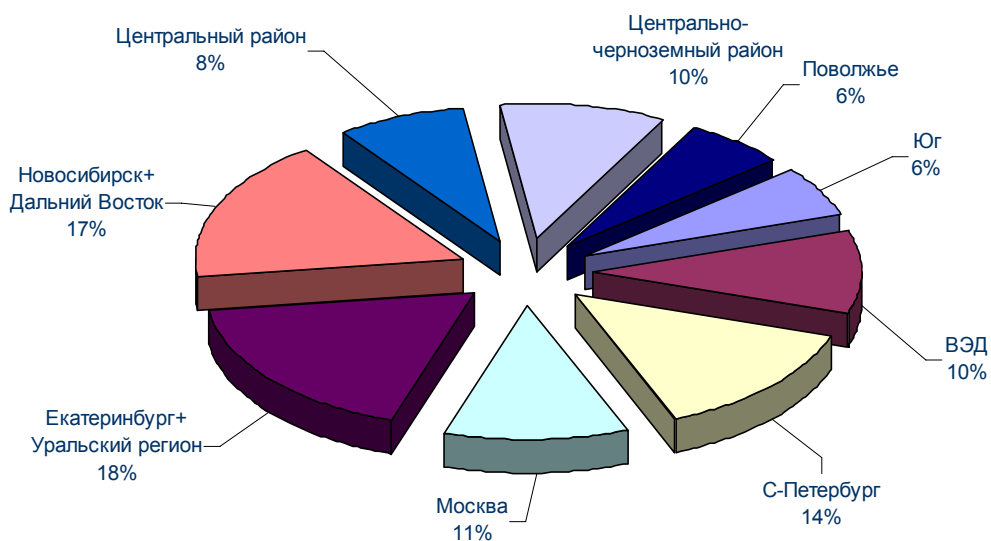
**Продажи.**

**Зональное распределение продаж**

*Продажи молочных консервов, 2005г.*



*Продажи овощных консервов, 2005г.*



## Ключевые клиенты

Наименование клиента	Статус	Доля в обороте продукции, %
<b>Торговля</b>		
Агроаспект	Сеть магазинов Пятерочка г.Москва	2,2%
Агроторг	Сеть магазинов Пятерочка г.Санкт-Петербург	5,5%
Астра -Трейдинг	Дистрибьютор Екатеринбург	1,6%
АШАН	Сеть Москва	0,7%
Бэст-Контракт	Дистрибьютор Владивосток	2,0%
Внешэкономпрод	Дистрибьютор Екатеринбург	3,7%
Геба	Дистрибьютор Новосибирск	3,1%
Золотая Середина	Дистрибьютор Санкт-Петербург	2,9%
Ковпак Л. И.	Сеть Екатеринбург	1,0%
Линга	Дистрибьютор Саратов	2,7%
МАКАРЪ и К	Дистрибьютор Санкт-Петербург	3,1%
Мега Трейд (Екат)	Дистрибьютор Екатеринбург	3,1%
МЕТРО Кэш энд Керри	Сеть Москва	1,5%
Русель	Сеть Санкт-Петербург	0,6%
Свит Лайф Дистрибьюшен	Дистрибьютор Нижний Новгород	4,0%
Сибирский Гигант	Сеть Новосибирск	0,2%
ТД Перекресток	Сеть Москва	0,4%
ТК Форвард	Сеть Уфа	0,3%
Элемент-Трейд	Сеть Екатеринбург	0,9%
Milk Center LTD	Дистрибьютор Казахстан	2,1%
<b>Производители</b>		
Московская кондитерская фабрика «Красный Октябрь»	Производитель кондитерских изделий	7%
Кондитер - Курск	Производитель кондитерских изделий	6%
Талосто	Производитель мороженого	5%
"Молочное дело"	Производитель молочных продуктов «Благода»	4%
Главснаб	Производитель кондитерских изделий	4%
"Сормовская кондитерская фабрика"	Производитель кондитерских изделий	3%
Хладокомбинат №1	Производитель мороженого, г.С-Петербург	3%
ТПК Продмол	Производитель кондитерских изделий	3%
Фабрика грез	Производитель кондитерских изделий	3%
ПЕТРОХОЛОД	Производитель мороженого	2%
Ярославлькондитер	Производитель кондитерских изделий	2%
«Рот Фронт»	Производитель конд. изд. г.Москва	2%
Золотой Ключик	Производитель кондитерских изделий	2%
Кондитерский концерн «Бабаевский»	Производитель кондитерских изделий	2%
Молочный комбинат "Воронежский"	Производитель молочных продуктов «Вкуснотеево»	2%
Кондитерская фабрика "Волжанка"	Производитель конд. изд. г. Ульяновск	2%

## ЗАО «Рудняконсервмолоко» (Смоленская область, г. Рудня)



ЗАО «Рудняконсервмолоко» было образовано на базе Руднянского молочно-консервного комбината в результате акционирования в 1992г. Общий опыт работы предприятия в области производства молочных консервов составляет более 65 лет. Компания является крупнейшим в России предприятием по производству молочно-консервной продукции, обеспечивая 10% общероссийского объема производства молочных консервов.

В структуру Группы компаний «Эрконпродукт» предприятие вошло в 1998г. В тот момент предприятие испытывало

серьезные финансовые и производственные трудности. В решении этих проблем приняли участие специалисты Группы «Эрконпродукт». В реконструкцию и модернизацию производства было инвестировано более 11 млн. долларов США. Производственные мощности были обновлены на 30%. Основное внимание при проведении модернизации уделялось автоматизации основного производства, а также установке линии по производству жестяной банки со сварным швом, соответствующей санитарно-гигиеническим требованиям Европейского Союза. В ноябре 2002г. был налажен выпуск овощных консервов. Была произведена газификация предприятия, что позволило снизить текущие расходы. Внедрена система управления качества продукции – и сырье, и готовая продукция стала проходить жесткий контроль, введена международная система качества ISO 9001.

В 2004г. в порядке реформирования непрофильные виды деятельности были выделены в отдельные компании:

- цех по производству овощных консервов был выделен в ООО «Промконсервы»;
- автобаза Руднянского МКК была выделена в ЗАО «МолТрансАвто». В настоящее время ЗАО «МолТрансАвто» является одной из крупнейших транспортных компаний по перевозке молочного сырья и промупаковки, а также готовой продукции - молочных консервов.

Деятельность предприятия имеет социальное значение для экономики района. В производстве занято более 1 000 человек.

На сегодняшний день ЗАО «Рудняконсервмолоко» производит широко представленную на потребительском рынке продукцию под торговой маркой «Молочная страна». В ассортимент выпускаемой продукции входит широкий спектр молочных консервов – традиционное сгущенное молоко с сахаром, сливки с сахаром, сгущенное молоко с какао, сгущенное молоко с кофе, вареная сгущенка и другие.

Кроме того, налажен выпуск упаковочной тары – жестяная банка и промышленная упаковка (бочка полиэтиленовая 40 л., куботейнер пластиковый 23 л).

Реализация продукции ЗАО «Рудняконсервмолоко» осуществляется через ООО «ВТО Эрконпродукт». Доля ООО «ВТО Эрконпродукт» в общем объеме реализации предприятия составляет более 90%. Благодаря развитой филиальной сети ООО «ВТО Эрконпродукт» и налаженным партнерским отношениям с дистрибьюторами, продукция ЗАО «Рудняконсервмолоко» представлена на рынках всех субъектов РФ.

## Стандарты качества

ЗАО «Рудняконсервмолоко» поддерживает высокий уровень качества своей продукции. Тесное сотрудничество компании с ведущими учеными Всероссийского Научно-Исследовательского Молочного Института, а также лучшими специалистами крупных независимых лабораторий позволяет создавать продукты, удовлетворяющие самым взыскательным вкусам.

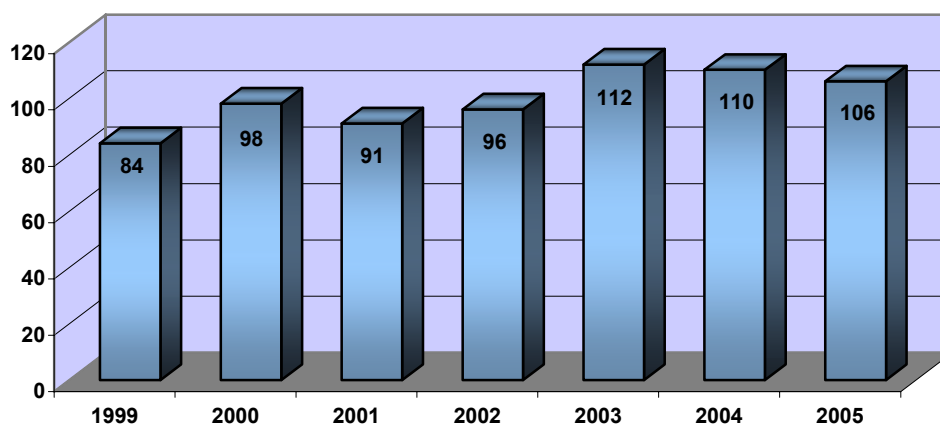
Качество сгущенного молока постоянно проходит жесткий двойной контроль - непосредственно на производстве и во ВНИМИ.

Все исходное сырье и выпускаемая продукция в обязательном порядке подвергается микробиологическому анализу и проходит прочие необходимые тесты. На каждой банке есть специальный символ - знак гарантии высокого качества, подтвержденного ВНИМИ. Также продукция компании отмечена знаком "Экологически безопасный продукт".

ЗАО «Рудняконсервмолоко» занимается разработкой новых ассортиментных линий, с учетом многолетнего опыта компании и последних маркетинговых исследований. Основное внимание уделено технологии производства, оригинальным рецептурам, новейшим разработкам в области упаковки и дизайна этикеток.

## Производство

Производственные мощности ЗАО «Рудняконсервмолоко» позволяют перерабатывать 144 тыс. т молока в год. Однако вследствие сложившейся конъюнктуры рынка молочно-консервной продукции располагаемые мощности используются не полностью. По итогам 2005г. загруженность мощностей комбината составила 75%. Таким образом, имеющийся резерв по производственным мощностям позволяет увеличить выработку молочных консервов на 38 тыс. туб/год или на 35% от текущего уровня. Данный резерв мощностей является стратегическим запасом компании для увеличения объемов производства и продаж на ближайшую перспективу.



