

Информационный меморандум



Облигационный заем

**Группы компаний
«ТехноНИКОЛЬ»**

3 000 000 000 рублей

Организаторы:

ИНМОС-БАНК

 **РОСБАНК**

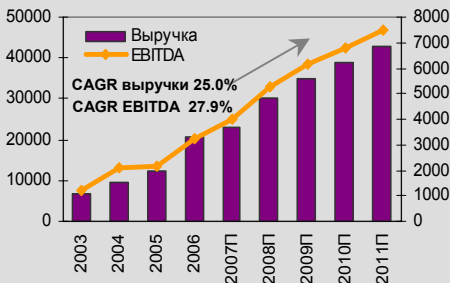
Май 2007

Оглавление	Стр.
Резюме проекта	3
Основные параметры займа	4
Цели размещения облигационного займа	5
Краткая информация о Группе компаний	6
История создания и структура Группы	6
Участники и руководство Группы	7
Система управления	8
Основные производственные активы Группы	9
Продукция, рынки и положение Группы в отрасли	12
Кровельные материалы	12
Теплоизоляционные материалы	15
Операционная деятельность	19
Стратегия развития и инвестиционная политика Группы	24
Стратегия развития до 2011 года	24
Основные инвестиционные проекты Группы	25
Финансовое состояние ГК ТехноНИКОЛЬ	27
Прогноз основных показателей на 2007-2009гг.	32
Контакты	33
Ограничение ответственности	33

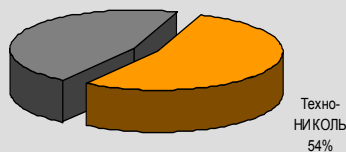
Основные показатели ФХД Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ», 2003-2005 (управл. учет), 2006 (проформа МСФО), 2007г. (прогноз, управленческий учет), млн. руб.

	2003	2004	2005	2006	2007П
Выручка	6767	9522	12160	20 746	23 000
ЕБИТ	990	1769	1637	2 493	2 646
ЕБИТДА	1184	2097	2140	3 214	4 020
Проценты к уплате	2	15	47	246	690
Чистая прибыль	925	1754	1556	2 126	1 830
Собственный кап-л	3997	5713	8004	13 853	15 979
Финанс. долг	34	34	631	2 934	8 500
Активы, всего	4324	6075	9156	18 719	25 479
-внеоборотные	2404	3579	5600	12 491	17 617
-оборотные	1920	2496	3556	6 228	7 862
Долг/Выручка	0.01	0.00	0.05	0.14	0.37
Долг/ЕБИТДА	0.03	0.02	0.29	0.91	2.11
Долг/СК	0.01	0.01	0.08	0.21	0.53
Долг/Активы	0.01	0.01	0.07	0.16	0.33
СК/Активы	0.92	0.94	0.87	0.74	0.63
ЕБИТДА/Проц. плат	543.12	135.62	45.49	13.09	5.83

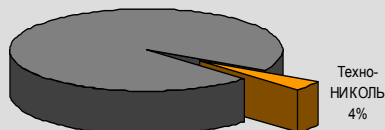
Динамика выручки и прибыли и Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ», 2003-2009Пгг.



Доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» по объему производства на рынке кровельных материалов в РФ (в кв. м), 2006г.



Доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» по объему производства на рынке теплоизоляционных материалов (в куб.м) в РФ, 2006г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Резюме проекта

• Группа компаний «ТехноНИКОЛЬ» (далее по тексту также «Компания», «холдинг» или «Группа» (ГК)) - **крупнейший в России и в Европе производитель** ограждающих конструкций зданий и сооружений: **систем плоской и скатной кровли, гидро-, звуко- и теплоизоляции**. Доля Группы по объему производства в кв.м на российском рынке кровельных материалов по итогам 2006 года составила 54.1%, на рынке скатной кровли – 4-5% (в отдельных сегментах, в частности, по гибкой черепице – до 55%), на рынке теплоизоляционных материалов - 4% (по каменной вате – до 12%).

• ГК «ТехноНИКОЛЬ» – не только крупнейший игрок, но и **«основатель» российского рынка** наплавляемых кровельных и гидроизоляционных материалов.

• Холдинг «ТехноНИКОЛЬ» **входит в сотню крупнейших российских частных компаний**: по итогам опубликованного в октябре 2006 года ежегодного рейтинга холдинг занял 99 место (критерием служила выручка 2005г.).

• «ТехноНИКОЛЬ» объединяет в себе чрезвычайно динамично развивающийся производственный проект и столь же стремительно растущую торговую сеть. На сегодняшний день производственные активы ГК «ТехноНИКОЛЬ» включают **21 завод в России, 1 – в Беларуси, 1 – в Литве и 1 – в Украине**, общая численность производственных линий - **34**. Стабильное качество, актуальность и соответствие производимых материалов инновационным технологиям обеспечивают собственный научный центр ТехноНИКОЛЬ и современное лабораторное оборудование, которым оснащены заводы Компании.

• Группа **обладает собственной широкой торговой сетью** – более 180 сбытовых подразделений и 6 представительств находятся во всех крупнейших городах России, городах с численностью населения более 200-300 тыс. чел., а также охватывают территорию стран СНГ, Балтии, Восточной Европы (Польша, Венгрия, Румыния, Чехия, Турция). Результатом реализации комплексного подхода к производству, построению филиальной сети и гибкой политики продаж является достижение признания у более чем **50 тыс. потребителей** - организаций и физических лиц.

• Активом Группы также является профессиональная команда топ-менеджеров, основной состав которой работает в холдинге более 10 лет.

• Продукция Группы поставляется более чем в 35 стран мира, объем экспорта по итогам 2006г. (включая страны СНГ и Балтии) составил более **210 млн. долл.* (23.5% общего оборота холдинга**, в том числе 171 млн. долл. по кровельному направлению, 39 млн. долл. по теплоизоляционному направлению).

• Структура продаж Группы **сильно диверсифицирована**: на долю 10 крупнейших потребителей, включая оптовых покупателей, по результатам 2006г. приходится 6.86% поставок.

• Рынок кровельных материалов приближается к насыщению и темпы роста рынка в ближайшие 2-3 года не превысят 5-7% в год, темпы роста рынка теплоизоляционных материалов составляют 15-16% в год и прогнозируется, что данная тенденция сохранится и в ближайшие годы. Сегменты рынка, в которых работает Группа (производство систем плоской и скатной кровли и современных гидро- и теплоизоляционных материалов), являются **одними из самых быстрорастущих подотраслей производства строительных материалов (рост в этих сегментах составляет от 8% до 15% по кровле и 20-25% в год по теплоизоляции)**.

• Группа «ТехноНИКОЛЬ» - одна из самых быстрорастущих компаний отрасли: в 2006г. **консолидированная выручка холдинга выросла на 71% до 20.75 млрд. рублей** с 12.16 млрд. рублей. По итогам 2011г. выручка должна достичь 43 млрд. рублей.

• Проформа отчетности по МСФО (подготовленная компанией «ПРАДО Аудит») отражает справедливую стоимость активов Группы, определенную по результатам их оценки независимым оценщиком «НПО Эксперт»: по итогам 2006г. активы Группы составили **18.7 млрд. рублей**, в т.ч. сумма основных средств – **12.3 млрд. рублей**.

• Политика холдинга по привлечению заемных денежных средств до размещения облигаций была крайне консервативной: финансовый долг по итогам 2004г. – 34 млн. руб., по итогам 2005г. – 640 млн. рублей, по итогам 2006г. – **2 934 млн. рублей**, долг/выручка 2006г. – **0.14**, долг/ЕБИТДА – **0.91**, долг/собственный капитал – **0.21**.

• Данный заем размещается для финансирования инвестиционной программы Холдинга. При этом по итогам размещения займа показатель Долг / Выручка 2006г. не превысит **0.39**.

• Группа имеет **уникальные позиции с точки зрения возможностей консолидации активов** в отрасли, а также существенные финансовые ресурсы для осуществления самых амбициозных планов и проектов.

• Стратегией развития Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ» предусмотрено **дальнейшее увеличение производственных мощностей** (на 3-4 кровельных линии и 1-2 теплоизоляционные в год), **увеличение доли рынка** на целевых направлениях, **укрепление позиций на новых рынках сбыта**, в т.ч. в Восточной, Северной и Центральной Европе. Залогом успешной реализации выбранной стратегии является постоянное изучение потребностей клиентов, работа только высококвалифицированных специалистов, введение новых технологий и системный подход к развитию компании.

* - здесь и далее, если не указано иное, используются данные управленческой отчетности ГК «ТехноНИКОЛЬ».

Основные параметры займа

Эмитент:	ООО «ТехноНИКОЛЬ-Финанс»
Поручители:	ООО «Кровельная компания Технофлекс», ООО «Руфинвест», ООО «СТЕДИНВЕСТ», ООО «Управление Кровля» ООО «Стройпроект»
Дата государственной регистрации:	11 мая 2007г.
Государственный регистрационный номер:	4-02-36183-R
Объем выпуска по номиналу:	3 000 000 000 рублей
Номинал облигации:	1 000 рублей
Дата погашения:	07 марта 2012 года (4.8 года)
Амортизация долга:	отсутствует
Оферта на досрочный выкуп:	2.3 года
Форма и вид облигаций:	неконвертируемые процентные документарные на предъявителя с обязательным централизованным хранением
Купонный период:	Дата выплаты 1-го купонного дохода – 13.09.2007г., последующие купоны - 182 дня
Размер купона:	Ставка первого купона определяется на конкурсе при размещении облигаций. Ставки 2-5-го купонов равны 1-му, ставки последующих определяются решением Эмитента
Цена размещения:	100% от номинала
Способ размещения:	открытая подписка
Депозитарий:	НП «Национальный депозитарный центр»
Совместные организаторы:	«НОМОС-БАНК»(ЗАО) ОАО АКБ «РОСБАНК»
Технический андеррайтер:	ОАО АКБ «РОСБАНК»
Платежный агент:	«НОМОС-БАНК»(ЗАО)
Агент по приобретению (оферте):	ОАО АКБ «РОСБАНК»

Выбор эмитента и поручителей для данного облигационного займа обусловлен особенностями построения группы компаний «ТехноНИКОЛЬ»: в качестве эмитента выбрана специально созданная компания, а поручителями по данному облигационному займу выступают ключевые операционные компании холдинга, в т.ч. крупнейшая операционная компания Группы и основной центр выручки холдинга - ООО «Управление кровля», компании, являющиеся крупнейшими балансодержателями активов холдинга – ООО «Кровельная компания Технофлекс», ООО «Руфинвест», ООО «Стединвест», а также компания, развивающая новое направление деятельности холдинга – теплоизоляцию – ООО «Стройпроект».

С учетом того, что управление, кредитная и инвестиционная политика в холдинге централизованы, данный облигационный заем размещается в интересах всей Группы компаний, поэтому в данном меморандуме анализируется финансовое состояние и кредитный риск Группы в целом.

Цели размещения облигационного займа

Целью размещения облигаций является финансирование инвестиционной программы холдинга

Облигационный заем осуществляется Эмитентом с целью привлечения денежных средств для финансирования инвестиционной программы Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ», а именно: создания новых и реконструкции старых производственных мощностей, приобретение новых производственных линий, что в конечном итоге приведет к увеличению производственных мощностей ГК.

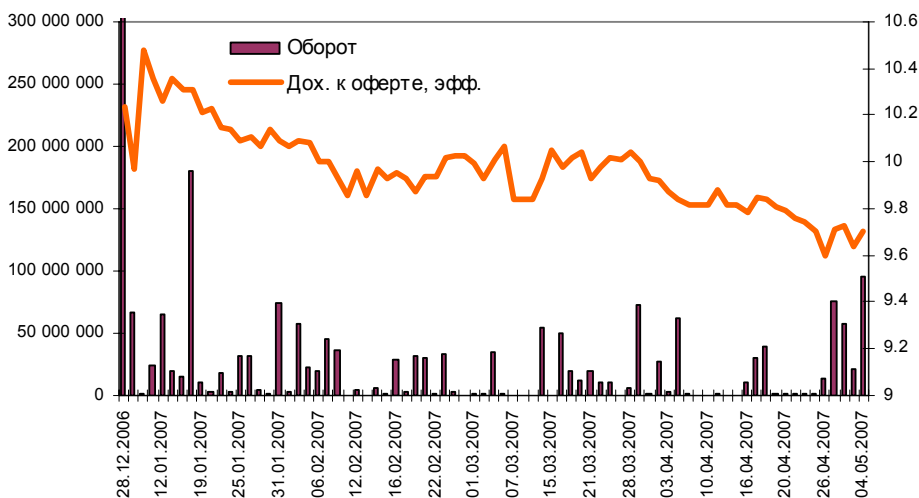
Общая сумма инвестиционной программы Группы на 2007-2009гг. составляет порядка 18.5 млрд. рублей и будет профинансирована как за счет собственных, так и заемных средств (в соотношении 54/46).

Данный выпуск облигаций является вторым в публичной кредитной истории Группы компаний ТехноНИКОЛЬ. Первый заем был размещен 15 ноября 2006 года (1.5 млрд. рублей, оферта 1.5 года, ставка купонного дохода 10.0%) и в настоящее время является одним из наиболее ликвидных инструментов 2-3-го эшелона. Средства, привлеченные в результате размещения 1-го выпуска облигаций, были использованы, как и было продекларировано в информационном меморандуме, на следующие цели:

- 950 млн.руб. - погашение кредитов,
- 350 млн. – строительство кровельного завода в Сибири,
- 100 млн. – новая кровельная линия на заводе в Ульяновске,
- 100 млн. - новая кровельная линия на заводе в Рязани.

Эмитент планирует пройти процедуру листинга облигаций 1-го выпуска на ММВБ в ближайшие 1-2 месяца

Динамика доходности и объемов торгов облигаций ГК «ТехноНИКОЛЬ»-1, 2006-2007гг.



Источник: ММВБ

Краткая информация о Группе компаний

История создания и структура Группы

Группа компаний «ТехноНИКОЛЬ» была образована в 1993г. и в настоящий момент является лидером российского рынка кровельных, гидро- и теплоизоляционных материалов, а также одним из крупнейших производителей данных материалов на территории Европы. Группа производит и поставляет направляемые рулонные материалы для плоской кровли, гибкую черепицу для скатных кровель, рубероид, битум, холодные и горячие мастики, праймер и другие кровельные материалы, а также минераловатный утеплитель и экструзионный пенополистирол в качестве теплоизоляционных материалов.

В настоящее время ГК «ТехноНИКОЛЬ» - это обширный производственно-сбытовой комплекс, включающий 24 производственных предприятия, а также собственную торговую сеть, насчитывающую более 180 отделений, филиалов и представительств, а также около 60 независимых дилеров и дилерских сетей по всей территории России, в странах СНГ, Балтии и Европе. По состоянию на 01.01.2007г. в ГК «ТехноНИКОЛЬ» работают более 6 100 сотрудников, в т.ч. 3 600 в производственных подразделениях, 2 300 - в торговой сети, 150 человек - в управлении.

Холдинг «ТехноНИКОЛЬ» объединяет более 250 дочерних обществ: каждый завод представляет собой группу юридических лиц, в которой разделены функции держателя основных фондов, собственно производства и торговли. Такая структура достаточно устойчива и защищает интересы производства и собственников. Управляющие компании концентрируют основные денежные потоки по своим направлениям.

По видам производимой продукции производственное подразделение Группы компаний делится на следующие направления:

- производство кровельных и гидроизоляционных материалов (управляющая компания – ООО «Управление кровля»);
- отдельные проекты, включая производство теплоизоляции (управляющая компания – ООО «Стройпроект»).

За 14 лет своего существования Группа продемонстрировала внушительную динамику своего развития, причем только за последние 3 года Группа выросла более чем в 3,5 раза.

1993 - основание Компании «ТехноНИКОЛЬ» и открытие первого офиса в Москве,

1994 - начало производства качественных наплавляемых кровельных и гидроизоляционных материалов на заводе в Выборге,

1995 - открытие первого регионального торгового отделения в Санкт-Петербурге,

1996 - присоединение к Компании «ТехноНИКОЛЬ» завода «Крома» (г. Рыбинск),

1996 - 1997 - освоение производства современных битумно-полимерных материалов,

1999 - пуск завода «Технофлекс» - самого современного на тот момент в России предприятия по выпуску битумно-полимерных кровельных и гидроизоляционных материалов,

2000 - присоединение к Компании «ТехноНИКОЛЬ» заводов «Минводы-Кровля» (г. Минеральные воды) и «Технокром» (г. Новоульяновск). Открыто еще 5 региональных торговых отделений,

2001 - торговая сеть активно развивается и к концу года состоит уже из 35 региональных отделений. Присоединение к Компании «ТехноНИКОЛЬ» Литовского завода «Gargzdu MIDA»,

2002 - компания «ТехноНИКОЛЬ» вошла в пятерку крупнейших европейских компаний производителей кровельных материалов. В этом же году был разработан и выпущен новый продукт - гибкая черепица SHINGLAS®,

2003 - запуск завода «ТехноТОП» (г. Воскресенск Московской области) и приобретение завода по производству теплоизоляции из минерального волокна «АКСИ» (г. Челябинск),

2004 - в торговой сети уже 80 филиалов во всех странах СНГ. Открытие первого офиса в Варшаве (Польша). К Компании «ТехноНИКОЛЬ» присоединился завод «НКРЗ» (Нижний Новгород). Начат выпуск битумных и битумно-полимерных мастик и праймеров на заводах в Воскресенске, Выборге и Учалах,

2005 - состоялся запуск: завода «Стекловолокна» (бренд «NICOGlass»®) по производству стекловолокна; завода по производству рулонных кровельных материалов в Украине (г. Днепропетровск); завода по производству гибкой черепицы SHINGLAS®. Впервые в России начато производство композитной черепицы на заводе Luxard. Удачное завершение сезона и по итогам года «ТехноНИКОЛЬ» вышла на первое место в Европе по производству кровельных мембран,

2006 - запуск первой очереди завода «ТЕХНО» (г.Рязань). Компания «ТехноНИКОЛЬ» вошла в тройку лидеров рынка минералватных теплоизоляционных материалов,

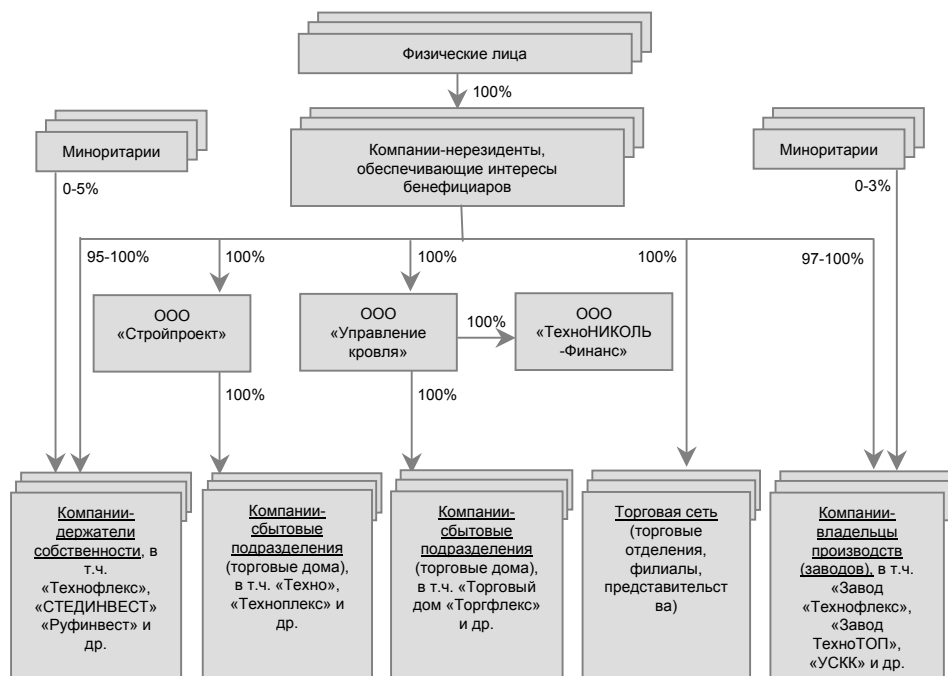
**24 завода,
34 производственных
линии, собственная
торговая сеть по
всей территории
России, в СНГ,
Балтии и Европе**

2007 (план) – открытие 2-х заводов по производству теплоизоляционных материалов (экструзионного пенополистирола) общей мощностью 600 тыс. м3 в год (г.Рязань, Учалы, май, июль 2007г. соответственно); пуск завода по производству минеральной ваты мощностью 60 тыс. тонн в год (г.Заинск, сентябрь 2007г.); установка второй линии на заводе «ТЕХНО» (июнь 2007г.); строительство нового кровельного завода в Сибири, г.Юрга (пуск первой линии – май 2007г., второй линии – сентябрь – октябрь 2007г.); открытие завода по производству ПВХ-мембран (г.Рязань).

Структура Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ» на 01.01.2007г.

Холдинг вертикально интегрирован

Поручителями по данному займу являются компании, закрывающие 2 основных направления развития холдинга – производство кровельных материалов и теплоизоляцию, а также 3 компании, являющиеся крупнейшими держателями активов холдинга



Участники и руководство Группы

Бенефициарами Группы является ее топ-менеджмент:

- Рыбаков Игорь Владимирович – 50%,
- Колесников Сергей Анатольевич – 50%,

Основными бенефициарами холдинга являются его топ-менеджеры

Текущий Совет директоров ГК «ТехноНИКОЛЬ» сформирован в 2003г., в его состав входят:

ФИО	Год рождения	Должность	Стаж работы в ГК «ТехноНИКОЛЬ»
Колесников Сергей Анатольевич	1972	Председатель Совета директоров	14 лет
Рыбаков Игорь Владимирович	1972	Член Совета директоров, Председатель Правления, Генеральный директор ООО «ТехноНИКОЛЬ-Финанс»	14 лет
Марков Владимир Валерьевич	1972	Коммерческий директор торговой сети «ТехноНИКОЛЬ»	13 лет
Завьялов Александр Викторович	1952	Генеральный директор Завода «Шинглас»	12 лет
Бодылевский Эдуард Владимирович	1949	Генеральный директор Завода «Минводы-Кровля»	6 лет

«Костяком» команды менеджеров холдинга можно считать владельцев Группы, руководителей ключевых блоков и директоров основных подразделений холдинга, профессионалов в своих областях, большинство из которых проработало в холдинге более 10 лет

Среди ключевых менеджеров Холдинга следует также назвать:

ФИО	Год рождения	Должность	Стаж работы в ГК «ТехноНИКОЛЬ»
Нестеров Анатолий Владимирович	1969	Заместитель Председателя Правления по производству, Директор ООО «Управление кровля»	13 лет
Махоткина Жанна Анатольевна	1970	Заместитель Председателя Правления по финансам	14 лет

Основная команда топ-менеджеров Группы не менялась с 1993-1996гг., т.е. более 10 лет. Значительный опыт работы ключевых менеджеров в выбранных сегментах рынка, знание международных стандартов ведения бизнеса и современных тенденций развития мирового рынка кровельных материалов в значительной степени способствуют быстрому развитию Группы компаний.

Необходимо также отметить, что Группа постоянно пополняется новыми высококвалифицированными менеджерами, работает система дополнительного образования и повышения квалификации сотрудников компании, заранее рассчитывается необходимое количество и квалификационный состав персонала для новых направлений и производств и ведется подготовка и подбор кадров так, чтобы к моменту запуска производства в состав команды входили как опытные специалисты, проработавшие на других предприятиях Группы и имеющие возможность передать опыт и наработки Группы, так и достаточное количество новых специалистов.

Система управления

В холдинге действует четкая **двухуровневая система управления: единый корпоративный центр – предприятия и подразделения.**

В корпоративном центре сосредоточены функции стратегического планирования, организационного развития, управления финансами и инвестициями, развития информационных технологий в рамках всей Группы, public relations и investor relations, формирование и реализация политики в области качества, координация НИОКР, обоснование инвестиций в развитие производства и освоение новых технологий, кооперация между предприятиями и торговой сетью, глобальная логистика, а также решение вопросов, связанных с решением стратегических маркетинговых задач, позиционированием Группы, приобретением новых активов и созданием новых производств, проработкой вариантов и развитием новых направлений.

На уровне предприятий реализуются функции оперативного управления производством и сбытом, материально-техническим снабжением, персоналом, расчеты с поставщиками и подрядчиками, обеспечение «обратной связи» с покупателями и рынком в целом, логистика.

Для обеспечения более эффективной работы Группы компаний в целом созданы комитеты и рабочие группы, объединяющие специалистов корпоративного центра и подразделений, в частности:

- Комитет по мотивации,
- Финансовый комитет,
- Комитет по ценообразованию,
- Комитет по безопасности,
- Комитет по улучшениям процессов Компании,
- Комитет по IT-технологиям.

Кроме этого существуют Управления по всем основным направлениям деятельности Компании:

- Управление «Кровля»,
- Управление «Торговая сеть»,
- Управление «Каменная вата»,
- Управление «Гибкая черепица»,
- Управление «Экструзионный пенополистирол».

Объем инвестиций в развитие Группы компаний в период с 1998 по 1 кв. 2007г. составил более 14.9 млрд. рублей

Только за 0.5 года, прошедшие с даты размещения 1-го облигационного займа Компании, были запущены 3 новых и приобретен 1 завод

Использование новейшего оборудования позволяет минимизировать влияние «человеческого фактора», обеспечить стабильно высокое качество продукции при доступных ценах

В ближайших планах Компании – запуск новых линий на 7 заводах Группы, а также решения о строительстве новых мощностей в других странах СНГ

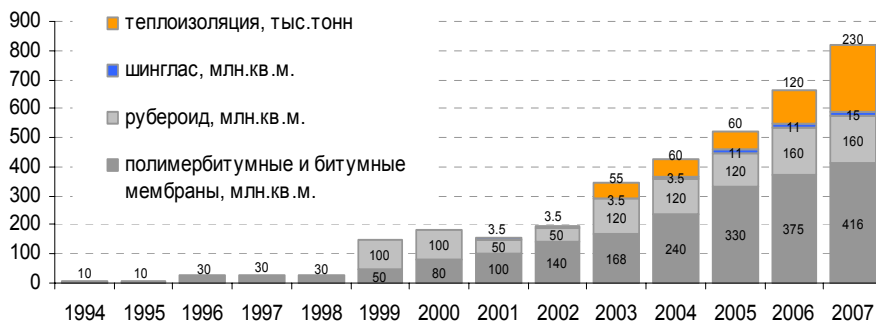
Основные производственные активы Группы

Группа «ТехноНИКОЛЬ» является одной из самых быстрорастущих российских компаний в сегменте строительных материалов. Основным фактором роста доходов Группы – развитие производственной и торговой инфраструктуры Группы в результате реализации масштабной инвестиционной программы. Так, например, из 24 входящих в настоящий момент в холдинг заводов, 9 были приобретены (и полностью модернизированы), остальные производства были построены «с нуля». Капитальные вложения Группы за период с 1998 по 1 кв.2007гг. составили порядка 14.9 млрд. рублей (из них 4.9 млрд. рублей в 2006году и 3.7 млрд. рублей в I-м квартале 2007г.), при этом порядка 75% общего объема инвестиций пришлось на строительство новых заводов и установку новых линий, а остальные 25% - вложения в торговую инфраструктуру Группы.

В настоящее время в состав производственных активов холдинга «ТехноНИКОЛЬ» входят:

- 14 заводов по производству рулонных кровельных, гидроизоляционных материалов и гибкой черепицы (+1 со времени размещения первого облигационного займа);
- 5 заводов по производству теплоизоляционных материалов (+3 со времени размещения первого облигационного займа);
- завод по производству композитной черепицы (г.Воскресенск);
- завод по производству стеклохолста (г.Воскресенск);
- завод по производству минеральных посыпок для кровельных материалов (г.Учалы);
- завод по производству кровельного картона и картонно-бумажной упаковки (г.Учалы);
- завод по производству картонных гильз и втулок (г.Воскресенск).

Динамика развития производственных мощностей ГК «ТехноНИКОЛЬ», 1994-2006г., 2007(план)



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Производственная инфраструктура Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ» охватывает соответственно весь цикл производства кровельных и гидроизоляционных материалов, а также теплоизоляционных материалов – от получения и хранения сырья до поставки в торговую сеть упакованных строительных материалов, полностью готовых к продаже.

Большинство производственных мощностей Группы по выпуску кровельных материалов (около 85%) оснащены современным оборудованием, изготовленным ведущим итальянским производителем Boato International. Основными поставщиками оборудования для производства теплоизоляционных материалов выступили заводы Eurovek (Словения) и Selen (Дания). Компьютерная система управления на каждом из производств позволяет добиться высокого качества и высокой производительности труда при минимальном количестве рабочего персонала (большинство заводов имеют численность персонала порядка 100-200 чел.).

Производственные активы Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ» охватывают на сегодняшний день 11 городов России (+Хабаровск со времени размещения дебютного облигационного займа). Кроме того, по одному заводу расположено на Украине (г.Днепропетровск), в Белоруссии (г.Осиповичи) и Литве (г.Гарджай).

Стратегия развития Группы «ТехноНИКОЛЬ» нацелена на дальнейшее развитие производственных активов: инвестиционная программа Группы предусматривает строительство 3-4 новых кровельных линий и 1-2 теплоизоляционных линий в год и(или) покупку действующих предприятий. В частности, в планах Компании - запустить новые производственные линии в Ульяновске, Выборге, Минеральных Водах, Подмоскowie, Белоруссии, Литве и на Украине, рассматриваются варианты строительства заводов в Казахстане и других странах СНГ.

Строительство производственных мощностей в Белоруссии объясняется большими предпочтениями для внутренних производителей, а также созданием выгодной позиции для экспорта в Центральную и Восточную Европу. Завод Группы в Литве является единственным кровельным заводом в странах Балтии, и увеличение его мощностей призвано обеспечить замену импорта в стране и обеспечить необходимые объемы экспорта в страны Северной и Центральной Европы. На украинском рынке позиции местных игроков достаточно слабые и значительная часть потребления кровельных материалов обеспечивается импортной продукцией. Цель строительства линии на Украине – замещение импорта и создание выгодной платформы для экспорта продукции в страны Центральной Европы и Турцию.