В последние годы объем производства молочных консервов на ЗАО «Рудняконсервмолоко» колеблется возле отметки 100 тыс. туб/год. По мнению менеджмента компании, объем производства на уровне 110-115 тыс. туб/год является оптимальным для предприятия в современных рыночных условиях. Прогнозируется, что дальнейшее увеличение емкости внутреннего рынка молочных консервов, а также увеличение объемов экспорта производимой продукции позволят предприятию наращивать объемы выпуска на 2-3% в год. В то же время успешная реализация запланированной программы модернизации основного оборудования ЗАО «Рудняконсервмолоко» позволит снизить себестоимость производства молочных консервов. Таким образом, перед компанией открываются перспективы перераспределения рынка молочных консервов в свою пользу за счет более агрессивной ценовой конкуренции. В этом случае темпы роста производства увеличатся до 3-5% в год, что позволит к 2010 году контролировать порядка 37-40% общероссийского объема производства данного вида продукции.

ЗАО «Рудняконсервмолоко» производит широкий ассортимент молочно-консервной продукции, которую целесообразно разделить на две основные группы: молочные консервы в жестяной банке и сгущенное молоко в промышленной упаковке. Помимо различий в упаковке данные группы продукции самым непосредственным образом различаются по рынкам сбыта. Если молочные консервы в жестяных банках предназначены для реализации в розницу населению, то сгущенное молоко в промышленной упаковке предназначено для реализации кондитерским предприятиям.

### **Молочные консервы в баночной упаковке**

Ассортимент молочных консервов в баночной упаковке:

- Молоко сгущенное с сахаром (ГОСТ)
- Молоко сгущенное с сахаром (ТУ)
- Молоко сгущенное вареное с сахаром
- Молоко сгущенное с сахаром и кофе
- Молоко сгущенное с сахаром и какао
- Сливки сгущенные с сахаром
- Молоко концентрированное стерилизованное «Экстра»

Наибольшая доля выпуска приходится на стерилизованное молоко без сахара. С момента запуска линии по производству данного продукта, его доля в объемах производства молочных консервов в жестяной банке выросла до 38%. Примерно по 20% приходится на сгущенное молоко с сахаром (ГОСТ + ТУ) и вареное сгущенное молоко. Причем доля вареного молока в совокупном объеме выпуска уверенно растет, что отражает сдвиги в предпочтениях потребителей. Население готово приобретать сгущенное молоко дополнительной степени обработки. Сгущенные сливки, а также сгущенное молоко с добавлением кофе или какао являются нишевыми продуктами, которые, тем не менее, имеют своего постоянного покупателя. Их суммарная доля в выпуске молочных консервов в жестяной банке ЗАО «Рудняконсервмолоко» в 2005 г. составила 26%, увеличившись вдвое по сравнению с 2004 г.

### **Сгущенное молоко в промышленной упаковке**

Ассортимент сгущенного молока в промышленной упаковке:

- Молоко сгущенное с сахаром ГОСТ
- Молоко сгущенное с сахаром ТУ
- Молоко сгущенное вареное с сахаром "Молочная Карамель"

ЗАО «Рудняконсервмолоко» продолжает уверенно наращивать производство сгущенного молока для промышленных потребителей. Если в 2002г. объем произведенной продукции данного вида составил менее 15 тыс. т, то по итогам 2005г. объем производства вплотную приблизился к отметке в 18 тыс. т.

В сегменте производства сгущенного молока в крупной таре для промышленных предприятий характерна следующая тенденция: доля сгущенного молока, выпускаемого в соответствии с техническими условиями (ТУ), постоянно растет. Это связано с запросами потребителей, которые заинтересованы в приобретении продукции, в наибольшей степени отвечающей их рецептурным особенностям. Соответственно, молочно-консервные заводы, идя навстречу запросам клиентов, меняют структуру производства, сокращая долю цельного сгущенного молока с сахаром по ГОСТу.

### **Дополнительный ассортимент**

- Крестьянское сладко-сливочное несоленое
- СОМ (сухое обезжиренное молоко)
- Сухое цельное молоко

## Объем производства

Наименование продукции	Ед. изм.	2003г.	2004г.	2005г.
Масло из коровьего молока сладко-сливочное несоленое	тн	736	1 303	823
Молоко цельное сгущенное с сахаром (ГОСТ)	туб	13 166	11 567	6 183
Молоко концентрированное стерилизованное «Экстра»	туб	14 880	25 037	26 735
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка» (ТУ)	туб	22 551	1 539	7 277
Молоко сгущенное вареное с сахаром «Вареная сгущенка» (ТУ)	туб	7 971	11 139	11 584
Молоко сгущенное с сахаром и какао «Сгущенка с какао» (ТУ)	туб	2 299	2 772	7 492
Молоко сгущенное с сахаром и кофе «Сгущенка с кофе» (ТУ)	туб	2 293	2 121	6 183
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка и сливки» (ТУ)	туб	2 903	2 980	4 126
Молоко цельное сгущенное с сахаром в промышленной упаковке (ГОСТ)	кг	9 145 688	5 225 944	6 839 968
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка Молочная страна» в промышленной упаковке (ТУ)	кг	1 727 161	1 094 210	10 124 194
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка Молочная страна» в промышленной упаковке 3,8 кг (ТУ)	кг	-	-	898 316
Молоко сгущенное с сахаром «Вареная сгущенка Карамель» в промышленной упаковке	кг	1 271 281	1 114 580	124 388

## ОАО «Молконсервы» (Курская область, пос. Олымский)



Строительство завода началось в 1973г., в 1975г. был подписан приказ о вводе молочно-консервного комбината в эксплуатацию. В 1992г. на предприятии прошла приватизация.

В целях улучшения финансового состояния предприятия были предприняты попытки освоения новых видов продукции, закуплено оборудование. Общий объем инвестиций в производство превысил 7 млн. долларов США. В 1996г. на предприятии был разработан и внедрен новый способ производства молочных консервов из сухого молока. Это позволило увеличить производство продукции в 2001г. в 2 раза по сравнению с 1993г. В 2001г. производство молочных консервов достигло уровня 48 тыс. туб/год, мощность оборудования по консервам использовалась на 72%. В I квартале 2003г. был закончен первый этап реконструкции в цехах основного производства, что позволило увеличить мощность по приемке молока до 300 т, проведена частичная замена технологического оборудования,

установлены приборы контроля и регистрации технологических параметров, улучшены санитарно-гигиенические условия производства и т. д. предприятие полностью газифицировано. В результате осуществленной модернизации мощности предприятия позволяют производить до 75 муб. в год. В силу того, что в настоящее время мощности производства загружены на 60%, у предприятия есть ресурсы для увеличения объемов производимой продукции без осуществления капитальных затрат на увеличение мощностей.

ОАО «Молконсервы» является одним крупнейших МКК в центрально-черноземной зоне России. Основное направление предприятия – производство молочных консервов и переработка молока. На сегодняшний день ОАО «Молконсервы» производит широко представленную на потребительском рынке продукцию под торговой маркой «Молочная страна».

Имеющиеся у предприятия производственные мощности позволяют выпускать следующую номенклатуру продукции:

- молоко сгущенное с сахаром;
- масло животное;

#### Объем производства

Наименование продукции	Ед. изм.	2003г.	2004г.	2005г.
Масло из коровьего молока сладко-сливочное крестьянское несоленое	тн	122	105,7	108,5
Молоко цельное сгущенное с сахаром (ГОСТ)	кг	4 373 000	1 400 000	2 991 000
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка Молочная страна» в промышленной упаковке (ТУ)	кг	671	1 050	1 968 000
Молоко цельное сгущенное с сахаром (ГОСТ)	туб	19 967	19 280	18 627,5
Молоко сгущенное с сахаром «Сгущенка Молочная страна» (ТУ)	туб	3 470	8 325	6 012,5
Прочие		744	-	-

#### Стандарты качества

ОАО «Молконсервы» поддерживает высокий уровень качества своей продукции. Все виды выпускаемой продукции сертифицируются. Сертификацию проводит орган по сертификации промышленной продукции и услуг Курского ЦСМС.

Контроль качества входного сырья и материалов, выпускаемой продукции по физико-химическим и микробиологическим показателям осуществляют специалисты центральной аттестованной лаборатории предприятия согласно утвержденным стандартам, инструкциям и ГОСТам.

В настоящее время заканчивается сертификация системы качества по ISO 9001.

#### ЗАО « МолТрансАвто»

Компания создана в 2004г. Основным видом деятельности являются автотранспортные перевозки.

Компания имеет филиал в Касторенском районе Курской области, п. Олымский.

Автопарк состоит из 82 ед. техники и 48 ед. прицепов и п/прицепов, в том числе по договорам лизинга: «Камаз» - грузовая молочная цистерна - 1 ед., седельный тягач - 5 ед., полуприцепы - 7 ед., прицепы (цистерна) - 3 ед.

Из спецтехники имеются в наличии бензовоз, топливозаправщик, вышка и автокран.

Постоянные заказчиками являются компании, входящие в Группу «Эрконпродукт». Компания осуществляет доставку молока, сырья и промупаковки с низовых заводов Руднянского района и Республики Беларусь, а также доставку готовой продукции по России. Также оказываются услуги в адрес ЗАО «Руднянконсервмолоко» и ООО «Промконсервы» по внутрицеховым перевозкам и работе спецтехники. Также компания оказывает транспортные услуги сторонним заказчикам.

В среднем за месяц производится доставка порядка 7200 тонн груза, пробег составляет 350 тыс. км, оказывается услуг на сумму 4,5 - 5 млн. руб.

## ООО «Промконсервы»

ООО «Промконсервы» является предприятием-производителем овощных консервов. Производство овощных консервов осуществляется на базе активов овощесушильного производства ЗАО «Рудняконсервмолоко».

Производство овощных консервов было основано в июне 2002г., выделившись на отдельной территории площадью 34 тыс. кв.м. в 2004г. В настоящее время включает в себя цех по производству овощных консервов в жестебанке, складской комплекс 2 900 кв.м., овощехранилища площадью 850 кв.м., а также административно-бытовой комплекс площадью 450 кв.м.



ООО «Промконсервы» постоянно расширяет ассортиментную линейку по овощной консервации. В конце 2002г. присутствовала только одна позиция - «Зеленый горошек ТУ». В настоящее время овощная консервация представлена следующими товарными позициями:

- Зеленый горошек ТУ;
- Зеленый горошек ГОСТ;
- Сахарная кукуруза;
- Фасоль в собственном соку;
- Фасоль в томатном соусе;
- Фасоль «лобио по-грузински»;
- Фасоль стручковая;
- Мексиканская смесь.

Таким образом, ООО «Промконсервы» по ассортиментному ряду может конкурировать с крупнейшими мировыми игроками рынка овощной консервации.

ООО «Промконсервы» продвигает на рынок овощной консервации торговую марку «Фрау Марта», позиционируемую как европейская торговая марка, гарантирующая стабильно высокое качество. Продукция «Фрау Марта» производится в России со строгим соблюдением оригинальных западных технологий и требований к сырью.

«Фрау Марта» - зонтичный бренд, под которым продается почти весь ассортимент Компании. Исключение составляет «Зеленый горошек ТУ», который имеет иную торговую марку - «Канада Грин», поскольку он занимает нижний ценовой сегмент рынка.

Эксклюзивным дистрибьютором продукции ООО «Промконсервы» является ООО «ВТО Эрконтпродукт».

На сегодняшний день доля продукция компании ООО «Промконсервы» составляет около 6% рынка.

Продажи компании по большей части ограничиваются ее мощностями. Мощности компании составляют 2500 тонн в месяц и используются по максимуму. Учитывая благоприятную конъюнктуру рынка, наличие технологий производства, устойчивых каналов снабжения и сбыта, компания приняла решение расширить собственное производство.

Согласно маркетинговым исследованиям и экспертных оценкам аналитиков компании, продукция бренда «Фрау Марта» в состоянии занять 20-25% рынка, т.е. увеличить объем продукции более чем в 3,5-4 раза от текущего уровня. В связи с этим компания планирует увеличение объемов производимой продукции до 90 тыс. тонн в год к 2010 году.

Благодаря сбалансированной производственной, сбытовой и маркетинговой политике, объем продаж овощной продукции ООО «Промконсервы» в 2004г. вырос по сравнению с 2003г. на 95%, в 2005 году - на 70% по сравнению с 2004 годом, В 2006-2009гг. планируется дальнейшее увеличение объемов продаж.

## Объем производства, 2005г.

Наименование	Производство (тыс. руб.)	Кол-во (банки)
«Зеленый горошек» ГОСТ	100 314	10 519 360
«Зеленый горошек» ТУ	199 195	29 051 487
Кукуруза	174 519	16 601 338
Овощная смесь в томатном соусе «Мексико»	8 465	792 167
Овощная смесь «Горох и Морковь»	85	8 926
Фасоль (4 вида)	98 106	9 476 952
<b>ИТОГО</b>	<b>580 684</b>	<b>66 450 230</b>

## ЗАО «ФРАУ МАРТА»

ЗАО «Фрау Марта» было создано в 2003г на базе Черкасского консервного завода. Основным видом продукции являются замороженные овощи - зеленый горошек и сладкая кукуруза. Данной продукцией ЗАО "Фрау Марта" занимается уже четвертый год.

Если в 2003 году было засеяно 200 га сладкой кукурузы и выработано по давальческой схеме (на чужих производственных мощностях) 1.5 млн. банок овощных консервов, то в 2005 году посевные площади составили 550 га зеленого горошка и 900 га кукурузы, из урожая с которых было выработано 5 900 тонн зерна, или порядка 30 млн. банок овощных консервов. В 2006 г засеяно 2500 га горошка и сахарной кукурузы.

Продукция производится в промышленной таре (мешок 25 кг) и предназначена для дальнейшей переработки в овощные консервы на российских предприятиях Группы.

### Характеристика производственных мощностей

ЗАО "Фрау Марта" расположено в черте г. Черкассы на отдельной площадке площадью 2,3 га. На площадке расположены: корпус хладокомбината мощностью единовременного хранения 5 000 тонн, цех подготовки и заморозки сырья, лаборатория и участок приемки сырья, административное здание, ж/д ветка и автогараж. Кроме того, на арендованных площадках расположена сельхозтехника и ремонтная база.



На ЗАО "Фрау Марта" собрано оборудование ведущих мировых производителей. Компания Grasso International - ведущий производитель компрессорной и холодильной техники, поставило на завод 2 компрессорных агрегата и конденсаторы для охлаждения паров аммиака. Компания FMC (США) - произвело оборудование для приемки сырья, первичной обработки кукурузы, транспортеры подачи продукции на очистку. Компания FEMIA, Франция - произвела оборудование для очистки горошка и кукурузы перед заморозкой, а также оборудование для термической обработки (бланшировки) зерна. Компании PLOEGER (Ниделанды) и BURGUON (Франция) являются поставщиками уборочной

техники.

Все оборудование, установленное на ЗАО "Фрау Марта", является новым, производилось по заказу с учетом всех необходимых требований, в т.ч. GMP (Good manufacturing Practice).

В 2006г. были введены в действие новые производственные мощности:

- Второй скороморозильный тоннель производительностью 5 тонн замороженной продукции в час;
- Расширен парк оборудования по первичной обработке и подготовке сырья к заморозке;
- Увеличен парк сельскохозяйственной техники для обеспечения обработки посевных площадей.

В настоящее время сформирован производственно-складской комплекс, позволяющий перерабатывать более 70 тыс. тонн зерна и овощей в год.

В данный проект было инвестировано более 20 млн. долларов США.

К 2008г. планируется достигнуть увеличения объемов производства замороженного сырья до 25 тыс. тонн в год путем введения дополнительных мощностей на «Фрау Марта».

В планах компании также учитывается возможность расширения продуктовой линейки.

## Сырье

В настоящее ЗАО "Фрау Марта" выращивает сырье как на арендованных посевных площадях, так и по договорам заказа, заключенным с сельхозпроизводителями Черкасской области.

Зеленый горошек и сахарная кукуруза выращиваются по технологии, разработанной голландскими специалистами специально для ЗАО «Фрау Марта» с учетом особенностей региона. Данные технологии позволяют свести к минимуму риски снижения урожайности, в том числе по причине погодных условий.

В настоящее время ведется работа, направленная на повышение доли зерна, произведенного на арендованных площадях, что облегчит процесс управления полевыми работами и поднимет рентабельность.

Уже сегодня «Фрау Марта» полностью обеспечена необходимой сельхозтехникой западноевропейского производства, которую эксплуатирует и обслуживает собственная мехбригада.

Имеющийся 3-х летний опыт выращивания данных культур на местных землях позволяет говорить о том, что данных площадей будет достаточно для выращивания необходимого объема сырья. За данный период были определены хозяйства в области, которые отвечают требованиям компании как к качеству земель, так и к условиям их обработки.

Существует определенный запас посевных площадей, который позволяет маневрировать в размещении заказов на выращивание. Таким образом, сырьем предприятие обеспечено на 100%.

## Обзор рынков присутствия

### Рынок молочных консервов.

#### Краткое резюме.

В настоящее время объем российского рынка молочных консервов оценивается примерно в 900 муб<sup>2</sup> (360,7 тыс.т). В стоимостном выражении это соответствует более \$400 млн. Основной тенденцией последних лет является непрерывный рост емкости внутреннего рынка молочно-консервной продукции (как в натуральном, так и стоимостном выражении) с продолжающимся ростом отечественного производства молочных консервов. Главным фактором роста спроса на молочно-консервную продукцию в России является продолжающееся повышение уровня жизни населения страны. Как следствие этого, происходит увеличение в структуре потребления доли кондитерских и других изделий, содержащих в своем составе молоко и его производные.

Несмотря на приближение к точке насыщения, российский рынок молочных консервов продолжает сохранять высокие темпы роста в денежном выражении, что вызвано ростом цен на сельскохозяйственную продукцию (молоко) и продолжающимся укреплением российского рубля относительно ведущих мировых валют. Так, в 2005г. при росте рынка в натуральном выражении на 4,4%, в стоимостном выражении рост составил 13% - до \$417 млн.

Рынок молочных консервов можно разделить на две неравные части, различающиеся по потребителям конечной продукции: для розничной продажи и для промышленных производителей. Соотношение этих двух основных сегментов продукции составляет 2:1.

Тройка крупнейших операторов рынка остается прежней, это компании «Эрконпродукт», «РЕННА» и «Юнимилк». Лидером рынка, как и в предыдущие годы, остается компания «Эрконпродукт», в состав которой входит крупнейшее предприятие отрасли – «Рудняконсервмолоко».

#### Основные тенденции, ожидаемые на рынке в 2006г.

На протяжении 1999-2005 годов произошел практически двукратный рост рынка молочных консервов. Несмотря на то, что сейчас темпы роста рынка замедлились до 2-3%% в год (в натуральном выражении), рынок остается интересным для крупных операторов.

Предполагается, что в 2006-2007 гг. ведущие операторы увеличат свою рыночную долю за счет средних и мелких производителей.

Возрастающее влияние на рынок будут оказывать белорусские производители. Объемы ввоза белорусских молочных консервов вырастут и компенсируют снижение поставок из Украины, которые даже в случае

снятия запрета на ввоз украинской мясомолочной продукции, останутся ниже объемов 2005г. В ближайшей перспективе поставки украинских консервов уже не будут играть такой роли, как прежде.

Цены на молочные консервы в условиях роста цен на сахар в 2006г. вырастут больше, чем в предыдущие годы. Ожидается, что в 2006г. темпы роста цен будут самыми высокими за последние годы, так средние цены по РФ на сгущенное молоко с сахаром, изготовленное по ГОСТу, вырастут относительно 2005г. на 22 – 25% (с 15,89 руб./банка в 2005г. до 19,50 – 20 руб./банка в 2006г.).