География производственных мощностей (заводов) ГК «ТехноНИКОЛЬ» по состоянию на 20.04.07г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Широта географического охвата в производстве позволяет Группе минимизировать транспортные расходы и оптимизировать логистические процессы

В качестве примеров развития производственных активов в Группе компаний «ТехноНИКОЛЬ» можно привести историю нескольких заводов:

Завод «Технофлекс» (Рязань): в 1998 году начато строительство, а в июле 1999 года запущено производство. В тот момент данное предприятие было одним из самых современных в Европе заводов по производству кровельных и гидроизоляционных материалов (лидерами в этом отношении в настоящий момент уже являются построенные в 2006-начале 2007г. другие кровельные заводы ГК «ТехноНИКОЛЬ»). Основная специализация завода «Технофлекс» - производство СБС (SBS) - модифицированных кровельных материалов, наиболее полно отвечающих российским климатическим условиям.

В апреле 2002 года была введена в эксплуатацию вторая производственная линия, позволившая начать выпуск принципиально новых рулонных кровельных и гидроизоляционных материалов - самоклеящихся материалов («Техноэласт С», «Барьер ОС» и «ОС ГЧ») и материалов для вентилируемой кровли («Техноэласт Вент», «Унифлекс Вент»). Таким образом, в настоящее время предприятие выпускает более 170 видов битумных и полимерно-битумных материалов, а также гидроизоляционные материалы класса «Премиум», экспортные марки, а также материалы с различными свойствами для специального применения, например, для защиты от радона, от прорастания растений и др.

На заводе установлены высокотехнологичные производственные линии итальянской компании Voato International. Общая производительность составляет более 3 млн. кв. м продукции в месяц.

Завод «ТехноТОП» (Воскресенск): изначально проектировался как крупнейшее в России производство наплавляемых рулонных кровельных и гидроизоляционных материалов (битумных и полимер-битумных мембран). Запуск первой линии на заводе был осуществлен в июне 2003 года.

Объемы производства завода «ТехноТОП» с момента запуска первой линии увеличились в 5 раз. Сегодня завод выпускает битумно-полимерные рулонные и гидроизоляционные материалы стандарт-класса «Унифлекс» и «Экофлекс», материалы премиум-класса «Техноэласта» и «Вестопласта», а также самоклеющиеся материалы и материалы для создания «дышащих» кровель и однослойных кровельных покрытий.

«Урало-Сибирская Кровельная Компания» (Учалы): один из приобретенных и полностью модернизированных холдингом заводов. Учалинский картонно-рубероидный завод (ныне - ООО «Урало-Сибирская Кровельная Компания») был пущен в эксплуатацию в 1975 году. Завод производил рубероид различных марок, пергамин и рубемаст. Поставки продукции осуществлялись не только на внутренний рынок, но и за рубеж.

Темпы внедрения инноваций очень высоки - каждый год ГК «ТехноНИКОЛЬ» выпускает по 5-10 новых материалов, иногда - спецмарки под конкретный проект

*Производственные
компании Холдинга
обладают всеми
необходимыми лицензиями и
разрешениями, 5
предприятий
сертифицированы по
системе менеджмента
качества ISO 9001-2001*

В конце 1999 года завод вошел в компанию «ТехноНИКОЛЬ» и начался новый этап его развития. В кратчайшие сроки была проведена полная модернизация производства. Сегодня ООО «УСКК» - крупнейший производитель кровельных и гидроизоляционных материалов в России и основной экспортер кровельных материалов в страны Средней Азии.

На заводе действуют четыре автоматизированные линии с системой автоматического пакетирования итальянской компании Voato.

В настоящее время ООО «Урало-Сибирская Кровельная Компания» предлагает широкий ассортимент продукции от эконом-класса до премиум-класса. С 2004 г. ООО «УСКК» освоило еще одно исключительно востребованное на рынке строительных материалов направление - производство праймера - холодных и горячих мастик, которые позволяют без усилий осуществить гидроизоляцию труднодоступных мест, изготовить наливную кровлю, защитить стальные конструкции от коррозии и многое другое.

Завод «ТЕХНО» (Рязань): строительство завода «ТЕХНО» по производству теплоизоляционных материалов в городе Рязань, начавшееся в сентябре 2005 года и завершившееся в мае 2006 года, является важным этапом деятельности Компании «ТехноНИКОЛЬ», так как позволяет не просто усилить свои позиции как одного из крупнейших в России производителей теплоизоляционных материалов, но и даёт возможность стать лидером российского рынка теплоизоляции.

Мощность завода (2 производственные линии производительностью 60 тыс тонн утеплителя в год каждая) позволит устранить дефицит теплоизоляционных материалов в центральных областях России. Завод производит теплоизоляцию для плоских кровель, фасадов и общестроительную теплоизоляцию различных марок (Техно Руф, Техно Вент, Техно Лайт и др.)

«Нижегородский картонно-рубероидный завод» (Нижний Новгород): основан в 1934 году для производства мягких кровельных материалов - различных видов рубероида. В 2003 году предприятие вошло в состав ГК «ТехноНИКОЛЬ» и получило необходимые инвестиции на обновление устаревших производственных фондов. Это позволило НКРЗ в короткий срок провести модернизацию кровельного производства, установить передовое высокотехнологичное оборудование и начать выпуск современных кровельных материалов.

В настоящее время НКРЗ является единственным в регионе производителем мягких кровельных покрытий, изоляционных и прокладочных материалов нового поколения (гарантийный срок службы такой кровли составляет 15-20 лет) и одним из ведущих предприятий России по объему и качеству выпускаемой продукции. Ежегодно НКРЗ производит более 50 млн кв. м различных видов материалов на битумной и битумно-полимерной основе.

Благодаря выгодному географическому расположению НКРЗ обеспечивает кровельными материалами предприятия различных регионов России, включая всю европейскую часть страны. Продукция завода поставляется в крупнейшие города России - Москву, Санкт-Петербург, Чебоксары, Казань, Киров, Владимир, Иваново, Саранск, Пензу, Марий-Эл и другие.

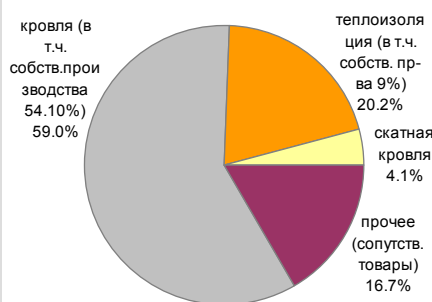
Продукция, рынки и положение Группы в отрасли

Бизнес Группы хорошо диверсифицирован по производимой продукции: основными направлениями маркетинговой стратегии Группы были выбраны и остаются 2 сегмента строительных материалов, каждый из которых имеет огромный потенциал и позитивные прогнозы в отношении высоких темпов роста в ближайшие десятилетия с учетом как внутренних, так и внешних (в т.ч. глобальных) факторов:

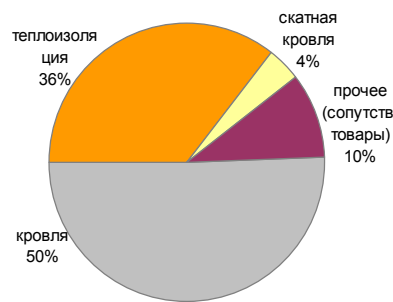
- производство и продажа гидроизоляционных и кровельных материалов (систем плоской и скатной кровли);
- производство и продажа теплоизоляционных материалов, в первую очередь минеральной (каменной) ваты и экструзионного пенополистирола.

Два основных направления – кровельные материалы (59% в объеме выручки) и теплоизоляция (20% в настоящее время с прогнозом роста до 36%)

Доли направлений в структуре выручки Группы, 2006г.



Доли направлений в структуре выручки Группы, 2011г.(прогноз)



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

В настоящее время в структуре выручки от продаж продукции наибольший удельный вес составляют кровельные материалы (около 55%). Несмотря на быстрый рост данного сектора рынка, стратегией Группы предусмотрено постепенное сокращение его доли до 50.5% к 2011 году в общей выручке за счет более динамичного развития других высокорентабельных направлений – теплоизоляционных материалов, в частности минеральной (каменной) ваты и экструзионного пенополистирола. При этом в каждом из выбранных секторов деятельности Группы «ТехноНИКОЛЬ» планирует постепенное увеличение своей доли рынка.

Кровельные материалы

Россия занимает одно из первых мест по производству кровельных и гидроизоляционных материалов в мире, а емкость рынка в денежном выражении оценивается специалистами в 1.3 - 1.4 млрд. долл.США в год.

Динамика производства и потребления кровельных материалов в стране определяется в значительной степени состоянием основных потребителей: строительных организаций и физических лиц (частное домостроение). Рынок частного домостроения зависит от общего макроэкономического развития страны и растет пропорционально росту доходов и платежеспособности граждан. Рынок жилищного домостроения является приоритетным национальным проектом: реализация программы «Доступное жилье» стимулирует активность строителей на рынке жилья и способствует повышению спроса на кровельные материалы. Промышленное строительство также характеризуется потоком больших инвестиций в крупномасштабные проекты. Развитие строительной отрасли, увеличение объемов строительных и ремонтных работ стимулирует рост рынка строительных материалов, в том числе кровельных.

На рынке кровельных материалов можно выделить два основных сегмента по функциональному назначению: материалы для плоских кровель и материалы для скатных кровель. Для плоских кровель, как правило, применяются только мягкие материалы, для скатных крыш – и мягкие, и жесткие (штучные) материалы. По данным экспертов, на долю плоской кровли приходится около 80% рынка в натуральном выражении и более 40% в стоимостном выражении.

По мнению экспертов, рынок кровельных материалов в России является сформировавшимся и постепенно достигает насыщения: если в европейских странах (Финляндия, Швеция) объем производства кровель на душу населения составляет порядка 2.5 кв.м, то в России данный показатель по итогам 2006г. приближается в 2 кв.м. Среднегодовые темпы роста рынка плоской кровли составляют около 8%, более рентабельные подсегменты (полимерные и битумно-полимерные материалы) растут на 15-25% в год, в том числе за счет вытеснения (и постепенного сокращения производства) более дешевого и ненадежного рубероида. В будущем (до 2010-2011г.) прогнозируется замедление темпов роста рынка до 5-7% в год.

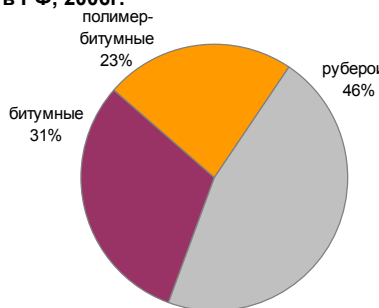
Емкость рынка кровельных материалов в России достигает 1.3-1.4 млрд. долл.США, однако рынок близок к насыщению

Темпы роста рынка – около 8% в год

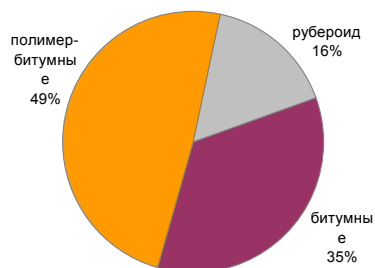
В 2006 году производство кровельных мембран в России выросло на 17.3% до 337.1 млн. м2

Рынок плоской кровли

Структура рынка плоской кровли (в кв.м) в РФ, 2006г.



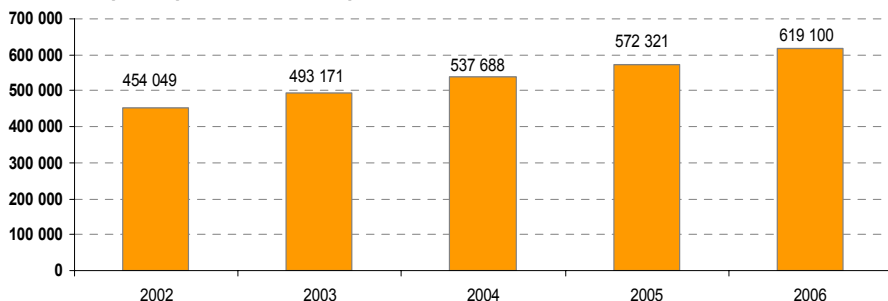
Структура рынка плоской кровли в РФ в стоимостном выражении, 2006г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Только за последний 2006 год доля рубероида на рынке сократилась с 54% в натуральном выражении и 19% в стоимостном до 46% и 16% соответственно, при этом значительно увеличилась доля более долговечных и качественных полимербитумных материалов (с 21% и 44% соответственно до 23% и 49%).

Динамика роста рынка плоской кровли в РФ, 2002-2006гг., тыс.м2



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

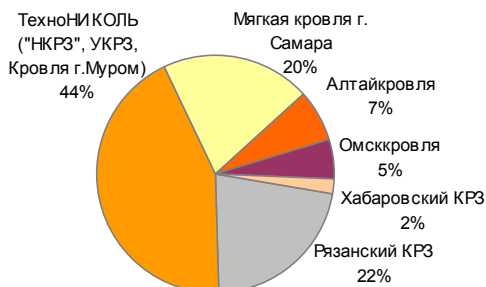
ГК «ТехноНИКОЛЬ» - крупнейший производитель плоской кровли в России и Европе

«ТехноНиколь» занимает 55% российского рынка материалов для плоской кровли

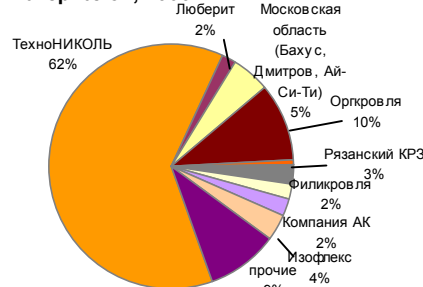
В сегменте кровельных материалов для плоских кровель представлена, в основном, продукция отечественных производителей: в России порядка 65 предприятий производит кровельные и гидроизоляционные материалы. При этом отрасль характеризуется высокой концентрацией: в различных сегментах на тройку лидеров приходится 70-90% объема производства.

Лидирующие позиции по всем сегментам рынка последние годы удерживает ГК «ТехноНИКОЛЬ». По итогам 2006 года на долю Группы приходится около 55% всего российского производства кровельных материалов для плоских кровель (в кв.м). Компании Группы производят 43.8% от всего производимого в России рубероида и 62.7% от производимых битумных и битумно-полимерных мембран.

Российские производители рубероида, 2006г.



Российские производители битумных и битумно-полимерных материалов, 2006г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Отрасль характеризуется высокой концентрацией и жесткой конкуренцией: мелкие производители вынуждены консолидироваться или уходить с рынка

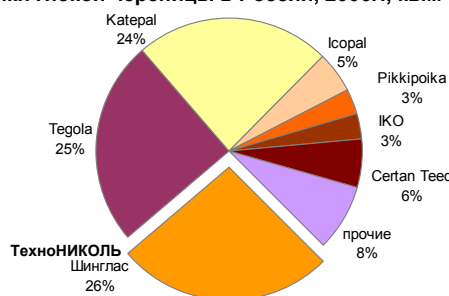
Рынок скатной кровли

В скатных кровлях по-прежнему широко распространен шифер, доля которого в объеме продаж составляет более половины, кровельное железо (до 20%), а также стремительно наращивающие свое присутствие металлочерепица, профильный лист (профнастил) с полимерным покрытием, битумная и цементно-песчаная черепицы. В данном сегменте часто импорт преобладает над материалами, производимыми в России.

Структура продаж материалов для скатной кровли в России, 2006г.

Материал	Объем продаж в РФ, тыс. кв.м	Объем продаж в РФ, млн. руб.
шифер	80 000	6 800
металл	49 000	8 820
битумный волнистый лист	12 000	2 040
гибкая черепица	10 600	1 908
натуральная черепица	2 500	625
прочие	-	20
Итого:		20 213

На рынке скатной кровли Группа представляет продукцию в сегменте «Гибкая черепица» под брендом Shinglass (Шинглас), объем продаж по итогам 2006г. составил 726 млн. рублей.

Крупнейшие поставщики гибкой черепицы в России, 2006г., кв.м


Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Рынок скатной кровли в разрезе продаж характеризуется достаточно высокой долей импорта, однако большинство зарубежных производителей не имеет и не планирует в ближайшее время локализацию производств в России – следовательно, у российских производителей есть возможность при гибкой ценовой политике увеличить свою долю присутствия на рынке. Так, например, ГК «ТехноНИКОЛЬ», занимая в продажах в сегменте «Гибкая черепица» 7% рынка по итогам 2004 года, увеличила свою долю в 2006 году до 25-26%.

Конкуренты

На российском рынке ГК «ТехноНИКОЛЬ» развивается за счет получения долей рынка конкурентов и завоевывания смежных рынков (рынок Украины, Казахстана и т.д.). Кроме того, как уже указывалось, существенный рост направления кровельных и гидроизоляционных материалов идет за счет активного замещения рубероида (сегмент традиционных материалов) на кровельную мембрану (более дорогой, качественный и долговечный материал).

Объективно ситуация на кровельном рынке складывается таким образом, что реального конкурента в России для Компании «ТехноНИКОЛЬ» в настоящее время нет - есть конкуренты либо на локальных рынках, либо в отдельных сегментах рынка:

- сегмент дорогих материалов: основным конкурентом является ГК «Изофлекс»: занимает порядка 40% рынка, оборот 40 млн. долл. США (доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» в данном сегменте – около 60%);
- сегмент материалов в средней ценовой категории: конкурент «Оргкровля», занимает порядка 15% рынка с оборотом 40 млн. долл. США (доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» - около 80-85%);
- сегмент традиционных материалов (рубероиды): при рыночной доле холдинга в 30% наиболее сильными конкурентами в данном сегменте являются Рязанский КРЗ (30% рынка) и Самарский КРЗ (20%);
- сегмент гибкой черепицы: Katepal (24% рынка) и Tegola (25% рынка), однако их доля год от года падает.

В качестве потенциального конкурента в России, представленного как и ГК «ТехноНИКОЛЬ», практически во всех сегментах рынка, можно рассматривать датскую компанию Icorpal (Икопал). На данный момент инвестиционная активность этой компании в России очень мала (строительство 3 линий за 2 года). Чтобы составить ГК «ТехноНИКОЛЬ» реальную конкуренцию, Icorpal должен вводить в эксплуатацию по 4-5 линий в год на протяжении последующих пяти лет.

Эта же компания является реальным конкурентом ГК «ТехноНИКОЛЬ» в Европе: как и «ТехноНИКОЛЬ» Icorpal является международной компанией и находится на сопредельных с

Доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» на рынке скатной кровли в РФ в сегменте гибкой черепицы составляет до 25-26% по продажам и до 55% по объему производства

Наиболее сильный конкурент ГК «ТехноНИКОЛЬ» на российском и европейских рынках – компания Icorpal (Дания) с сопоставимым годовым оборотом

**Качественная теплоизоляция
значительно дешевле
расходов на электро- и
теплоэнергию**

**Экструзионный
пенополистирол и
минеральная вата в несколько
раз эффективнее
традиционных материалов**

**На долю России
приходится около 4%
мирового потребления
всех видов
теплоизоляционных
материалов**

холдингом территориях, однако объемы производства в последние годы практически не растут. Пользуясь слабостью игроков на рынках Европы, ГК «ТехноНИКОЛЬ» активно занимает эти рынки путем:

- покупки заводов вместе с их рынками сбыта,
- прямыми продажами продукции по конкурентным ценам через собственную торговую сеть, открытие филиалов и представительств.

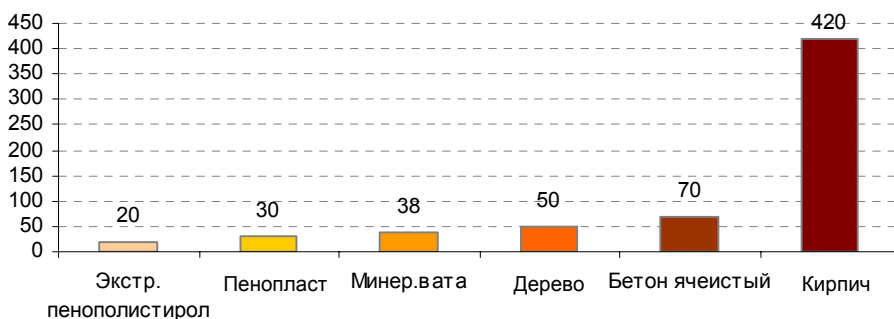
Теплоизоляционные материалы

Востребованность теплоизоляционных материалов в современном мире очевидна - 53% энергоресурсов в мире тратится только на обогрев и охлаждение (исследование «Дома будущего, 2003г.», проведенное для Deutsche Energie-Agentur).

Наибольшую озабоченность проблемой сохранения энергии путем использования в строительстве современных теплоизоляционных материалов в настоящее время проявляют европейские страны - это связано прежде всего с их возрастающей зависимостью от импорта энергоресурсов - с 50% до 70% по разным оценкам. С 1 января 2006 года все 25 европейских стран, Норвегия и Швейцария следуют директиве об энергетической эффективности строений, в результате которой стандарты теплоизоляции в строительстве во многих странах были ужесточены до 30%. Качественная теплоизоляция значительно дешевле расходов на производство и оплату необходимого количества электро- и теплоэнергии: в среднем оптимальная с точки зрения местного климата **теплоизоляция увеличивает стоимость строительства на 5-15%, однако экономия только на обогреве помещений составляет 88%!**

Кроме того, современные теплоизоляционные материалы обладают рядом технологических характеристик (низкая теплопроводность, долговечность, химическая инертность и биологическая стойкость (т.е. экологическая чистота и отсутствие разложения), отсутствие водопоглощения, большой диапазон температур применения (от -50 до +75С, а по отдельным видам - и до 1000С), а также - простота и удобство применения, что ведет к сокращению времени и стоимости строительства).

Сопrotивление теплопередаче различных материалов (необходимая толщина, мм)

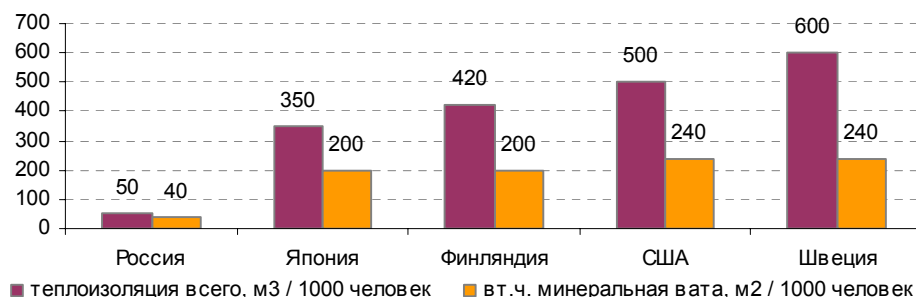


Источник: ГОСТы и технические условия (ТУ) по строительным материалам

По данным Discovery Research Group, мировой рынок теплоизоляции оценивается в **20–25 млрд. долл. США**, а российский рынок по оценкам специалистов – в **2.5-3 млрд. долл. США**.

В настоящее время коммунальное хозяйство в России характеризуется низкой обеспеченностью теплоизоляционными материалами и высокими затратами энергии: на единицу жилой площади расходуется в 2-3 раза больше энергии, чем в соседних европейских странах.

Обеспеченность теплоизоляционными материалами в различных странах, 2006г.



Источник: EURIMA (European mineral wool manufacturers association insulation)

По прогнозам экспертов, общая потребность в утеплителях для всех отраслей хозяйства Российской Федерации к 2010 году составит примерно 50-55 млн. м3, в том числе для жилищного строительства – 18-20 млн. м3, при этом объем собственного производства теплоизоляции к 2010 году согласно отчету, подготовленному отраслевым «Центром информации, технико-экономических и маркетинговых исследований в стройиндустрии», достигнет лишь 22.1 млн. м3.

С 1998 года в России действуют новые нормы по теплозащите ограждающих конструкций здания. С их принятием закончилась эпоха однослойных стен, которые при разумной толщине оказались не способными обеспечить требуемую теплотехнику. Это по силам лишь многослойным стенам, частью которых является эффективный утеплитель. В условиях увеличения объемов строительства, ремонтных и отделочных работ, качественные теплоизоляционные материалы — весьма востребованный товар на российском рынке стройматериалов. В 2006 году объем продаж теплоизоляционных материалов на российском рынке увеличился на 20% до 27.5 млн. м3.

Применительно ко всем материалам на Центральный регион приходится наибольший объем потребления, основными потребителями теплоизоляции на региональных рынках России являются Уральский, Сибирский и Дальневосточный регионы – в сумме на их долю приходится около 49% российского потребления утеплителей. Структура потребления материалов в том или ином регионе связана с наличием сравнительно мощного местного производства этих материалов.

Материал	Емкость российского рынка, 2005г., тыс. куб. метров						
	С-3-регион	Центральный	Приволжский	Южный	Урал. регион	Сибир. регион	Дальневосточный
стекловата	1000-1100	2500-2650	750-850	340-370	450-550	800-870	550-600
минеральная вата	850-900	2800-3000	1300-1400	450-500	1500-1600	1500-1600	300-400
экструзионный пенополистирол	90-110	230-260	40-60	15-25	70-80	40-50	15-25

Источник: Обзор рынка теплоизоляционных материалов и фасадных систем регионов России 2006, Агентство строительной информации

Принципиально структура продаж теплоизоляционных материалов в России близка к структуре, сложившейся в экономически развитых странах, где волокнистые утеплители занимают 60-80% от общего выпуска теплоизоляционных материалов. При этом структура рынка по объему и выручке существенно отличаются. Кроме того, наиболее рентабельными в производстве являются минеральная (каменная) вата и экструзионный полистирол – материалы, выпускаемые ГК «ТехноНИКОЛЬ».

Рост рынка качественной теплоизоляции – 131%

Одной из важных тенденций последнего времени стал опережающий рост доли качественных теплоизоляционных материалов в структуре потребления в России:

- рынок теплоизоляционных материалов в целом: + 24% роста, в т.ч.:
- материалы на основе стекловолокна: +26%,
- материалы на основе минеральной ваты, традиционные: +8%,
- материалы на основе минеральной ваты, инновационные, высококачественные: +31%,
- пенополистирол: +22%,
- ячеистый бетон: +12% роста.

По итогам 2005 года, рост объема рынка качественных теплоизоляционных материалов составил 131.1%, что значительно превышает аналогичный показатель для рынка теплоизоляции в целом. Это связано не только с ростом спроса на них или модернизацией старых предприятий - значительную роль в этом играет увеличение мощностей крупнейших производителей и, введение новых мощностей на предприятиях по производству теплоизоляции.

По оценке экспертов Discovery Research Group, в течение следующих нескольких лет темпы роста рынка будут на уровне 15%, при этом доля изделий из каменной ваты ежегодно будет увеличиваться на 3-5% за счет сокращения доли материалов из стекловолокна и пенопласта и уже в 2007 году составит не менее 60% рынка в стоимостном выражении. Самым активным считается сегмент экструзионного пенополистирола, потенциал которого, по оценкам специалистов, увеличивается на 25-30% ежегодно.

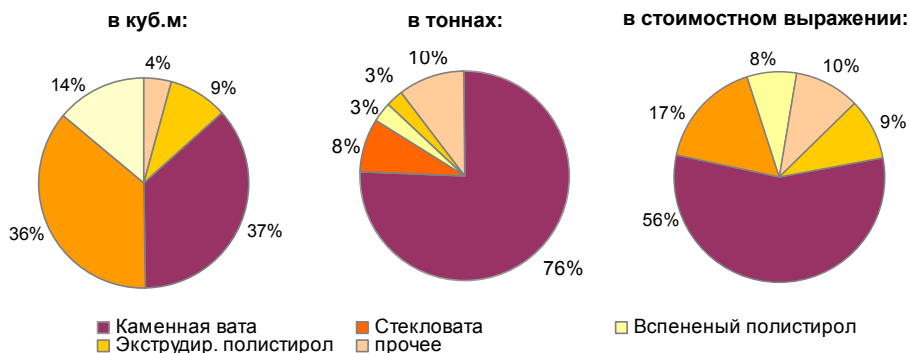
Российский рынок теплоизоляции с темпами роста около 20% в натуральном выражении считается одним из самых быстро растущих в Европе

Европейские производители контролируют в настоящий момент более 47% отечественного рынка теплоизоляции

В условиях жесткой конкуренции ГК «ТехноНИКОЛЬ» не только сохраняет, но и наращивает свое присутствие на рынке теплоизоляции

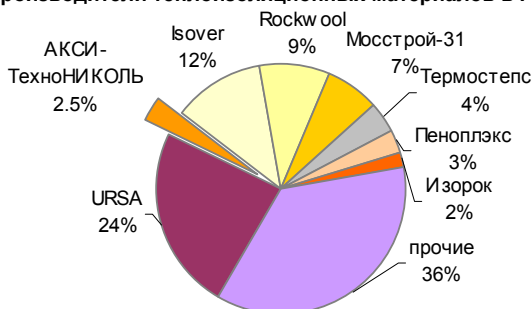
По итогам 2007г. Группа планирует занять 7% рынка теплоизоляционных материалов в России

Структура рынка теплоизоляционных материалов в России, 2006г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Крупнейшие производители теплоизоляционных материалов в России (в м куб.), 2005г.



Источник: Госкомстат

Стоит, однако, отметить, что в последние годы российские компании (например, «ТехноНИКОЛЬ», ГК «Пеноплэкс», «Термостепс») приступили к строительству и модернизации заводов по производству теплоизоляционных материалов, что должно сказаться на повышении качества их продукции, и, в свою очередь, позволить российским производителям успешно конкурировать с западными компаниями.

Направление теплоизоляционных материалов — одно из самых молодых и динамично развивающихся подразделений группы «ТехноНИКОЛЬ». В 2005 году доля Группы на данном рынке составляла 2.5%, в 2006 году — 4%, в 2007 году Группа планирует занять 7% рынка. В конце 2003 года в состав Группы вошел Челябинский завод «АКСИ» - один из четырех крупнейших в России производителей негорючих теплоизоляционных материалов из минеральной ваты. Продукция «АКСИ» хорошо известна и востребована на территории России и стран ближнего зарубежья.

В секторе теплоизоляции в настоящее время ГК «ТехноНИКОЛЬ» активно развивает 2 сегмента – производство минеральной ваты и экструзионного пенополистирола.

Минеральная вата является одним из наиболее распространенных теплоизоляционных материалов в мире. Диапазон свойств, которыми обладает минеральная вата, очень широк – она абсолютно не горюча (выдерживает температуры до 1000С), характеризуется низкой теплопроводностью, высокой паропроницаемостью (что важно для жилищного строительства), влагостойкостью, прочностью.