<sup>2</sup> уб - условная банка, единица измерения молочных консервов равная 0,4 кг, туб – тысяча условных банок, муб – миллион условных банок

## Пофирменная структура молочно- консервной отрасли

Процесс концентрации производства на молочном рынке продолжается. Крупных самостоятельных предприятий остается все меньше, и в сферу интересов ведущих операторов стали все чаще попадать средние региональные заводы, в том числе и молочно-консервные.

### Рейтинг основных игроков (ИКАР)

1	«ЭРКОНПРОДУКТ» «Рудняконсервмолоко» (Смоленская обл., г. Рудня) «Молконсервы» (Курская обл., п. Олымский)	17–20% <sup>3</sup>
2	«РЕННА» «Алексеевский МКК» (Белгородская обл., г. Алексеевка) «Кореновский МКК» (Краснодарский край, г. Кореновск)	14-15%
3	«ЮНИМИЛК» «Щадринский МКК» (Курганская обл., г. Щадринск) «Ялutorовскмолоко» (Тюменская обл., г. Ялutorовск)	8,6%
4	«ГЛАВПРОДУКТ» «Верховский МКК» (Орловская обл., р.п. Верховье)	6,5%
5	«ЛЮБИНСКИЙ МКК»	6,2%
6	ОАО «БЕЛМОЛПРОДУКТ»	5,7%
7	«ОСТЕР» «Сухонский МК» (Вологодская обл., г. Сокол) «Нижнекисляйский МКК» (Воронежская обл., п. Нижний Кисляй)	5,2%
8	«SAGA GROUP» ООО «Гагаринское молоко» (Смоленская обл.)	4,7%
9	«СИБУГЛЕМЕТ» (Кемеровская обл., Новокузнецк.) ОАО "Кузбассконсервмолоко"	2,8%
10	«ВИММ-БИЛЛЬ-ДАНН» ОАО "Назаровское молоко" ООО "Аннинское молоко" «Лионозовский МК»	2%

<sup>3</sup> По мнению менеджмента Группы, доля на рынке составляет порядка 30%

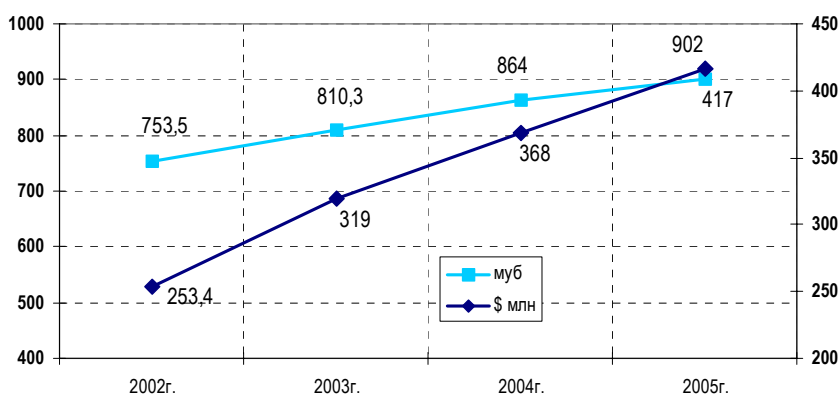
## Емкость рынка

Потребление молочных консервов в РФ продолжает расти. В 2005г. емкость российского рынка молочных консервов превысила 900 муб. в натуральном выражении (360,7 тыс.т) и составила \$417 млн. в стоимостном.

Емкость рынка в последние годы имеет устойчивую тенденцию к росту, но темпы роста замедляются. Если в прошлые годы в натуральном выражении она увеличивалась примерно на 6-8% в год, то в 2005г. темпы роста составили 4,4%.

В стоимостном выражении темпы роста емкости рынка выше, чем в натуральном. В 2005г. рост составил 13% и был обусловлен не только ростом цен, но и укреплением российского рубля относительно доллара США.

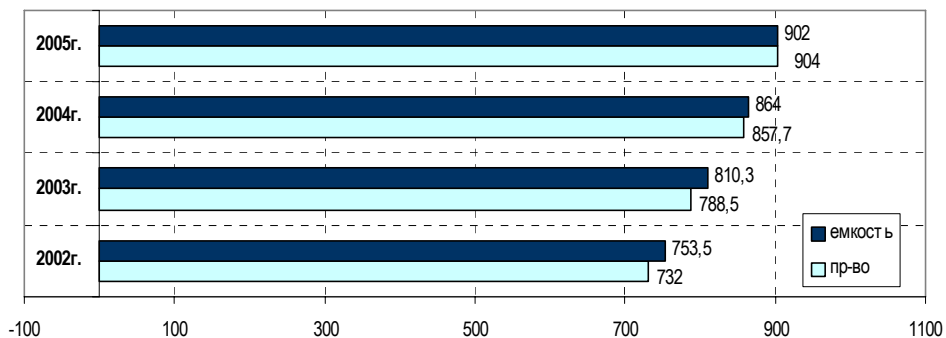
### Динамика емкости рынка молочных консервов в натуральном и стоимостном выражениях (муб, \$ млн)



Источник: расчеты ИКАР на основе данных Росстата, ФТС РФ, отраслевой информации и собственных баз данных

В 2005г. впервые за последние годы отечественное производство хоть и немного, но превысило внутреннее потребление, что свидетельствует о замещении импорта отечественным продуктом и росте экспорта.

**Сравнительная динамика отечественного производства и емкости внутреннего рынка молочных консервов в 2002 – 2005гг. РФ (муб)**

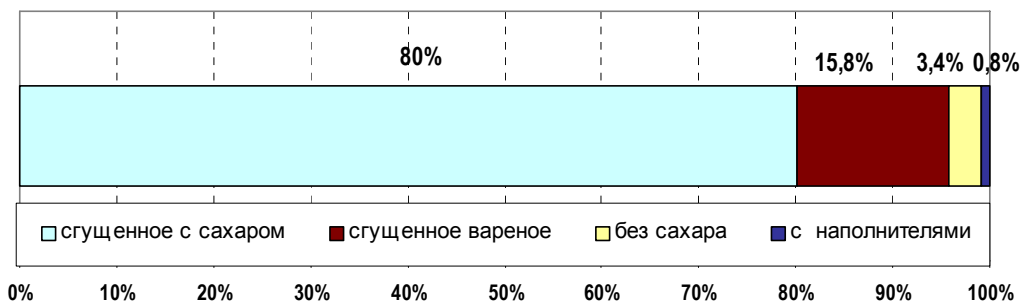


Источник: расчеты ИКАР на основе данных Росстата, ФТС РФ, отраслевой информации и собственных баз данных

Основными сегментами на рынке консервов продолжают оставаться сгущенное молоко с сахаром и сгущенное молоко без сахара<sup>4</sup>. Доля консервированного сгущенного молока без сахара, реализованного на внутреннем рынке в 2005г., снизилась до 3,4%.

<sup>4</sup> здесь и далее даются суммарные объемы стерилизованного и концентрированного сгущенного молока без сахара

**Рыночные доли в товарном предложении основных видов молочных консервов  
(% от общего объема)**

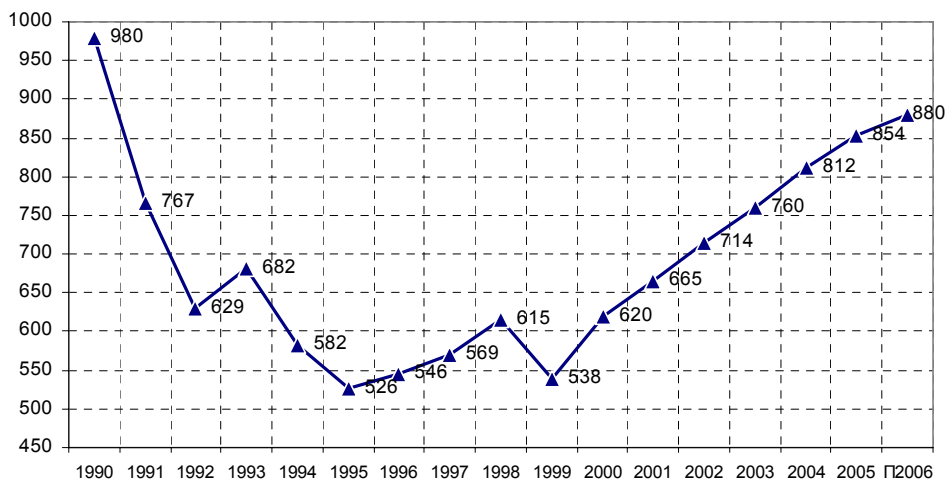


Источник: расчеты ИКАР на основе данных Росстата, ФТС РФ и отраслевой информации

**Производство молочных консервов**

Внутреннее производство молочных консервов, согласно предварительным данным Росстата, выросло на 4,1% и составило 854 муб. Согласно экспертной оценке ИКАР, включая неучтенный ресурс, рост производства составил 5,4% или 904 муб. (361,6 тыс.т).

Производство молочных консервов в РФ (муб)



Источник: ИКАР по данным Росстата

Динамика производства молочных консервов в период 1990-1999 гг. показывает резкий спад производства, вызванный резким падением уровня доходов населения, разрушением производственных связей в сельском хозяйстве и пищевой промышленности, а также падением поголовья молочного скота в неблагоприятный период новейшей истории России.

Однако, с 1999 года заметен устойчивый рост объемов производства, вызванный восстановлением разрушенных производственных связей, ростом общего благосостояния населения. По результатам анализа динамики рынка в последние 7 лет, а также сопоставляя эту динамику с общими макроэкономическими показателями страны, менеджмент Группы предполагает, что в период до 2010 года производство и потребление молочных консервов достигнет уровня 1990 года или даже превзойдет его.