Объем продаж минеральной ваты в РФ по итогам 2006 года составил 850 тыс. тонн. По статистике продаж, которую ведет ГК «ТехноНИКОЛЬ», по итогам 2006 года наибольшей популярностью минеральная вата пользовалась в качестве утеплителя для плоских кровель, однако, по оценкам специалистов, в течение ближайших лет данная тенденция может измениться в пользу других секторов – строительства сэндвич-панелей, вентилируемых и штукатурных фасадов и др.

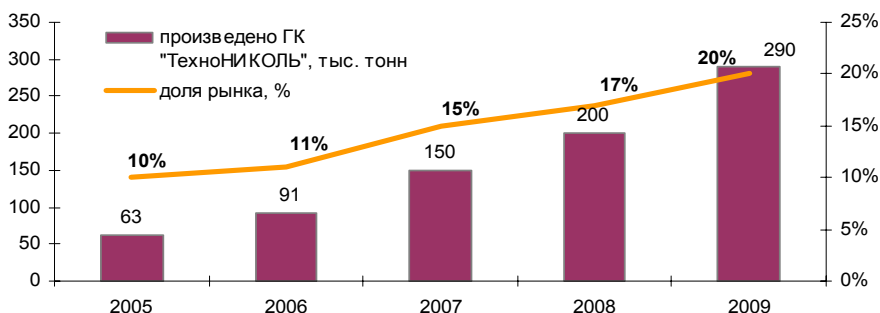
Направление использования	Средняя плотность, кг/куб.м	Доля в продажах			
		2006	2007	2008	2009
Общестроительная теплоизоляция	до 50	25%	35%	35%	35%
Вентилируемые фасады	50-100	10%	10%	10%	10%
Штукатурные фасады	130-150	0%	5%	10%	10%
Плоские кровли	100-190	65%	35%	20%	20%
Сэндвич-панели	100-135	0%	15%	25%	25%
Итого		100%	100%	100%	100%

По производству минеральной ваты ГК «ТехноНИКОЛЬ» занимает 2-ое место на российском рынке

На сегодняшний день, Группа «ТехноНИКОЛЬ» с рыночной долей 11% занимает **2 место по производству в сегменте «минералватная теплоизоляция»** рынка теплоизоляции. Лидером в данном сегменте с долей рынка 20.7% является компания Rockwool International. В 2007 году Группа планирует нарастить свою долю до 15%, произведя 150 тыс. тонн каменной ваты. Следует отметить, что с учетом продаж через собственную сбытовую сеть теплоизоляционных материалов других производителей, доля продаж ГК «ТехноНИКОЛЬ» в стоимостном выражении в 2006 году составила около 17%, что сравнимо с величиной доли Rockwool в стоимостном выражении.

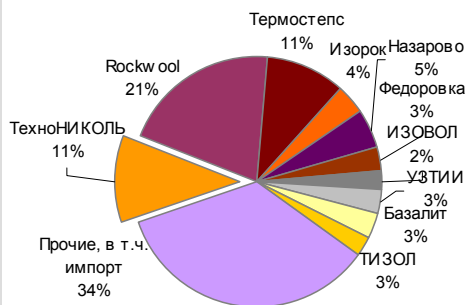
В результате реализации ГК «ТехноНИКОЛЬ» намеченной инвестиционной стратегии и ввода новых производственных мощностей, распределение долей ведущих производителей рынка минеральной ваты должно измениться к 2009 году и доля рынка ТехноНИКОЛЬ по общей сумме продаж должна составить, согласно прогнозам, **около 20%**.

Доля ГК «ТехноНИКОЛЬ» на рынке производства минеральной (каменной) ваты в РФ (в тыс. тонн), 2005-2008Пг.

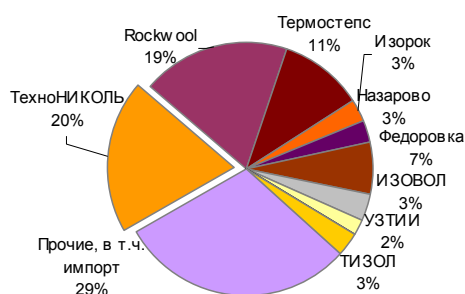


Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Доля рынка ведущих производителей мин. ваты в РФ (в тыс.тонн), 2006г.



Доля рынка ведущих производителей мин. ваты в РФ (тыс. тонн), 2009г (прогноз)



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

К 2009 году планируется увеличить долю Группы в сегменте минеральной ваты до 19-20%

Новый материал ГК «ТехноНИКОЛЬ» в сегменте теплоизоляции – экструзионный пенополистирол

В 2007 году ГК «ТехноНИКОЛЬ» выходит на рынок экструзионного пенополистирола с продуктом ТЕХНОПЛЕКС 35. Плиты из данного материала обладают одним из самых низких коэффициентов теплопроводности среди широко применяемых в строительстве утеплителей. При этом плиты не снижают свои теплоизоляционные свойства при непосредственном контакте с водой и обладают рядом других технических характеристик, позволяющих их использовать в различных отраслях и различных климатических условиях (негорючесть, морозоустойчивость, химическая инертность и др.). Планируется, что наиболее широко ТЕХНОПЛЕКС 35 будет применяться для теплоизоляции инверсионных, эксплуатируемых и традиционных кровель, для утепления полов, в слоистой кладке и в штукатурных фасадах.

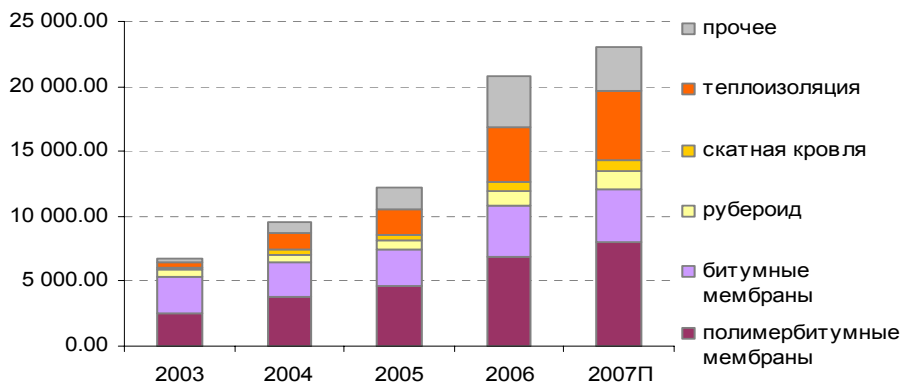
В настоящий моменте ГК «ТехноНИКОЛЬ» строит одновременно два завода по производству экструзионного пенополистирола: в г.Рязани и г.Учалах (Башкирия) (пуск намечен на май и июль 2007г.). Оба завода будут оснащены оборудованием немецкой компании Verstorff. Первоначально на каждом заводе будет установлено по одной линии производительностью 300 тыс. м3 в год, в дальнейшем планируется увеличение мощностей заводов.

Операционная деятельность Группы

Структура выручки Группы

По итогам 2006 года основная доля доходов Группы компаний приходится на продажу полимербитумных (33% консолидированной выручки) и битумных мембран (19.1%), прочих кровельных материалов (рубероид, скатная кровля и т.п.) – 11%, а также теплоизоляционных материалов (20.2%) и сопутствующих товаров через собственную сбытовую сеть (16.7%). По данным холдинга, совокупный объем продаж кровельного направления холдинга составил в 2006г. 13.091 млрд. рублей (из них 11.95 млрд. рублей – собственного производства), годовая выручка теплоизоляционного направления - 4.191 млрд. рублей (из которых 1.96 млрд. рублей – продукция собственного производства).

Объем и структура выручки ГК «ТехноНИКОЛЬ», 2002-2006гг., 2007(прогноз), млн. руб.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Доля битумных материалов и рубероида в продажах постепенно сокращается за счет роста более доходных сегментов - теплоизоляции и скатной кровли

В 2005 и 2006 году наиболее быстрыми темпами росли доходы от продажи теплоизоляционных материалов (+37.7% в 2005 году, +126.7% в 2006 к уровню 2005 года), систем скатной кровли (+50.9% в 2005 году, +53.1% в 2006 к уровню 2005 года) и полимербитумных материалов (+20.3% и +49.7% соответственно), хотя в абсолютной величине доли теплоизоляционного направления пока уступает доле доходов по кровельному направлению. Высокий темп роста доходов обусловлен ростом масштабов производства, активным расширением сбытовой сети, клиентской базы, и, как следствие, увеличением доли рынка.

Система продаж и основные рынки сбыта

Основными рынками сбыта Компании являются:

- **розничный рынок** – рынок частного домостроения – составляет порядка 15-20% в общем объеме продаж Группы. Данный сегмент рынка развивается вместе с ростом благосостояния граждан.
- **рынок «Бизнес-Бизнес»** включает в себя четыре направления:
 - **малозэтажное домостроение, гидроизоляция** (5% от оборота Группы). Аналогично розничному рынку связан с ростом доходов населения.
 - **ЖКХ и гражданское домостроение** (35% от оборота Группы). Данный сегмент сильно зависит от государственного финансирования: увеличение вложений в ЖКХ и с целью реформирования, а также реализация программы «Доступное жилье», стимулирующее активность строителей на рынке жилья, подталкивает спрос на кровельные материалы.
 - **промышленное строительство** (35% от оборота Группы). Сегмент в настоящее время характеризуется потоком больших инвестиций и увеличением количества крупномасштабных строек.
 - **дорожные строительство, автотранспортные сооружения** (5% от оборота компании). Сегмент является потребителем самых рентабельных и высокодоходных видов продукции. Сложность сегмента – сильная зависимость от норм и стандартов. При активном участии Группы «ТехноНИКОЛЬ» разрабатываются новые проектные решения с использованием новейших специальных материалов, разрабатываемых Группой с учетом всех требований строительства данных конструкций и сооружений.

Сбытовая политика Группы ориентирована на поставки покупателям через собственную торговую сеть и продажи через обширную дилерскую сеть Группы. Продажи контрагентам напрямую с заводов являются исключением и составляют менее 1% общего объема продаж Группы.

Общее количество потребителей продукции Группы превышает 50 тыс.

Собственная торговая сеть Группы охватывает не только территорию всей России, но и стран СНГ, Балтии, Восточной Европы

53% продукции Группы реализуется через собственную сбытовую сеть, остальное - через независимых дилеров

Структура покупателей Группы сильно диверсифицирована, но относительно постоянна по составу

Структура продаж Группы сильно диверсифицирована: общее количество потребителей - организаций и физических лиц - превышает 50 тыс., на долю 10 крупнейших покупателей, включая оптовых (дилеров), по результатам 2006г. приходится только 6.86% поставок.

Собственная торговая сеть Группы насчитывает 180 отделений и охватывает все города России с населением свыше 200-300 тыс. человек, а также охватывает территорию стран СНГ, Балтии, Восточной Европы.

География торговой сети ГК «ТехноНИКОЛЬ» по состоянию на 20.04.07г.



Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

ГК «ТехноНИКОЛЬ» сотрудничает с более чем 60 независимыми дилерами и торговыми сетями, работающими в Западной и Восточной Европе, Скандинавии, Балтии, СНГ и в России. Через таких независимых дилеров и субдилеров реализуется немногим более 40% продукции Группы, причем заметна тенденция к постепенному снижению доли собственных продаж в структуре реализации продукции собственного производства холдинга от года к году в связи с ее признанием на многих рынках и невозможностью удовлетворить спрос всех клиентов посредством продаж только через собственную торговую сеть:

- 2004г. – 58% продукции продано через собственную торговую сеть,
- 2005г. – 56%,
- 2006г. - 53%,
- 2007(прогноз) – около 50%.

Таким образом, структура покупателей Группы весьма диверсифицирована и относительно постоянна.

Работа с независимыми дилерами обеспечивает дополнительную стабильность продаж, а повышенный спрос на продукцию Группы позволяет не только выбирать лучших дистрибьюторов, установив жесткие правила их отбора, но и получать качественную дополнительную (обратную) связь с рынком для учета всех тенденций его развития.

Система работы с дилерами отлажена таким образом, что количество дилеров и субдилеров в каждом регионе(городе) лимитировано в зависимости от количества проживающего населения, чтобы не создавать излишнюю конкуренцию. Кроме того, до 30 ноября текущего года каждый из дилеров согласовывает с Группой общий объем покупки каждого из материалов на следующий год и в последующем данная цифра может меняться только по согласованию сторон не более чем на 10%. Следовательно, около 50% объема производства холдинга законтрактовано на следующий год, что обеспечивает дополнительную устойчивость бизнеса Компании.

Структура реализации продукции ГК «ТехноНИКОЛЬ», 2006-2007Пг.

Продукция	2006		2007 Прогноз	
	Собств. торг.сеть	Независимые дилеры	Собств. торг.сеть	Независимые дилеры
полимербитумные мембраны	58%	42%	55%	45%
битумные мембраны	58%	42%	55%	45%
рубероид	38%	62%	40%	60%
скатная кровля	48%	52%	50%	50%
теплоизоляция	56%	44%	55%	45%

Совокупный объем продаж Группы за пределами России составил по итогам 2006 года 23.5% общего оборота Группы (210 млн. долл., + 75% к 2005 году)

Доля экспорта в страны СНГ увеличилась по сравнению с 2005 годом с 67.1% до 75.1% за счет начала поставок теплоизоляции на рынок Казахстана и Беларуси

Более гибкая ценовая политика Группы позволяет ей успешно конкурировать с европейскими производителями не только на территории СНГ, но и в Европе

Фактор сезонности продаж 2006г : I/II полугодие=34% / 66%

Фактор сезонности продаж 2007г : I/II полугодие= 37% / 63%

Помимо реализации на российском рынке продукция Группы «ТехноНИКОЛЬ» широко представлена на рынках стран СНГ, Балтии, Скандинавии, Восточной и Западной Европы. Совокупный объем продаж Группы за пределами России составил по итогам 2006 года 23.5% общего оборота Группы (210 млн. долл., для сравнения в 2005г. – 120 млн. долл. и 26% общего оборота Группы).

В настоящий момент ГК «ТехноНИКОЛЬ» осуществляет экспорт четырех типов продукции:

- рулонные битумные и битумно-полимерные материалы для кровли и гидроизоляции (порядка 68% от объема экспорта),
- битумная черепица для скатных кровель (шинглас) – порядка 11%,
- битум и произведенные из него жидкие продукты (мастики) – 2%,
- минеральная (каменная) вата – 19% (добавилась к экспортным материалам в 2007г.).

Основные рынки сбыта за границей на сегодняшний день – страны СНГ (75.1% по итогам 2006г.), и Балтии (12.9%). Приоритетные рынки для развития – страны ЕС, Восточной и Северной Европы.

Основным фактором конкурентоспособности продукции Группы на уже развитых европейских рынках станет более привлекательное соотношение «цена-качество». Продукция Группы реализуется по более низким ценам (в среднем на 3-5% по данным дистрибьюторов и собственной маркетинговой службы) при сравнимом качестве продукции, что обеспечивается благодаря более низкой стоимости необходимого в производстве сырья. Еще одним положительным моментом, способствующим росту продаж холдинга за рубежом является приостановка роста потребления на европейском рынке пластиковых кровельных мембран для крупных объектов и даже их замена на битумно-полимерные рулонные кровельные материалы, являющиеся основной продукцией Компании в этом сегменте рынка.