Самый большой прирост производства в натуральном выражении произошел на следующих комбинатах:

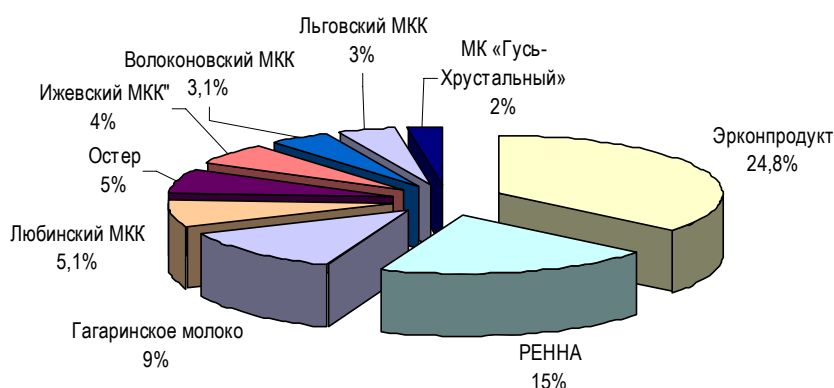
- ЗАО «Рудняконсервмолоко» (Смоленская область г. Рудня)- на 9,3 муб;
- ОАО «Молконсервы» (Курская обл., п. Олым) – на 7,8 муб;
- ОАО «Кузбассконсервмолоко» (Кемеровская область, Тяжинский р-н) - на 7,6 муб;
- ОАО «Любинский МКК» (Омская область, рп Любино) - на 7,2 муб;
- ЗАО «КЗ «Пореческий» (Ярославская область Ростовский р-н) – на 5,8 муб;
- ЗАО «Кореновский МКК» (Краснодарский край) – на 5,2 муб;

**Рейтинг производителей сгущенного консервированного молока для промышленных потребителей.**

- **Группа «Эрконпродукт»;**
- Компания «РЕННА»;
- «Saga group» («Гагаринское молоко»);
- «Любинский МКК» (Омская обл.);
- Компания «Остер»;
- СППК «Агрофирма Ижевский МКК» (Рязанская обл.);
- «Волоконовский МКК»;
- «Львовский МКК» (Курская обл.);
- МК «Гусь-Хрустальный».

Согласно официальным данным Росстата, в 2004г. по производству молока в крупной таре лидировала компания «Эрконпродукт», которая произвела на 2 своих предприятиях 30,2 тыс. т (75,5 муб), следующая за ней компания «РЕННА» выпустила в крупной таре 18,1 тыс. т (45,2 муб).

**Рыночные доли основных игроков в сегменте сгущенного молока для промышленных потребителей (в % от объемов 2005 г.)**

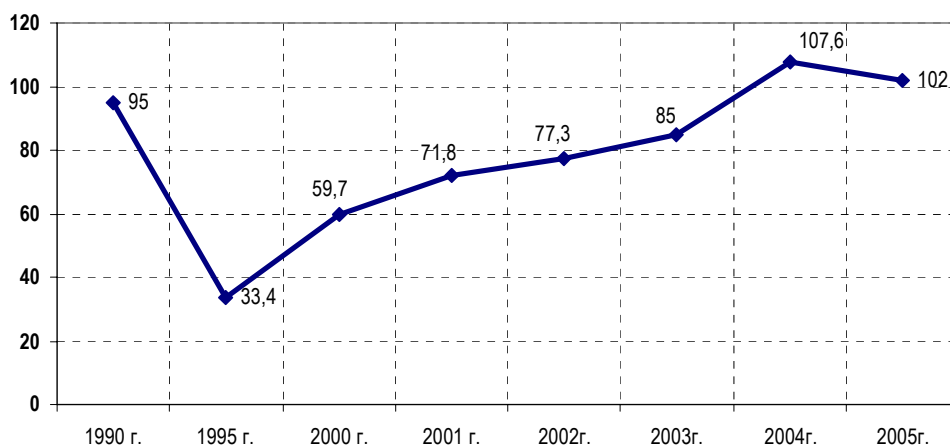


Источник: экспертная оценка ИКАР на основе отраслевой информации

Особенно активно в 2005г. рос сегмент вареного сгущенного молока в крупной таре. Темпы роста составили свыше 30%. В 2005г. было произведено больше 56 тыс.т (140,3 муб) сгущенного вареного молока, из которых свыше 38 тыс.т в крупной таре. Рост сегмента продолжается. В 2006г. ожидаются еще более высокие темпы роста производства сгущенного вареного молока.

По экспертной оценке ИКАР, в 2005г. впервые за последние годы снизилось производство сгущенного консервированного молока без сахара (на 4,3% относительно 2004г.) и составило 102 муб.

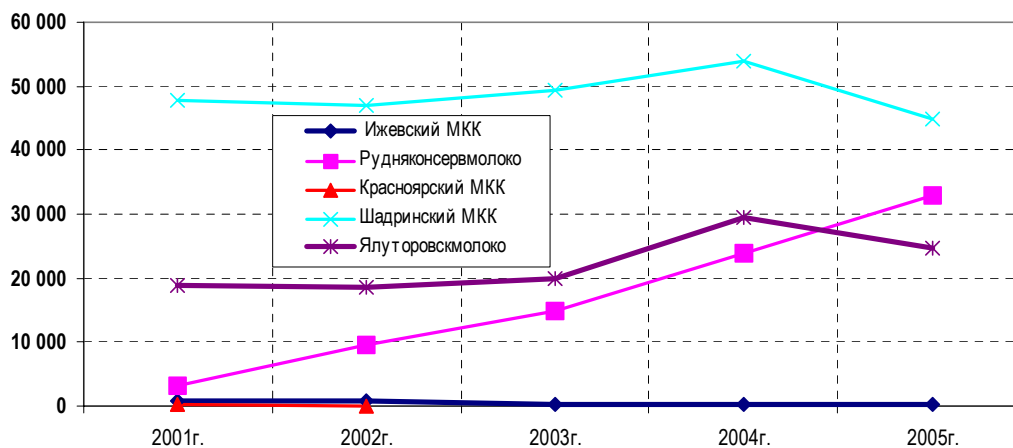
**Динамика производства консервированного сгущенного молока без сахара в РФ (муб)**



Источник: ИКАР по данным Росстата и собственной экспертной оценке

Согласно данным Росстата, в 2004г. в РФ было произведено 107,6 муб сгущенного консервированного молока без сахара. В этот год были отмечены самые высокие темпы производства с 1990г. данного вида консервов – 26,6%. Произошло это за счет резкого роста производства на двух предприятиях – «Шадринском МКК» и «Ялutorовскоммолоко», которые в этот период были приобретены компанией «Юнимилк». Смена большей части менеджмента на заводах в сочетании с увеличением производства создали определенные трудности в реализации продукции, и уже в 2005г. объемы производства снизились.

**Динамика производства сгущенного молока без сахара российскими производителями в 2001-2005гг. (муб)**



Источник: ИКАР по данным Росстата и собственной экспертной оценке

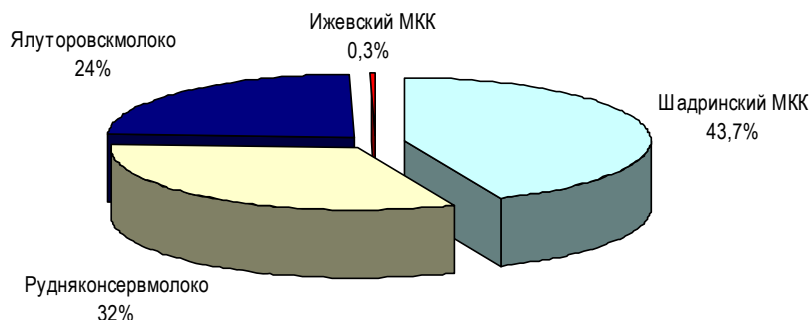
Наиболее динамично растет производство на «Рудняконсервмолоко», это предприятие входит в тройку компаний, определяющих развитие данного сегмента рынка.

Сгущенное консервированное молоко без сахара является товаром с высокой экспортной компонентой. В 2004г. из произведенных 107,6 муб. было вывезено их РФ свыше 59 муб. или 55%. В 2005г. доля экспорта составила 59%.

Сгущенное концентрированное молоко без сахара в 2005г. производили 4 молочно-консервного комбината:

- ОАО «Шадринский МКК» (Курганская обл.),
- ЗАО «Рудняконсервмолоко» (Смоленская обл.),
- ОАО «Ялutorовскоммолоко» (Тюменская обл.),
- СППК «Агрофирма Ижевский МКК» (Рязанская обл.).

**Рыночные доли отечественных молочно-консервных комбинатов в производстве консервированного сгущенного молока без сахара в 2005г. (%)**



Источник: ИКАР по отраслевым данным и экспертной оценке

**Экспорт молочных консервов**

В 2005 г. из РФ было экспортировано 35 тыс. т или 87 646 туб молочных консервов всех видов. Это больше прошлогодних объемов на 15%. Для справки: в 2004 г. из РФ было экспортировано 30 506 т (76,3 муб).

**Структура экспорта**

	2005г.	2004г.	в % 2005г. к 2004г.
Сгущенное молоко с сахаром	10 962 т (27 404 туб)	6 820 т (17 050 туб)	161%
в т.ч. вареное	264т (660 туб)	142 т (355 туб)	186%
Сгущенное молоко без сахара	24 097 т (60 242 туб)	23 686 т (59 215 туб)	102%

**Рейтинг предприятий-производителей, чья продукция экспортировалась в 2005г. в объемах свыше 200 т (500 туб)**

Предприятие	доля экспорта от общего объема (%)
«Шадринский МКК» (Курганская обл.)	51,3%
«Любинский МКК» (Омская обл.)	18,7%
«Ялutorовскмолоко» (Тюменская обл.)	9,4%
«Рудняконсервмолоко» (Смоленская обл.)	8,9%
«Верховский МКЗ» (Орловская обл.)	3,7%
«Кореновский МКК» (Краснодарский край)	2,9%
«Алексеевский МКК» (Белгородская обл.)	1,4%

Кроме комбината «Ялutorовскмолоко» все предприятия - лидеры по экспорту собственной продукции в 2005г. увеличили поставки. Самые высокие темпы роста экспортных поставок в прошедшем году были у «Любинского МКК» - 59% и «Рудняконсервмолоко» - 57%.

Основными контрактодержателями на экспортные поставки остаются предприятия – производители. В 2005г. они контролировали 94% экспортных поставок.

**Рейтинг контрактодержателей на экспортные поставки молочных консервов в 2005г.**

	тонна	туб	% от общего экспорта
«Юнимилк» - 72,5%	21 246	53 116	60,6%
«Любинский МКК» – 13,5%	6 713	16 782	19,1%
«Эрконпродукт» - 5,5%	2 946	7 366	8,4%
«РЕННА» - 2%	1 484	3 710	4,2%
Частные предприниматели	1 633	4 082	4,7%

После приобретения двух молочно-консервных комбинатов компания «Юнимилк» стала ведущим экспортером молочных консервов. В 2005г. на ее долю пришлось свыше 60% всех грузов. За ним со значительным отрывом от других экспортеров следует «Любинский МКК», активизировавший свою экспортную деятельность в прошедшем году.

## Рынок овощной консервации

### Краткое резюме

Российский рынок овощной консервации является одним из наиболее динамично развивающихся в России: его ежегодный прирост в стоимостном выражении составляет от 20% до 30%. В денежном выражении в 2004 году объем российского рынка овощной консервации составил \$1,2 млрд.

По оценкам специалистов, консервная промышленность имеет самые высокие темпы роста среди других отраслей пищевой промышленности. Связано это, в первую очередь, с импортозамещением: цены на российские консервы ниже цен на привозные в среднем на 30%.

Объем производства овощной консервации в России оценивается в 560 млн. банок в год. По прогнозам экспертов в ближайшие 3 - 5 лет темпы роста этого рынка составят порядка 25-30% в год.

80% рынка овощных консервов занимает импортная продукция. В течение 2005г. в Россию было импортировано 387 тыс. тонн овощных консервов. Порядка 90% импортной продукции сегодня приходится на французских, украинских и венгерских производителей.

Объемы российского экспорта овощных консервов незначительны по сравнению с объемами импорта. За первые 9 месяцев 2005 года объем экспорта овощных консервов составил 4,2 тыс. тонн.

Российский рынок овощных консервов состоит из натуральных консервов (занимают 50% рынка овощной консервации), закусочных консервов (занимают 19% рынка), обеденных консервов (занимают 9% рынка), маринованных консервов (занимают 12% рынка) и прочих овощных консервов (занимают 10% рынка).

Российская картина потребления овощной консервации имеет ряд характерных особенностей:

- Отставание средних параметров потребления фабричных овощных консервов по сравнению с развитыми странами;
- Преобладание в целом домашних заготовок в потреблении, особенно в потреблении сельского населения;
- Высокое потребление домашних заготовок при питании дома.

Объемы потребления овощных консервов в России гораздо ниже, чем в других странах, активно развивающих этот рынок. Так, на долю одного россиянина приходится всего 4 кг консервной плодоовощной продукции в год. Для сравнения, в Европе эта цифра составляет 10-16 кг, в Канаде – 13 кг, а в США – 50 кг. Уровень потребления овощных консервов весьма неравномерно распределен по регионам и федеральным округам России. Наиболее высокие показатели потребления овощных консервов наблюдаются в регионах Центрального федерального округа, внутри Центрально-Черноземного округа - в Белгородской, Воронежской, Липецкой, Тамбовской областях. Однако более чем на 9/10 такой уровень потребления в этих регионах покрывается домашней консервацией. Невелико потребление овощной консервации в обеих российских столицах – Москве и Санкт-Петербурге. 4,5 и 5 кг в год. Следовательно, можно сделать вывод, что в этих городах потребляются в большей степени консервы, произведенные на предприятиях. На остальной территории России в основном потребляются домашние заготовки.

По экспертным оценкам овощная консервация, произведенная промышленным способом, занимает в России около 40% объема рынка, это так называемый товарный рынок овощной консервации, который включает в себя продукцию отечественных и иностранных производителей.

### Сегментация товарного рынка по ценовым группам

Страна производитель	Ценовая группа	Доля, %
Россия, Молдавия, Украина	Дешевая	25
Венгрия, Болгария	Средняя	65
Германия, Франция, США	Дорогая	10

Лидером среди консервированных овощей является французская марка "Бондюэль", ближайшими конкурентами является венгерская марка "Глобус".

## Возможности и недостатки рынка

К возможностям рынка овощной консервации можно отнести следующие факторы:

- а) рост рынка за счет роста среднедушевого потребления овощных консервов до европейского уровня, а также за счет замещения домашнего консервирования промышленным в результате роста доходов населения;
- б) основную долю на рынке занимает импорт, следовательно, есть возможность занять долю рынка за счет импортозамещения. (Пример: в Польше за последние 10 лет доля отечественных производителей на рынке овощной консервации увеличилась в два раза);
- в) благоприятная конкурентная среда на уровне внутреннего производства.

К недостаткам российского рынка овощной консервации можно отнести тот факт, что значительную долю в потребляемой продукции составляют домашние заготовки непосредственно самих домохозяек.

Таким образом, соотношение домашних заготовок и товарной продукции составляет 60% на 40%.

Однако по мере дальнейшего экономического развития РФ будут происходить:

- рост потребления овощных консервов, произведенных промышленным способом;
- увеличение товарного рынка овощных консервов, вытеснение доли домашних заготовок.

## Конкурентная среда

Российские производители овощных консервов мало представлены на рынке, вследствие чего у них отсутствуют достаточные объемы продаж и средства для вывода бренда.

В сегменте «импорт» первое место по объему продаж занимает компания «Бондюэль», доля которой на российском рынке составляет около 20%.

Все производители в сегменте «импорт» занимают на российском рынке высокую ценовую нишу.

Продукция зарубежных производителей имеет преимущества по отношению к продукции производителей России, Украины, Молдавии, обусловленные следующим:

- при условии использования более дешевого сырья, применяя более простые и «дешевые» технологии и упаковочные материалы, продукция российских производителей уступает по качеству и товарному виду продукции зарубежных производителей;
- российских производителей отличает низкая культура производства (высокий процент выхода партий продукции с отклонениями от технологии и рецептуры);
- западные производители используют унифицированную банку и удобную для торговых сетей упаковку.

На российском рынке овощной консервации можно выделить десять крупных операторов: «Дисан», «Консерватор», «Лакония», «Триумф», «БВК», «Форвард», «Русское поле», «Тисот» (эксклюзивный дистрибьютор ТМ «Чумак», «Нежин», «Верес»), «Рич», «Западный мост».

Крупные торговые компании также выводят на рынок собственные торговые марки, размещая заказы на производство в Венгрии, Украине, России. Например, компания «Дисан» имеет собственную торговую марку «6 соток», компания «БВК» - ТМ «Скатерть самобранка», компания «Русское поле» - ТМ «Дядя Ваня», компания «Рич» - ТМ «Green Ray».

Российские предприятия данной отрасли сталкиваются со следующими проблемами:

- менее благоприятные климатические условия по сравнению с Украиной и Венгрией;
- низкий уровень развития сельского хозяйства в целом;
- невозможность обеспечения постоянного наличия ассортимента;
- отсутствие собственника, способного привлечь значительные инвестиции;
- отсутствие маркетинговой стратегии;
- отсутствие развитой системы сбыта;
- отсутствие инвестиций в сырьевую базу;
- устаревшее оборудование;
- низкие объемы производства (производство 10-15 млн. банок консервов в год «отечественных лидеров», таких как Саранский и Крымский комбинаты, что соответствует загрузки мощностей не более чем на 25%);
- отсутствие квалифицированного персонала.

Компания «Промконсервы», входящая в Группу «Эрконпродукт» в меньшей степени сталкивается с вышеперечисленными проблемами, так как имеются налаженные каналы поставки и сбыта:

- сырье для производства закупается у украинской ассоциированной компании ЗАО «Фрау Марта»;
- жестебанка поставляется от ЗАО «Рудняконсервмолоко»;
- дистрибуцией и продвижением продукции занимается ООО «ВТО Эрконпродукт».

Также необходимо отметить, что сложившаяся конъюнктура рекламного рынка благоприятна для вывода российского бренда компании «Эрконпродукт» по следующим причинам:

- Среди зарубежных производителей общенациональную рекламную кампанию проводит только компания «Бондюэль», являющаяся лидером продаж на рынке овощных консервов;
- Второе место по объему продаж в сегменте «импорт» занимает продукция венгерских заводов-производителей, имеющих свои марки. Каждое из предприятий в отдельности не может выделить средства для общенациональной рекламной кампании в России. Это объясняется тремя факторами:
  1. отсутствие у данных предприятий как таковой системы сбыта, поставки осуществляются отдельным дистрибьюторам в России;
  2. незначительная доля западноевропейского капитала у данных производителей, что является инвестиционным барьером для проведения рекламной кампании в России;
  3. компании не планируют консолидировать бюджеты для совместных действий.
- Продукция под американской маркой «Зеленый великан», итальянской компании «Лорадо» и французской компании «Даси» занимает на российском рынке высокую ценовую нишу, поэтому она не является прямым конкурентом в нижнем ценовом сегменте.

За последние 3 года Группа «Эрконпродукт» (компания «Промконсервы») достигла второго места в списке крупнейших операторов рынка овощных консервов.

Так, по данным компании AC Nielsen retail audit, состав крупнейших операторов выглядит следующим образом:

производитель	Представленность, %
<b>TOTAL BONDUELLE</b>	<b>35</b>
<b>TOTAL PROMKONSERVY</b>	<b>11</b>
<b>TOTAL MEDINTRRANEAN FOOD S.K.L.</b>	<b>7</b>
<b>TOTAL BALTIMOR</b>	<b>7</b>
<b>TOTAL GENERALE CONSERVE</b>	<b>7</b>
<b>TOTAL GAGARINSKIY/Smolen.Obl.</b>	<b>6</b>
<b>HEINZ CO.</b>	<b>6</b>
<b>EKO /Hungary/</b>	<b>6</b>
<b>CORRADO UNIVERSAL INC.</b>	<b>5</b>
<b>KRYMSKIY KONSERVNIY KOMBINAT</b>	<b>5</b>
<b>BULGARKONSERV</b>	<b>3</b>
<b>DESAN /Moskva/</b>	<b>2</b>
<b>DEKO FOOD</b>	<b>2</b>

В настоящее время Группа «Эрконпродукт» проводит активные действия, направленные на продвижение бренда «Фрау Марта». Результатом этих действий прогнозируется увеличение доли Группы на рынке до 22-27%, а в перспективе достижение равенства с «Бондюэль».