Среди рынков, на которых представлена продукция ГК «ТехноНИКОЛЬ» следует особо выделить Турцию как один из самых динамично развивающихся рынков Европы - в ближайшие годы холдинг планирует значительно (более чем 2 раза) увеличить поставки кровельных и теплоизоляционных материалов. Этому способствует как хорошая репутация продукции Группы для кровель коммерческих зданий и для частного домостроения (Шинглас), так и репутация ГК «ТехноНИКОЛЬ» как надежного и выгодного поставщика.

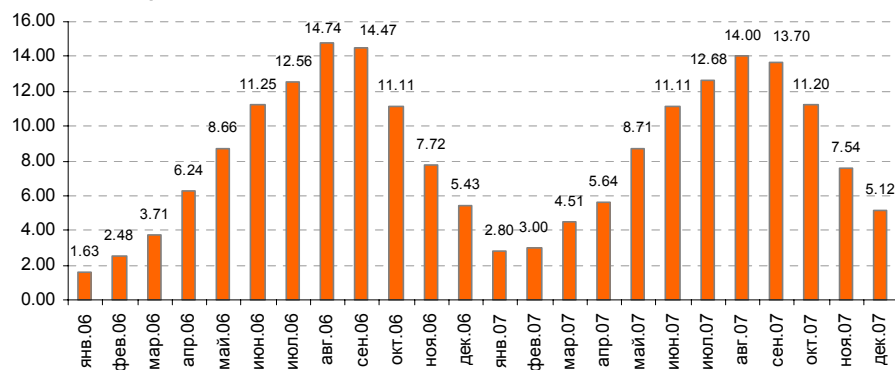
Продажи продукции Группы за рубежом организованы как активно развивающейся собственной сбытовой сетью, так и дилерской сетью. Так, например, по итогам 2006 года к собственным офисам Группы в Польше, Венгрии, Румынии и Турции в 2006 году прибавились офисы в Латвии и Эстонии, на очереди – открытие представительства в Германии во второй половине 2007 года. Запланированный на 2007 год рост экспортных продаж только по этим направлениям составляет более 30%.

Экспортные поставки обеспечиваются продукцией, производимой заводами Группы, расположенными ближе к Европе - в Беларуси, Литве и в Украине (что способствует максимальной загрузке их производственных мощностей и создает предпосылки для строительства новых), кроме того, часть продукции экспортируется из России (кровельные заводы Рязани, Воскресенска и Учалов).

Фактор сезонности

Как и у большинства операторов рынка строительных материалов, бизнес Группы «ТехноНИКОЛЬ» связан с сезонными колебаниями. Наиболее высокий объем продаж приходится на период с июня по октябрь (на эти пять месяцев приходится порядка 64% годового оборота), что связано с активизацией строительных организаций в этот период. Наименее активный период – декабрь-март – по итогам 2006-начала 2007 года на этот период пришлось 15.74% годового оборота.

Сезонность получения выручки ГК «ТехноНИКОЛЬ», 2006-2007гг. по месяцам, % от годового оборота



Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

**Срок планируемой оферты
рассчитан исходя из
максимального cash-flow
холдинга**

Анализ динамики получения выручки ГК «ТехноНИКОЛЬ» показывает, что фактор сезонности играет существенную роль в консолидированном результате деятельности холдинга, что характерно для предприятий отрасли производства строительных материалов. Однако, по мере роста холдинга в целом и дальнейшей диверсификации бизнеса, сезонные колебания постепенно сглаживаются.

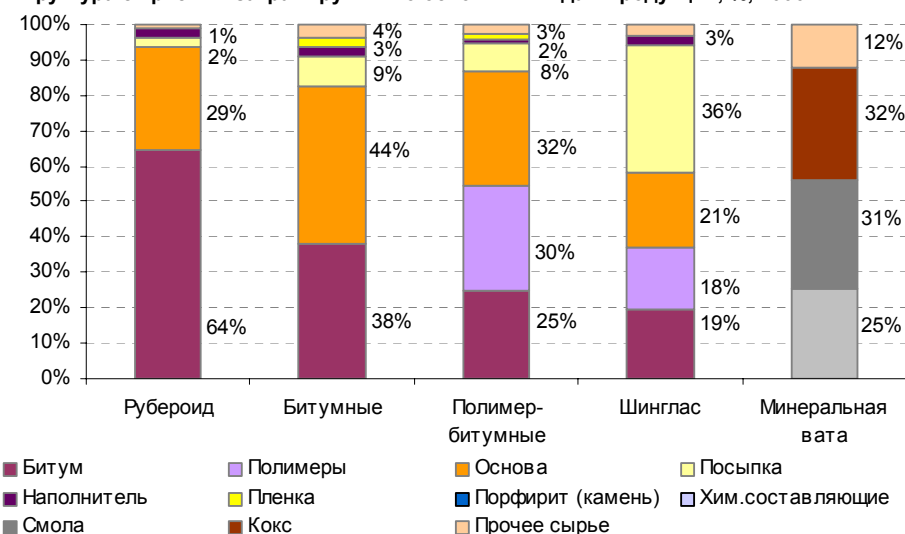
Таким образом, прохождение оферты в сентябре 2009 года, т.е. в течение 3-го квартала, когда величина среднеквартальной выручки максимальна, не представляется проблематичным для ГК «ТехноНИКОЛЬ».

Структура затрат и работа с поставщиками

Затраты на сырье формируют в целом по Группе около 80% себестоимости производимой продукции (по итогам 2006г.), при этом доля и состав используемого сырья на предприятиях Группы существенно различается в зависимости от специфики производимой продукции.

Основным сырьем для производства кровельных материалов служат битум, полимеры и основа (стеклоткань, стеклохолст, полиэфир), сырьем для производства минеральной ваты – порфирит, каменные заменители, кокс и различные химические составляющие, экструзионного пенополистирола – полистиролы и химические добавки (красители, антипирены, вспениватели и пр.), спирты.

Структура сырьевых затрат Группы по основным видам продукции, %, 2006г.



Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Среди постоянных поставщиков Группы – крупнейшие российские и зарубежные компании

Поставщиками сырья для производства продукции Группы «ТехноНИКОЛЬ» выступают как российские, так и зарубежные компании. По поставкам битума Группа работает с такими известными, проверенными партнерами как ЛУКОЙЛ (39% поставок битума по итогам 2006 года), ТНК-ВР (35.5% поставок), Салаватнефтеоргсинтез (7%), по поставкам основ - Johns Manville Sales GMBH (6.9% поставок основ по итогам 2006 года), Freudenberg Politec (9%), Freudenberg Texbond, Баутекс, Полоцкое Стекловолокно (20%). Доли поставщиков год от года изменяются в зависимости от установленных ими лимитов производства и предложенных ГК «ТехноНИКОЛЬ» условий сотрудничества (цен).

Доля импорта в закупках сырья активно сокращается и в 2007г. составит не более 8-10%

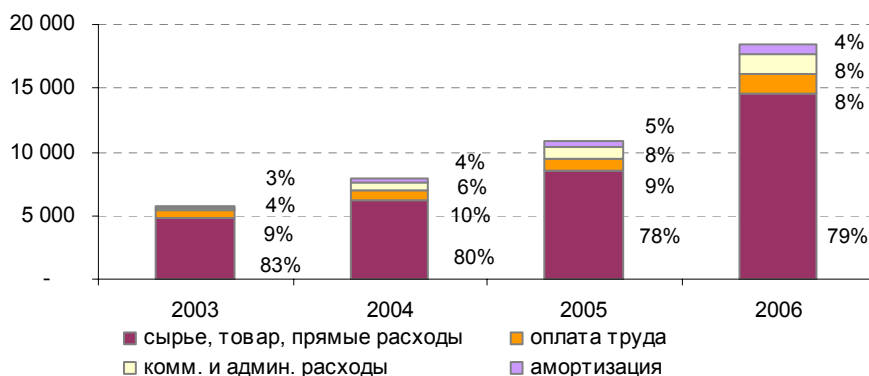
Покупка сырья у западных поставщиков прежде всего продиктована соображениями стабильности качества, однако в последнее время все больше западных производителей переносят свои производства в Россию и появляются дублирующие локальные поставщики, которые могут предложить сырье сравнимого качества по более низкой стоимости: если в 2005-2006 году импортируемые сырьевые компоненты составляли 25-30% общих закупок сырья, то согласно прогнозу 2007 года импорт сырья составит 8-10% и сохранится, в основном по химическим составляющим, полимерам, основам (стеклохолст и полиэфир), а также коксу специальных марок для теплоизоляционных производств.

Учитывая масштабы деятельности Группы, «ТехноНИКОЛЬ» всегда находится в более выгодном положении по отношению к другим игрокам рынка, имея возможность закупать сырье на 5-10% дешевле относительно конкурентов за счет больших объемов поставок. Однако для нивелирования риска недопоставок сырья Группой разработан ряд мер, в частности:

- **создание собственной сырьевой базы.** В настоящее время основу собственной сырьевой базы Группы составляют: завод по производству минеральной посыпки (мощностью более 60 тыс. тонн гранулята в год), обеспечивающий потребности Группы в посыпке для мягких кровель и завод по производству стекловолокна, покрывающий значительную часть потребностей Группы в основах (43% закупок),

- предварительные закупки сырья и создание необходимых запасов на сезон, в частности по битуму и полимерам, которые становятся дефицитными в летние месяцы и(или) могут вырасти в цене. Например, мощности битумохранилищ Группы обеспечивают хранение до 12% объема годового потребления битума. Помимо этого, Группа обладает крупнейшим парком окислительных установок, позволяющим из битума практически любого качества получать необходимый для производства кровельный битум;
- расширение базы поставщиков, поиск альтернативных поставщиков. Происходит постоянно, в том числе импортозамещающих, имеющих возможность предложить продукцию сравнимого качества по более низкой цене;
- работа непосредственно с производителями сырья и заключение контрактов на длительный срок, фиксация цены на максимально длинный срок защищают Компанию от риска возможного роста цен и отсутствия материалов в продаже (непоставок).

Динамика и структура конс. себестоимости ГК «ТехноНИКОЛЬ», 2003-2006г, млн. руб.



Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

В рамках системы управления результаты работы предприятий Группы в целом и по каждому функциональному блоку анализируются курирующим Управлением и корпоративным центром по итогам каждого отчетного периода. На основании проведенного план-фактного анализа и детального изучения причин возможных отклонений осуществляется корректировка планов и разрабатываются конкретные мероприятия для достижения поставленных целей.

Таким образом, в Группе функционирует эффективная система управления, обеспечивающая планирование, достижение поставленных целей и контроль полученных результатов, что сводит к минимуму все основные риски операционной деятельности и позволяет Группе достигать стабильных результатов: эффективный контроль над закупками и себестоимостью производимой продукции позволяет Группе поддерживать высокий уровень прибыли и рентабельности - по итогам 2006 года операционная прибыль достигла 2.5 млрд. рублей, операционная рентабельность составила 12%, чистая рентабельность – 10.2%.

Постепенное снижение доли сырья в структуре себестоимости отражает результаты деятельности Компании по поиску российских поставщиков, заменяющих импорт и предлагающих более низкую цену

Стратегия развития и инвестиционная политика Группы

Стратегия развития до 2011 года

Группа компаний ТехноНИКОЛЬ установила следующие **стратегические приоритеты и цели на 5 последующих лет**:

*Приоритеты на 5 лет:
существенный рост
производственных
мощностей и долей рынка*

- дальнейшее увеличение производственных мощностей и обеспечение высоких темпов роста Группы компаний при сохранении рентабельности на достигнутых уровнях. Цель – стать крупнейшей компанией отрасли строительных материалов на пространстве бывшего СССР;
- увеличение доли рынка на целевых направлениях, укрепление позиций Группы на новых рынках сбыта, завоевание рынков Украины, Беларуси, Казахстана, стран Прибалтики, Восточной Европы, Турции и др., выход на новые рынки сбыта, в т.ч. стран Северной и Центральной Европы. Цель - лидерство в области битумных кровель в СНГ и Европе, лидерство по объему выпуска теплоизоляционных материалов на рынках СНГ;
- выйти на уровень исполнения 90% заказов за 24 часа как за счет наличия гибких производств, так и за счет широкой сети дистрибуции;
- постоянный мониторинг и внедрение новых технологий в производственный процесс в целях повышения эффективности производства. Цель - быть технологическим лидером в области производства и дистрибуции кровельных, гидроизоляционных и теплоизоляционных материалов;
- постоянное изучение потребностей клиентов и выпуск инновационных продуктов, соответствующих лучшим мировым стандартам по качеству, техническим характеристикам и экологичности, разработка и освоение новых видов продукции, в том числе специализированных под индивидуальный заказ крупных клиентов.

*Свою миссию Группа
«ТехноНИКОЛЬ» видит в
создании надежных систем
кровли, гидро- и
теплоизоляции*

Предоставляя комплексные и эффективные решения в сфере кровельных гидро- и теплоизоляционных материалов, Группа «ТехноНИКОЛЬ» стремится способствовать успеху своих партнеров в бизнесе и созданию уюта их домашнего очага. Покупателями и партнерами ГК «ТехноНИКОЛЬ» являются как юридические лица – от частных строительных компаний до Управления делами Президента РФ, так и физические лица, приобретающие те или иные материалы для собственных домовладений.

Основные принципы работы Группы «ТехноНИКОЛЬ» были зафиксированы еще при ее создании:

- работать эффективно, ответственно и прибыльно;
- завоевывать и сохранять потребителей, предлагая им самые выгодные по соотношению «цена-качество» продукты и услуги;
- достигать в работе высоких показателей и обеспечивать долгосрочную, устойчивую позицию на рынке;
- соблюдать нравственные и законодательные нормы, не препятствуя свободной конкуренции на рынке;
- создавать максимальные возможности для профессионального роста и реализации потенциала сотрудников.

Для реализации вышеизложенных целей Группа разработала **долгосрочную стратегию развития**, предполагающую следующие задачи и мероприятия:

1. **развитие производственной базы Группы «ТехноНИКОЛЬ»:** Группа планирует устанавливать и вводить в эксплуатацию по 3-4 линии по производству кровельных материалов и 1-2 линии по производству теплоизоляционных материалов в год, что позволит увеличивать объем производства на 20-30% ежегодно.

2. **развитие торговой инфраструктуры и расширение географии продаж:** Группа планирует открывать по 5-10 торговых отделений в год и выйти на рынки всех городов России с населением свыше 100 тыс. человек. Помимо продвижения на рынках стран СНГ, Группа намерена освоить рынки Северной, Восточной и Центральной Европы. Стратегия продвижения на европейские рынки предполагает в том числе сотрудничество или партнерство с ведущими европейскими дистрибьюторами строительных материалов, открытие торговых отделений, представительств и, возможно, производств максимально близко к местам продаж.

3. **расширение ассортимента продукции:** выпуск новых видов продукции (5-10 наименований в год), разработка отдельных видов продукции для освоения новых европейских рынков.