## Краткий обзор финансового состояния Группы «Эрконпродукт»

Анализ проводился с использованием консолидированной управленческой отчетности молочного направления.

### Данные баланса, руб.

А К Т И В	01.01.2005	01.01.2006
<b>ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>	<b>193 839 798</b>	<b>1 284 038 460</b>
Нематериальные активы	250	27 622 820
Основные средства	193 839 548	1 167 375 640
Долгосрочные финансовые вложения		89 040 000
<b>ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>	<b>467 075 336</b>	<b>762 400 968</b>
Запасы	273 424 256	358 635 396
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	173 476 464	344 318 912
в т.ч. покупатели и заказчики	173 476 464	273 137 172
Краткосрочные финансовые вложения		17 931 816
Денежные средства	20 174 616	41 514 844
<b>Б А Л А Н С</b>	<b>660 915 134</b>	<b>2 046 439 428</b>
<b>П А С С И В</b>		
<b>КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ</b>	<b>302 241 994</b>	<b>1 248 617 900</b>
Уставный капитал	142 184 000	142 184 000
Добавочный капитал		856 008 564
Нераспределенная прибыль	160 057 994	250 425 336
<b>ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Займы и кредиты	-	-
<b>КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>	<b>358 673 140</b>	<b>797 821 528</b>
Займы и кредиты	346 984 148	773 077 116
Кредиторская задолженность	1 603 168	24 744 412
Прочие краткосрочные обязательства	10 085 824	
<b>Б А Л А Н С</b>	<b>660 915 134</b>	<b>2 046 439 428</b>

### Данные отчета о прибылях и убытках, руб.

	2004	2005
Выручка	2 240 967 578	3 056 514 370
Себестоимость	1 942 578 469	2 611 338 812
Валовая прибыль	<b>298 389 109</b>	<b>445 175 558</b>
Управленческие расходы	196 230 865	267 041 966
Прибыль от продаж	<b>102 158 244</b>	<b>178 133 592</b>
<b>Прочие доходы и расходы</b>		
Проценты к уплате	64 086 128	68 941 681
Прочие операционные доходы	65 296 659	65 899 479
Прочие операционные расходы	31 410 093	48 093 175
<b>Чистая прибыль</b>	<b>71 958 682</b>	<b>126 998 215</b>

## Структура баланса



За период 01.01.2005 - 01.01.2006 активы компании возросли более чем в 3 раза и достигли 2,05 млрд. руб. Рост активов был обусловлен ростом стоимости внеоборотных активов в результате произведенной переоценки стоимости имущества. Данная переоценка заверена аудитором (информационный меморандум о стоимости имущества находится в Приложении 1). Стоимость основных средств возросла с 194 млн. рублей до 1,17 млрд. рублей, в результате чего доля внеоборотных активов в валюте баланса увеличилась с 29% до 63%.

Оборотные активы за тот же период возросли в 1,6 раз, и достигли 762 млн. рублей. Доля оборотных активов в валюте баланса на 01.01.06 снизилась до 37% (71% на 01.01.05). Наиболее значительными статьями в структуре оборотных активов являются запасы (47% от совокупного объема оборотных активов) и дебиторская задолженность (45%). Практически весь объем дебиторской задолженности (80%) приходится на задолженность покупателей и заказчиков.

Основные изменения в структуре пассивов в 2005г. связаны со значительным ростом объема и доли собственного капитала. На 01.01.06 собственный капитал составил 1,25 млрд. рублей, его доля в пассивах возросла до 61%. Данный рост произошел за счет роста добавочного капитала в результате переоценки основных средств и объема нераспределенной прибыли.

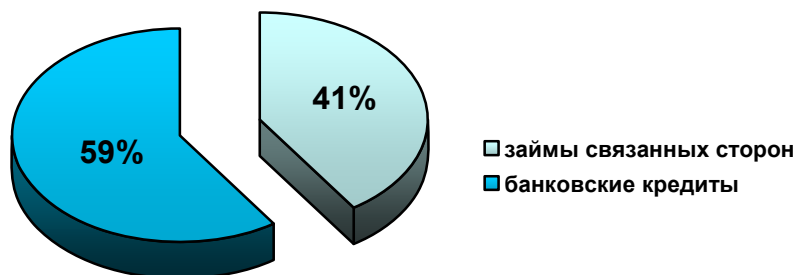
Рост собственного капитала позволил снизить долю обязательств с 54% валюты баланса на 01.01.05 до 39% на 01.01.06. Практически весь объем обязательств приходится на долю краткосрочных заемных средств - 97%. Учитывая то, что значительная часть средств от облигационного займа (800 млн. руб.) будет направлена на рефинансирование краткосрочных обязательств, можно предположить, что после размещения долговая нагрузка существенно не увеличится, а структура пассивов улучшится.

## Структура долга

Сумма финансового долга Группы «Эрконпродукт» на 01.01.2006г. составила 773 млн. рублей. Весь объем долга приходится на краткосрочные обязательства.

В структуре долга на задолженность связанным сторонам приходится 314 млн. рублей. Таким образом, исключая из расчетов займы от связанных сторон, общий долг третьих сторон составляет около 459 млн. руб.

Структура займов и кредитов на 01.01.2006г.



Необходимо отметить, что компания имеет положительную кредитную историю. За время своего существования «Эрконпродукт» не допускал несвоевременного или некачественного обслуживания своих обязательств.

## Основные финансовые показатели

### Показатели ликвидности

	2004	2005
Текущая ликвидность	1,3	1,0
Критическая ликвидность	0,5	0,5

Показатели ликвидности находятся в диапазоне нормативных значений. Некоторая отрицательная динамика в 2005г. связана с опережающим ростом краткосрочных обязательств по сравнению с оборотными активами.

### Показатели долговой нагрузки

	2004	2005
Долг (кредиты и займы), тыс. руб.	346 984	773 077
Краткосрочный	346 984	773 077
Доля, %	100%	100%
Долг /Активы	0,5	0,4
Долг/Выручка	0,2	0,3
Долг/ЕБИТДА	2,5	3,8
ЕБИТДА/Проценты к уплате	2,2	3,0
Коэффициент автономии	0,5	0,6
Коэффициент финансовой устойчивости	0,5	0,6
Собственный капитал/долг	0,9	1,6

В 2005г. многократно возрос размер собственного капитала, его доля в валюте баланса составила 61%. Значительный рост собственного капитала оказал позитивное влияние на финансовую устойчивость Группы: собственные средства превысили заемные в 1,6 раза, снизилась зависимость от внешних источников финансирования.

Также при анализе долговой нагрузки Группы необходимо учитывать, что более 40% от совокупного объема долга приходится на задолженность связанным сторонам. Таким образом, объем долга третьим сторонам является умеренным. Кроме того, учитывая то, что основную часть средств от облигационного займа (800 млн.руб.) планируется направить на рефинансирование краткосрочных обязательств, можно предположить, что долговая нагрузка после размещения облигационного займа существенно не увеличится, а структура долга улучшится.

**Показатели рентабельности**

	2004	2005
Выручка, тыс. руб.	<b>2 240 968</b>	<b>3 056 514</b>
Прибыль от продаж, тыс. руб.	<b>102 158</b>	<b>178 134</b>
ЕБИТДА, тыс. руб.	<b>140 695</b>	<b>203 970</b>
Чистая прибыль, тыс. руб.	<b>71 959</b>	<b>126 998</b>
Рентабельность продаж	<b>4,6%</b>	<b>5,8%</b>
Рентабельность ЕБИТДА	<b>6,3%</b>	<b>6,6%</b>
Чистая рентабельность	<b>3,2%</b>	<b>4,2%</b>
Рентабельность активов	<b>10,9%</b>	<b>6,2%</b>

Чистая прибыль по итогам 2005г. возросла по сравнению с аналогичным показателем 2004г. на 76% на фоне роста выручки на 36% и прибыли от продаж на 74%. Рост доходов связан как с увеличением объемов реализации продукции, так и с ростом отпускных цен на молочные и овощные консервы.

Также необходимо отметить, что выстроенные отношения с поставщиками молока, собственные мощности по транспортировке молока, диверсифицированные поставки сахара и жести, позволяют компании успешно контролировать затраты на протяжении всей цепочки изготовления сгущенного молока.

## Риски, связанные с деятельностью Эмитента

### Отраслевые риски

*Влияние возможного ухудшения ситуации в отрасли на деятельность компании*

Основные действия, которые предпринимаются Группой компаний «Эрконпродукт», а соответственно и Эмитентом в целях снижения данного вида рисков, связаны с усилением конкурентоспособности производимой продукции, оперативным реагированием на изменения рыночного спроса, правильным позиционированием на рынке в соответствии с меняющейся конъюнктурой, гибкой ценовой политикой.

Тесная работа с существующими поставщиками сырьевых товаров, расширение круга возможных поставщиков, а также диверсификация деятельности за счет включения в структуру продаж овощных консервов и постепенное развитие цельномолочного направления деятельности (производство сыра) оказывает положительное влияние на деятельность Эмитента.

### Ценовой риск

*Риск возможного существенного изменения цен на сырье*

Менеджмент компании оценивает риск резкого роста цен на молоко, как невысокий. Колебания цены на цельное молоко в течение года составляет порядка 30%, что обусловливается четко выраженной сезонностью в скотоводстве. Многолетние партнерские отношения со многими сельскохозяйственными предприятиями, периодически оказываемая поддержка поставщикам, удобная система транспортировки молока (когда доставку закупленного молока осуществляет ЗАО «МолТрансАвто») позволили закрепить за предприятиями «Эрконпродукта» перспективную сырьевую зону и в определенной степени влиять на ценообразование на цельное молоко. Избыточная обеспеченность сырым молоком составляет порядка 125% потребности. В качестве альтернативы цельному молоку в производстве отдельных видов молочно-консервной продукции может также использоваться сухое обезжиренное молоко (СОМ). Еще в 1990-х гг. на ОАО Молконсервы была разработана и внедрена технология выпуска молочных консервов из СОМ. В качестве рисков, способных оказать существенное влияние на закупочные цены на молоко можно отметить резкое сокращение поголовья молочного стада в районе операционной деятельности консервных заводов. Причиной этого может быть как социальные изменения в России (подобие ситуации 1990-х гг.) или распространение какой-либо животной болезни.

Сахара – второй по значимости компонента молочных консервов – является практически биржевым товаром и его цена определяется сложившейся ситуацией на рынке. Основным риском для рынка сахара является пересмотр квот на экспорт сахара-сырца в Россию, что может привести к созданию дефицита сахара на российском рынке и росту цен.

Цена на белую жесть, используемую для производства консервных банок, изменяется в соответствии с изменением мировых цен на стальной прокат и ценами на олово. По мнению большинства аналитиков, наблюдаемые в 2005г. цены на сталь, также как и на цветные металлы, были максимальными в рамках многолетнего восходящего цикла. Соответственно, прогнозируется снижение цен на белую жесть. Риск повышения цен связан с монопольным положением Магнитогорского МК на рынке данного вида проката. Для минимизации риска диктата цен со стороны ММК, с 2004г. консервные комбинаты «Эрконпродукта» начали закупать партии жести за рубежом (Сербия, Словакия).

Указанные изменения, очевидно, могут влиять на рентабельность производства молочных консервов. При этом риски краткосрочного роста цен на сырье минимизируются созданием достаточных складских запасов.

*Риск возможного существенного изменения цен на продукцию компании*

Согласно исследованию рынка молочных консервов, проведенному Институтом конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР), цены на молочные консервы становятся все более устойчивыми, а сезонные колебания в цене все менее выражены с каждым годом. При этом темпы роста цен превышают годовые темпы инфляции.

В то же время, несмотря на устойчивый рост цен на молочно-консервную продукцию, рентабельность производства отдельных видов консервов существенно различается. Так, например, рентабельность производства ГОСТовской сгущенки существенно снижается, что стимулирует производителей переходить на выпуск молконсервов по ТУ. Данная тенденция имеет выраженное проявление и в деятельности Эмитента.

«Эрконпродукт» считает, что своевременный учет последних тенденций рынка молконсервов в своей повседневной операционной деятельности является одним из факторов, способствующих снижению рисков неблагоприятного изменения цен на продукцию. Стоит особо отметить, что реализация проекта по организации производства сыров является шагом по повышению рентабельности деятельности Холдинга.

### **Другие риски, связанные с деятельностью Эмитента**

*Существенные судебные процессы, участие в которых может отразиться на финансово-хозяйственной деятельности компании*

Эмитент не участвует в судебных процессах, участие в которых может существенно отразиться на финансово-хозяйственном состоянии.

*Требования по лицензированию*

Эмитент не осуществляет лицензируемые виды деятельности в соответствии с законодательством РФ.

*Риск потери потребителей, на оборот с которыми приходится более 10% выручки*

Наступление данного риска может быть связано только с резким увеличением предложения на рынке. В настоящий момент Эмитент расценивает указанный риск, как незначительный.

*Обязательства по долгам третьих лиц*

Эмитент предоставил обеспечение в форме поручительства по обязательствам: ОАО «Молконсервы», ЗАО «МолТрансАвто», ЗАО «Рудняконсервмолоко». Поскольку данные предприятия входят в Группу и имеют устойчивое финансовое положение, то риск невыполнения обязательств минимален.

### **Страновые и региональные риски**

*Риски, связанные с политической и экономической ситуацией в стране, в которой компания осуществляет основную деятельность*

В настоящее время, по мнению менеджмента, страновые риски для Эрконпродукта минимальны. Это связано, прежде всего, с макроэкономической стабилизацией в России, повышением уровня деловой активности в стране, ростом благосостояния населения и увеличением спроса на реализуемую продукцию. Это означает, что можно прогнозировать дальнейший рост сектора производства пищевых продуктов, в котором ведет свою деятельность холдинг Эрконпродукт, а соответственно и Эмитент.

Также необходимо отметить, что консервы являются как товаром повседневного спроса, так и «резервным» товаром (наподобие спичек, мыла, сахара), потребление которого увеличивается при ухудшении социально-экономических условий.

Основные производственные мощности (Олымский и Руднянский МКК) находятся на территории Курской и Смоленской областей. Данные регионы входят в состав Центрального федерального округа РФ и являются регионами с умеренным инвестиционным риском.

### **Финансовые риски**

*Изменение процентных ставок*

Риск изменения процентных ставок является наиболее высоким для деятельности предприятий Группы «Эрконпродукт». Рост процентных ставок может привести к сворачиванию инвестиционной программы предприятий «Эрконпродукта» и откладыванию на длительный срок реализации перспективных проектов.

В случае неблагоприятного изменения процентных ставок предполагается использовать возможности рефинансирования и досрочного погашения задолженности.

*Колебания валютных курсов*

Определенный валютный риск обусловлен наличием заимствований в иностранной валюте.

На деятельность Эмитента в большей степени влияет изменение курса рубля относительно украинской гривны и белорусского рубля, так как это напрямую отражается на конкурентоспособности продукции украинских и белорусских МКК, для которых Россия является важнейшим рынком сбыта. В случае падения курса рубля к указанным валютам, «Эрконпродукт» имеет все шансы существенно увеличить свою долю на рынке молконсервов путем замещения импортной продукции.

В случае неблагоприятных изменений валютного курса Эмитент предполагает повысить степень соответствия структуры активов и обязательств, доходов и затрат по валютам и срокам.

*Инфляция*

По мнению Эмитента, умеренная инфляция не окажет влияния на способность осуществлять обслуживание размещаемых Облигаций, т.к. выручка в условиях инфляции в пределах 10-15% возрастает в такой же мере, как и затраты. В случае значительного превышения фактических показателей инфляции над прогнозами аналитиков, а именно – при увеличении темпов инфляции свыше 20% в год, Эмитент планирует принять необходимые меры по ограничению роста затрат, снижению дебиторской задолженности и сокращению ее средних сроков.

**Правовые риски***Изменение валютного регулирования*

Эмитент рассматривает возможность существенного изменения валютного регулирования в ближайшие годы как незначительную.

*Изменение налогового законодательства*

Эмитент оценивает риски изменения налогового законодательства как достаточно прогнозируемые и минимальные в виду стабильности налогового законодательства РФ с тенденцией к снижению налогового бремени на хозяйствующие субъекты.

*Изменение судебной практики по вопросам, связанным с деятельностью компании.*

Риски, связанные с изменением судебной практики, отсутствуют в связи с отсутствием судебных разбирательств, которые могли бы существенно повлиять на финансовое состояние Эмитента.

**Приложение 1: Образцы продукции Группы «Эрконпродукт»**



**Приложение 2: Информационный меморандум о стоимости имущества**



*Учр. №102 от 17.07.06.*

Исполнительному органу  
ООО «ВТО Эрконтпродукт»

**Информационный меморандум**

*О стоимости имущества  
(основных средств и нематериальных активов)*

ООО «СОВТЕКС» информирует о сформированной общей стоимости имущества следующих четырех организаций:

ОАО «Молконсервы»,  
ЗАО «Рудняконсервмолоко»,  
ЗАО «Молтрансавто»  
ООО «ВТО Эрконтпродукт»,

Общая стоимость имущества сформирована на основе предоставленной информации об оценке рыночной стоимости имущества, проведенной ООО «Оценка и экспертиза» по состоянию на 31.12.2005 года.

Общая стоимость нематериальных активов составит **27 622,82 тыс. руб.**

Общая стоимость основных средств составит **1 167 375,64 тыс. руб.**

Мы полагаем, что сформированная общая стоимость имущества четырех вышеуказанных организаций во всех существенных отношениях соответствует стоимости имущества, при условии, если бы все вышеперечисленные участники провели его переоценку и отразили данные переоценки в балансе в соответствии с требованиями российского законодательства.

Генеральный директор ООО «СОВТЕКС»



В.А. Петроченков



ООО "СОВТЕКС"

109074, Москва, Славянская площадь 2/5, стр.3 тел.: 727-09-43, факс: 727-09-42 e-mail: info@sovtex.ru www.sovtex.ru

Финансовый директор  
Болдузев Михаил

Тел. (495) 748-20-14

Зам. Финансового директора  
Гончаров Иван

Тел. (495) 748-20-14  
[goncharov@molkonserv.ru](mailto:goncharov@molkonserv.ru)

## 

Вице-президент, Начальник управления  
торговых операций и корпоративного  
финансирования  
Гомин Алексей

Тел. (495) 771-78-50  
[gomin@vtb24.ru](mailto:gomin@vtb24.ru)

Начальник отдела корпоративного  
финансирования  
Деспотули Леонид

Тел. (495) 771-78-24  
[despotuli@vtb24.ru](mailto:despotuli@vtb24.ru)

Отдел корпоративного финансирования  
Скробова Екатерина

Тел (495) 504-09-96  
[skrobova.EN@vtb24.ru](mailto:skrobova.EN@vtb24.ru)

Отдел корпоративного финансирования  
Баранникова Татьяна

Тел (495) 775-35-38  
[barannikova@vtb24.ru](mailto:barannikova@vtb24.ru)

Аналитический отдел  
Пушняк Татьяна

Тел (495) 771-35-19  
[pushnyak.TV@vtb24.ru](mailto:pushnyak.TV@vtb24.ru)

## 

Вице-президент, Начальник Управления  
клиентских операций на финансовых рынках  
Игорь Пьянков

Тел. (495) 775-71-07  
[piankov@vtb.ru](mailto:piankov@vtb.ru)

Управляющий директор  
Алексей Коночкин

Тел. (495) 775-71-15  
[konochkin@vtb.ru](mailto:konochkin@vtb.ru)

Начальник службы продаж  
Кирилл Зарезов

Тел. (495) 775-71-21  
[zarezov@vtb.ru](mailto:zarezov@vtb.ru)

Синдикация  
Алексей Лушин

Тел. (495) 775-71-13  
[lushin@vtb.ru](mailto:lushin@vtb.ru)