4. **развитие технического сопровождения продукта:** Группа «ТехноНИКОЛЬ»

В планах на ближайшие годы – переход к европейской модели продажи комплексного проектного решения строительства кровли, гидро- и теплоизоляции

Один из «рецептов» успеха ГК «ТехноНИКОЛЬ» – амбициозные, но просчитанные до деталей планы и проекты в сочетании со значительными финансовыми возможностями

Общая сумма инвестпрограммы 2007-2009гг. - более 18.5 млрд. рублей, причем программа 2007г. – 9.34 млрд. рублей

осуществляет переход от позиционирования «продукт/цена» к позиционированию «продукт/техническая поддержка» и предлагает не просто качественную продукцию по хорошей цене, но систему, готовое проектное решение для тепло- и гидроизоляции, что обеспечивает более защищенные позиции Группы на рынке. Такой подход полностью соответствует европейской практике, обеспечивает большую лояльность клиентов и итоговую рентабельность деятельности производителя.

Среди **конкурентных преимуществ**, которыми обладает ГК «ТехноНИКОЛЬ», можно выделить следующие:

1) развитая сырьевая база. Собственные заводы по производству стеклохолста и изготовлению посыпки обеспечивают независимость Группы от единичных поставщиков сырья. Группа обладает крупнейшим парком окислительных установок, которые позволяют из битума практически любого качества получать кровельный битум необходимого качества. Объемы битумохранилищ Группы обеспечивают хранение до 12% объема годового потребления битума (таких резервов нет ни у одной компании на территории РФ), что особенно актуально в летний период, когда начинается дефицит битума.

2) мощная и современная производственная инфраструктура. На сегодняшний день Группа «ТехноНИКОЛЬ» обладает самыми развитыми производственными мощностями: 24 завода в разных регионах России и стран СНГ. Все производственные мощности Группы – последнее слово технологии в строительной индустрии, что обеспечивает Группе одну из самых высоких рентабельностей по подотрасли.

3) широкая и диверсифицированная сбытовая сеть. Собственная сбытовая сеть Группы «ТехноНИКОЛЬ» насчитывает на текущий момент порядка 180 торговых отделений. Помимо собственной торговой сети, порядка 40% продукции Группы реализуется через независимых трейдеров, что обеспечивает дополнительную обратную связь с рынком. При заводах организованы учебные центры, оказывающие техническую поддержку дилерам.

4) широта географического присутствия. Как производственные активы Группы, так и торговая инфраструктура характеризуются наиболее широким географическим охватом: производственные активы Группы расположены в 11 городах России, а также в Литве, Белоруссии и на Украине; собственная торговая сеть представлена во всех городах с населением более 200-300 тыс. человек.

5) НИОКР. Группа имеет собственный научный центр, который занимается созданием и внедрением в производство новых высокотехнологичных продуктов с большей добавленной стоимостью.

6) высокое качество производимой продукции. Лаборатории предприятий Группы «ТехноНИКОЛЬ» оснащены первоклассным оборудованием (которого нет ни у одного российского производителя), позволяющим осуществлять непрерывный, многоступенчатый контроль за качеством продукции. Продукция Группы на данный момент сертифицирована в 35 странах мира.

7) сильнейший персонал Группы. Сотрудники ГК «ТехноНИКОЛЬ» - высококвалифицированная команда профессионалов, обладающих значительным опытом работы во всех аспектах кровельной индустрии и теплоизоляционных материалов, включая производство, разработку новых видов продукции, продажи и маркетинг, финансы.

8) значительные финансовые возможности для финансирования дальнейшего развития. До 2005 года Группа фактически не привлекала заемных средств, финансируя инвестиционную программу за счет собственных средств. В настоящий момент холдинг зарекомендовал себя как надежный заемщик во многих российских и зарубежных банках. При низком уровне реальной долговой нагрузки ГК «ТехноНИКОЛЬ» использует не более 55% открытых на него кредитных лимитов, таким образом всегда существуют дополнительные ресурсы для финансирования инвестпрограммы.

Основные направления инвестиционной программы холдинга

В 2007-2009гг. на реализацию программы развития Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ», включающей в себя два основных направления – финансирование строительства новых и(или) приобретение действующих производственных мощностей и развитие торговой сети для более полного использования потенциала холдинга – планируется направить **более 18.5 млрд. руб.** Инвестиционная программа холдинга обычно утверждается на 3 года, т.к. сегменты рынка, на которых сосредоточена основная деятельность Группы компаний, развиваются быстрыми темпами и инвестиционные планы требуют корректировки каждый год.

В настоящий момент основной объем инвестиций по программе планируется направить на увеличение производственных мощностей Группы (90% инвестиций) и около 10% общей суммы – на развитие торговой сети, в частности, приобретение торговых и складских площадей.

После реализации инвестиционной программы планируется к 2009 году увеличить выручку ГК «ТехноНИКОЛЬ» до 35 млрд. рублей (43 млрд. руб. по итогам 2011г.) и показатель EBITDA до 6.15 млрд. рублей (7.5 млрд. руб. по итогам 2011г.).

IRR проектов по строительству линий производства мин.ваты достигает 39% при сроке окупаемости 3.7 года

Общее соотношение собственных и заемных средств в структуре источников финансирования инвестпрограммы – 54% / 46%

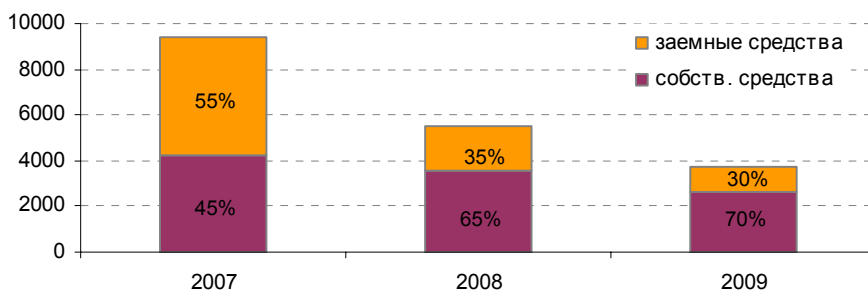
Общая концепция инвестпрограммы 2007г. – максимально быстрый ввод новых мощностей для соответственно занятия или увеличения доли рынка

Инвестиционная программа ГК «ТехноНИКОЛЬ» 2007-2009гг.

Направление	Место реализации	Количество	Макс. производительность	Стоимость проектов, млн. руб.
Теплоизоляция				
- минеральная вата	Рязань, Заинск, Черкассы, Юрга	8 линий	380 тыс. тонн	13 880
- экструзионный пенополистирол	Рязань, Учалы, Днепродзержинск, Ульяновск	6 линий	800 тыс. м3	2 150
Кровля				
- ПВХ-мембраны	Рязань	1 линия	10 000 тыс.м2	560
Торговая сеть				
- торговые площадки, складские помещения	города РФ, стран СНГ, Восточной и Центральной Европы, Турции	-	-	2 000
Итого:				18 590

По итогам I кв. 2007 инвестиционный план был профинансирован с опережением – 3.7 млрд. рублей вместо запланированных 3.218 млрд. рублей преимущественно за счет собственных средств и частично за счет банковских кредитов. Общая же структура источников финансирования инвестиционной программы 2007-2009гг. планируется следующая:

- 10.0 млрд. руб. – собственные средства;
- 8.5 млрд. руб. – заемные средства, в т.ч. данный выпуск облигаций.

Объем и структура источников финансирования инвестиционной программы ГК «ТехноНИКОЛЬ» 2007-2009гг.


Источник: ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Инвестиционная программа ГК «ТехноНИКОЛЬ» на 2007г.

Направления инвестирования	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	Итого 2007г.
Торговая сеть (торговая и складская недвижимость)	141	289	289	272	991
Кровельные заводы (монтаж новых линий, строительство нового завода)	481	192	177	161	1 011
Модернизация оборудования на ООО «Завод Стекловолокна»	22	26	18	15	81
Теплоизоляционные заводы, в т.ч.	2 535	2 215	1 576	834	7 160
- строительство новых мощностей по производству мин.ваты	2 353	1 996	1 576	834	6 759
- строительство новых заводов по производству экстр.пенополистирола	182	219	0	0	401
Прочие	39	46	43	5	133
Итого:	3 218	2 767	2 102	1 287	9 375

Финансовое состояние ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Предприятия ГК «ТехноНИКОЛЬ» готовят бухгалтерскую отчетность согласно российским стандартам бухгалтерского учета. Помимо этого, Группа составляет сводную управленческую финансовую отчетность, а по результатам 2006 года была подготовлена консолидированная отчетность по стандартам МСФО (проформа).

**За 5 лет активы Группы
выросли в 6.3 раза,
выручка выросла в 3 раза**

В течение последних пяти лет ГК «ТехноНИКОЛЬ» активно развивалась: за период 2002-2006гг. активы Группы увеличились в 6.3 раза до 18.719 млрд. рублей, консолидированная выручка холдинга выросла за этот же период в 3 раза и по итогам 2006 года составила 20.75 млрд. руб. (+70.6% к уровню предыдущего года).

Достижение столь высоких результатов стало возможным благодаря как интенсивному, так и экстенсивному развитию Группы: помимо наращивания производственных мощностей и консолидации активов, Группа работает над повышением качества своей продукции, выводом на рынок новых товаров, а также над построением и постоянным расширением оптимальных каналов сбыта продукции. Росту доходов Группы способствовали также ускоренные темпы подъема секторов рынка, на которых сосредоточен бизнес Группы.

**Выручка Группы растет
быстрее операционных
затрат**

В 2006 году себестоимость составила в целом по холдингу 18.46 млрд. руб. (+69% к показателю 2005 года). Без учета роста масштабов Группы, основное увеличение расходов произошло вследствие удорожания материалов (битум, химические составляющие и др.), увеличения фонда оплаты труда, роста тарифов на электроэнергию, а также роста амортизационных отчислений.

Основную статью расходов Группы в производстве кровельных и гидроизоляционных материалов составляют затраты на сырье (до 80% операционных затрат), расходы на заработную плату (около 8%), амортизация (4%) и расходы на электроэнергетику (1.8%), в производстве теплоизоляционных материалов сырье занимает гораздо менее значительную долю (21.2%), а расходы на заработную плату, энергетика и амортизацию - соответственно 16.2%, 4.4% и 17.3%.

Основные показатели деятельности ГК «ТехноНИКОЛЬ», млн. руб.

	2003	2004	2005	2006
Финансовые показатели, млн. руб.				
Выручка	6 767	9 522	12 160	20 746
Операционная прибыль	990	1 769	1 637	2 493
ЕБИТДА	1 184	2 097	2 140	3 214
Чистая прибыль	908	1 730	1 535	2 126
Показатели рентабельности				
Операционная рентабельность	14.6%	18.6%	13.5%	12.0%
Рентабельность по ЕБИТДА	17.5%	22.0%	17.6%	15.5%
Рентабельность по чистой прибыли	13.4%	18.2%	12.6%	10.2%

Источник: управленческая отчетность за 2003-2005гг., проформа отчетности по МСФО 2006г.

Показатели рентабельности Холдинга компаний находятся на высоком уровне: так, по итогам 2006 года операционная рентабельность составила 12.0%, рентабельность по ЕБИТДА – 15.5%, чистая рентабельность в 2006 году – 10.2%. Снижение рентабельности деятельности ГК «ТехноНИКОЛЬ» в последние годы связано прежде всего с ростом конкуренции в секторе и необходимостью жесткого контроля отпускных цен для увеличения своей доли на рынке. По оценкам руководства ГК, по итогам 2007г. и в ближайшем будущем рентабельность по ЕБИТДА достигнет 17.5% и сохранится на этом уровне, прогноз же операционной рентабельности в расчетах Компании существенно занижен в связи с первым применением МСФО, переоценкой активов и пересчетом амортизации.

Одним из направлений повышения эффективности деятельности Холдинга в среднесрочной перспективе является повышение производительности труда и уменьшение издержек (особенно жесткий контроль за качеством закупаемого сырья и его коэффициентом полезного использования), а также проведение других мероприятий, направленных на получение синергетического эффекта в Холдинге.

Анализ балансовых показателей

Основные балансовые показатели ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Балансовые показатели, млн. руб.	2003	2004	2005	2006
Внеоборотные активы	2 404	3 579	5 600	12 491
Оборотные активы	1 920	2 496	3 356	6 228
Активы	4 324	6 075	9 156	18 719
Собственный капитал	3 997	5 713	8 004	13 853
Долгосрочные обязательства	0	0	126	3 553
Краткосрочные обязательства	327	362	1 026	1 313
Пассивы	4 324	6 075	9 156	18 719

Источник: управленческая отчетность за 2003-2005гг., проформа отчетности по МСФО 2006г.

Средний темп роста активов за 2003-2006 гг. (без учета переоценки) составил 51%, при этом за 2006 год активы выросли на 60%

Высокие темпы роста активов Группы компаний объясняются прежде всего активным становлением холдинга, а также расширением масштабов бизнеса холдинга – приобретением новых активов и расширением производственных мощностей действующих производств, а также проведенной по итогам 2006г. переоценкой основных средств (для целей составления отчетности по МСФО).

В структуре внеоборотных активов Холдинга преобладают основные средства, которые формировали на протяжении 2003-2006 гг. около 99% внеоборотных активов Группы, около половины основных средств составляет недвижимость, оставшаяся часть – производственное оборудование. Совокупная площадь всей недвижимости, находящейся в собственности Группы, составляет более 720 тыс. м2 по состоянию на 01.01.2007г.

В структуре оборотных активов наибольшей статьёй являются запасы сырья и материалов, готовой продукции для перепродажи (в зависимости от сезона) и дебиторская задолженность (преимущественно предоплата поставщикам и подрядчикам), в последние годы наметилась тенденция к росту доли последней в валюте баланса: с 6% в 2003 году до 14.2% в 2006 году. Рост доли дебиторской задолженности в активах происходил в соответствии с общерыночными тенденциями и политикой Группы по увеличению своего присутствия на рынке (что означает и увеличение авансовых платежей поставщикам для обеспечения бесперебойности поставок, и предоплату оборудования, и отсрочки платежа основным покупателям). При этом предоплаты поставщикам сырья и оборудования для новых производств (около 1.58 млрд. рублей на 01.01.2007г.) формируют более 60% дебиторской задолженности, что свидетельствует о высокой надежности данного актива.

В отношении покупателей необходимо отметить, что Группа выдает товарные кредиты только тем дилерам, с которыми сложились бесперебойные взаимоотношения. Размер товарного кредита варьируется, но обычно не превышает 30% от месячного оборота клиента, при этом общая сумма выданных Группой товарных кредитов находится в зависимости от сезона в диапазоне от 19% до 29% выручки Группы по результатам 2006 года (наибольший объем приходится стандартно на март-апрель каждого года в связи с началом сезона активных продаж).

Стандартный срок выдачи товарного кредита – 1 месяц. Как следствие взвешенной политики отношений с покупателями доля просроченной и сомнительной дебиторской задолженности в целом по холдингу незначительна: под погашение данной задолженности Группой сформирован резерв в размере 35.3 млн. рублей (менее 0.2% от активов), ведется работа по ее истребованию.



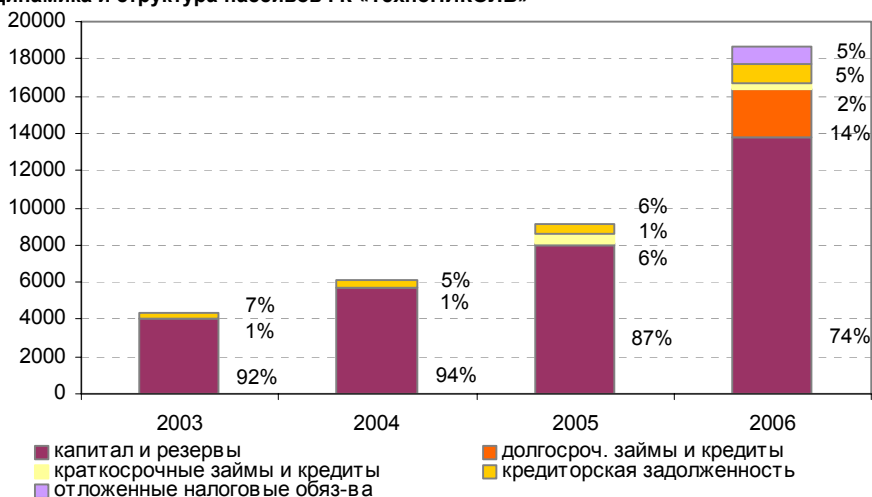
Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Основу пассивов Группы компаний составляет собственный капитал, доля которого в источниках финансирования в течение 2003-2006гг. постепенно снижалась и по итогам 2006 года составила 74%. Развитие холдинга до 2006 года происходило преимущественно за счет собственных средств. Собственный капитал за период 2003-2006гг. вырос в 3.5 раза и был обеспечен, в основном, ростом нераспределенной прибыли (в 2.7 раза), что расширяет возможности по финансированию инвестиций, а также проведенной при составлении проформы отчетности по МСФО на 01.01.2007 переоценкой основных средств.

Долгосрочные и среднесрочные кредиты и займы формируют около 14% пассивов холдинга, кредиторская задолженность – 5-6%. Положительным моментом является низкая доля задолженности перед персоналом, бюджетом и внебюджетными фондами: по состоянию на 01.01.2007г. данный показатель находился на уровне менее 1.27% пассивов.

Динамика и структура пассивов ГК «ТехноНИКОЛЬ»

*Высокая доля
собственного капитала в
пассивах Группы
свидетельствует о
высокой финансовой
независимости*



Источник: управленческая отчетность за 2003-2005гг., проформа отчетности по МСФО 2006г. ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Показатели деловой активности и ликвидности

Период оборачиваемости дебиторской задолженности за поставленную продукцию, имеет незначительную повышательную динамику: если в 2003 году оборот дебиторской задолженности составлял 18.4 дня, то к 2006 году он увеличился до 46.2 дней, что объясняется рыночными условиями, увеличением авансовых расчетов с поставщиками и необходимостью кредитования заказчиков, а также по результатам 2006г. – авансовыми платежами поставщикам оборудования. Та же тенденция постепенного увеличения сроков оборачиваемости прослеживается и в отношении запасов, кредиторской задолженности, показателях оборачиваемости инвестированного капитала.

Показатель, дней	2003	2004	2005	2006
Оборачиваемость дебиторской задолженности	18.4	23.2	38.5	46.2
Оборачиваемость запасов	51.3	58.8	53.0	38.5
Оборачиваемость кредиторской задолженности	18.2	15.0	17.2	19.2
Оборачиваемость активов	230.0	229.7	271.1	324.8
Оборачиваемость основных средств	127.9	135.3	165.8	213.1
Оборачиваемость оборотных активов	102.1	94.4	99.4	108.1
Оборачиваемость инвестированного капитала	212.6	216.0	237.0	285.6

	2003	2004	2005	2006
Срочная ликвидность	2.28	1.64	0.63	1.21
Текущая ликвидность	5.87	6.90	3.27	4.74
Собственный оборотный капитал, млн. руб.	1 593	2 134	2 404	1 362

Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ», расчеты НОМОС-БАНКА

*Долговая нагрузка
холдинга является
низкой, по итогам 2006г.
долг/ЕБИТДА = 0.91*

*Долг/Выручка 2006г. = 0.14
Долг/СК = 0.21*

*За многие годы работы
Группа зарекомендовала
себя как надежный
заемщик, среди
партнеров холдинга –
крупнейшие российские
банки*

Показатели долговой нагрузки ГК «ТехноНИКОЛЬ»

	2003	2004	2005	2006
Обязательства, млн. руб.	326	362	1 152	4 866
Финансовый долг всего, млн. руб.	34	34	632	2 934
- долгосрочные кредиты и займы	0	0	0	2 604
- краткосрочные кредиты и займы	34	34	632	331
Денежные средства и их эквиваленты, млн.руб.	747	595	650	1 587
Чистый долг, млн. руб.	(713)	(561)	(18)	1 347
Долг / Выручка	0.01	0.00	0.05	0.14
Долг / ЕБИТДА	0.03	0.02	0.30	0.91
Долг / Собственный капитал	0.01	0.01	0.08	0.21
Долг / Активы	0.01	0.01	0.07	0.16
ЕБИТДА / процентные расходы	543.12	135.62	45.49	13.09

Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ», расчеты НОМОС-БАНКА

На 01.04.2007г. основная часть кредитного портфеля Группы состоит из средне- и долгосрочных кредитов, привлекаемых для финансирования закупок и реализации инвестиционной программы, а также облигационного займа, размещенного в 2006г. Средневзвешенный срок кредитного портфеля Группы (без учета облигационного займа) составил на 01.04.2007г. 450 дней.

До 2006 года холдинг фактически не привлекал масштабных денежных средств для финансирования своего развития, финансируя развитие преимущественно за счет собственных средств и периодически краткосрочных займов и кредитов, поэтому относительные показатели долговой нагрузки в период 2003-2006г. находятся на минимальных значениях. При этом, как и в целом по рынку, наблюдается тенденция к последовательному снижению процентных ставок по кредитам холдинга.

Состав кредитного портфеля Группы по состоянию на 01.04.2007г., рублей

Наименование кредитора	Сумма задолженности в рублях на 01.04.2007г.	Дата погашения
Облигации серии 01	1 500 000 000.00	14.11.2009
Сбербанк РФ	260 000 000.00	09.11.2007
	440 000 000.00	22.05.2008
	100 000 000.00	30.11.2007
НОМОС-БАНК	500 000 000.00	30.11.2008
	400 000 000.00	30.06.2009
	500 000 000.00	31.07.2009
	500 000 000.00	31.08.2009
	400 000 000.00	30.09.2009
	200 000 000.00	30.10.2009
	7 867 416.90	13.04.2007
Авангард	7 867 416.90	12.10.2007
	7 867 416.90	14.04.2008
	7 867 416.90	14.10.2008
	7 867 415.50	14.04.2009
	182 500 000.00	26.11.2007
ММБ	182 500 000.00	26.12.2007
	18 729 604.00	31.12.2007
Прочие	52 631 811.90	2007-2009
Итого:	5 275 698 499.00	

Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

15 ноября 2006 года был размещен дебютный облигационный заем ГК «ТехноНИКОЛЬ». По итогам конкурса ставка 1-3 купонов была установлена в размере 10.00% годовых, что соответствовало эффективности доходности к оферте через 1.5 года 10.25% годовых. Выпуск был размещен в течение дня в полном объеме. В настоящий момент (04.05.2007г.) выпуск торгуется с доходностью 9.60% к оферте.

*Показатели долговой
нагрузки
свидетельствуют о
высокой способности
Группы по привлечению и
обслуживанию
заимствований*

По состоянию на 01.04.07г. совокупный финансовый долг ГК «ТехноНИКОЛЬ» составил 5.52 млрд. руб., при этом на долю долгосрочного долга приходится 84% платного долга. 97% долговых обязательств Группы номинированы в рублях.

Размещение нового облигационного займа позволит холдингу не только улучшить структуру баланса за счет удлинения долга, но и получить график погашения финансового долга, в большей степени учитывающий сроки окупаемости проектов. Таким образом, к моменту исполнения оферты (2.3 года), будет пройдена начальная стадия всех основных инвестпроектов и пик долговой нагрузки (прогноз долг/ЕБИТДА 2007г.=2.11, долг/ЕБИТДА 2008г.=1.89, долг/ЕБИТДА 2009г. = 1.46) и, в случае необходимости, у Группы компаний будет достаточно денежных средств (и/или свободных источников их привлечения) для исполнения всех принятых на себя обязательств. В частности, по данным на 01.04.2007г. Группой используется только 55% всех открытых на нее банковских лимитов.

По итогам II кв. 2007 года, после размещения облигационного займа, планируется, что долг к выручке 2006 года не превысит 39%, а к собственному капиталу – 60%.

Прогноз основных показателей 2007-2010г.

Согласно перспективному плану развития холдинга в 2011 году выручка Группы превысит 43 млрд. руб.

Средний темп роста выручки запланирован на уровне 25.0%.

Прогнозируется, что рентабельность по EBITDA будет на уровне 17.5%

Долговая нагрузка, согласно прогноза, останется консервативной – максимальное значение Долг/EBITDA не превысит 2.11 (по итогам 2007г.)

По итогам 2007 года ГК «ТехноНИКОЛЬ» планирует получить выручку в размере 23 млрд. руб., что подразумевает рост объема продаж промышленной продукции на 11% (план 2006г. перевыполнен на 18%). На период до 2011г. холдингом запланирован рост по всем основным финансовым показателям в 2.0-2.5 раза как за счет запуска новых производственных мощностей, так и за счет приобретения новых активов, реализации новых проектов.

	2006	2007П	2008П	2009П	2010П	2011П
Финансовые показатели, млн. рублей						
Выручка	20 746	23 000	30 000	35 000	39 000	43 000
Операционная прибыль	2 493	2 646	3 341	3 501	3 601	4 041
ЕВITDA	3 214	4 020	5 240	6 150	6 800	7 500
Проценты к уплате	246	690	690	840	550	300
Чистая прибыль	2 126	1 830	2 099	2 249	2 749	3 050
Активы	18 719	25 479	28 509	30 108	28 707	29 456
-внеоборотные	12 491	17 617	23 218	26 069	25 470	24 311
-оборотные	6 228	7 862	5 291	4 039	3 237	5 145
Пассивы	18 719	25 479	28 509	30 108	28 707	29 456
- собственный капитал	13 853	15 979	17 809	19 908	22 157	24 906
- долгосроч. обязательства	3 553	8 300	8 200	8 300	3 000	3 000
- краткосроч. обязательства	1 313	1 200	2 500	1 900	3 550	1 550
Показатели рентабельности						
Операционная рент-ть, %	12.02%	11.50%	11.14%	10.00%	9.23%	9.40%
Рент-ть по EBITDA, %	15.49%	17.48%	17.47%	17.57%	17.44%	17.44%
Рент-ть по чист.прибыли, %	10.25%	7.96%	7.00%	6.43%	7.05%	7.09%
Показатели долговой нагрузки						
Финанс.долг	2 934	8 500	9 900	9 000	5 300	3 000
Долг / Выручка	0.14	0.37	0.33	0.26	0.14	0.07
Долг / EBITDA	0.91	2.11	1.89	1.46	0.78	0.40
Долг / Собственный капитал	0.21	0.53	0.56	0.45	0.24	0.12
Долг / Активы	0.16	0.33	0.35	0.30	0.18	0.10
EBITDA / Проц.платежи	13.09	5.83	7.59	7.32	12.36	25.00
Показатели ликвидности						
Текущая ликвидность	474.33%	655.17%	211.64%	212.58%	91.18%	331.94%

Источник: данные ГК «ТехноНИКОЛЬ»

Планируется, что наибольший прирост обеспечат продажи теплоизоляционных и кровельных материалов, выпуск наиболее современных и инновационных по технологии материалов, а также реализация новых проектов в сфере производства строительных материалов.

Основные риски неисполнения прогноза развития холдинга:

- 1) усиление конкуренции за счет локализации производств крупнейшими зарубежными игроками и(или) консолидации более мелких участников,
- 2) нереализация запланированных инвестиционных проектов ГК по новым направлениям.

Основные факторы поддержки исполнения прогноза развития холдинга:

- 1) существенный рост потребления продукции на внутреннем и внешнем рынках, подкрепленный ростом доходов населения, прогнозируемым увеличением жилищного и промышленного строительства и ростом государственного финансирования сектора ЖКХ,
- 2) курс правительства и строительных компаний на максимальное энергосбережение, осуществление федеральных и региональных программ строительства, в том числе нацпроекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России»,
- 3) лидирующие позиции в отрасли и отсутствие у многих других игроков возможностей для дальнейшего развития,
- 4) максимальное использование возможностей собственной торговой сети для тестирования идей и внедрение только тех новых материалов и развитие только тех направлений, которые по продажам на рынке показывают наилучший результат.

Контакты

129110, г. Москва, ул. Гиляровского, д. 47
<http://www.tn.ru>

Сергей Анатольевич Колесников
Председатель Совета директоров

Тел. (495) 105-5575
Email: ir@tn.ru

Игорь Владимирович Рыбаков
Председатель Правления

Тел. (495) 105-55-75
Email: ir@tn.ru

Жанна Анатольевна Махоткина
Заместитель Председателя Правления по
финансам

Тел. (495) 105-5575
Email: makhotkina@tn.ru



109240, г. Москва, ул. Верхняя
Радищевская, д. 3, стр. 1
<http://ib.nomos.ru>

Ирина Данилова
Директор Департамента организации
долгового финансирования

Тел. (495) 797-32-62
Email: daniлова_ii@nomos.ru

Леонид Деспотули
Заместитель Директора Департамента
организации долгового финансирования

Тел. (495) 797-32-62
Email: despotuli_la@nomos.ru

Вера Ярышкина
Ведущий специалист Управления продаж

Тел. (495) 797-32-48
Email: yaryshkina_vv@nomos.ru



107078, г. Москва,
ул. Маши Порываевой, д. 11
www.rosbank.ru

Алексей Порхун
Директор Департамента

Тел. (495) 234-0974
Email: APorjhun@mx.rosbank.ru

Михаил Афонский
Управляющий директор

Тел. (495) 234-0974
Email: MAfonsky@rosbank.ru

Ирина Балыкина
Директор Департамента рынков капитала

Тел. (495) 234-0974
Email: IBalykina@rosbank.ru

Дмитрий Морозов
Старший менеджер

Тел. (495) 725-5477
Email: DMorozov@rosbank.ru

Ограничение ответственности

Информация, содержащаяся в информационном меморандуме, не является исчерпывающей. Любое лицо, рассматривающее возможность приобретения облигаций, должно провести свой собственный анализ финансового положения Эмитента, Поручителей, Группы компаний «ТехноНИКОЛЬ» в целом и основных условий выпуска облигаций. Дата, указанная на меморандуме, не означает, что информация, содержащаяся в меморандуме, является полной и/или точной на эту дату. Организаторы и Эмитент не берут на себя обязательство обновлять информацию, содержащуюся в меморандуме. Настоящий меморандум предоставляется исключительно в информационных целях. Он не является офертой или предложением купить или продать какие-либо финансовые инструменты, упомянутые в настоящем документе. Данный меморандум также не является составной частью документов, подлежащих представлению в любой государственный орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами. Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность и точность. Целью информационного меморандума и любой прилагаемой к нему финансовой документации не является создание основы для проведения кредитной или иной оценки, и эти документы не следует рассматривать как рекомендацию Организаторов или Эмитента по приобретению облигаций. Любое получение информационного меморандума должен определить для себя относительность информации, содержащейся в меморандуме, и при покупке ценных бумаг он должен опираться на такое исследование, которое сочтет необходимым.