



СЕРГЕЙ НИЗОВЦЕВ
председатель совета директоров
компании «Натур Продукт»

«Натур Продукт»



«Натур Продукт» — представляет собой холдинг, включающий 28 компаний в ряде крупнейших российских городов и за рубежом. Компания производит лекарственные средства и биологически активные добавки, занимается дистрибуцией лекарств, а также владеет аптечной сетью — одной из крупнейших в России.

Компания «Натур Продукт», основанная в 1993 г. с целью осуществления импорта и оптовой реализации фармацевтической продукции растительного происхождения из стран Западной Европы, практически не известной на российском рынке. Сначала компания осуществляла свою деятельность на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области, однако с ростом российского фармацевтического рынка компания предпринимает успешные шаги по развитию собственной дистрибуторской сети на всей территории России. Ее цель — дать возможность населению не только крупнейших городов, но и отдаленных от Центра регионов приобретать по доступным ценам высококачественные медикаменты.

Дочерние дистрибуторские компании являются региональными оптовыми продавцами и, имея эксклюзивное право на реализацию товара *Natur Produkt*, осуществляют продажи как через собственные аптеки, так и через региональные аптечные сети и мелкооптовые компании. Оборота компании составляет около 100 млн долл. в год, порядка 40% оборота приходится на собственные аптеки. Аптечная сеть «Натур Продукт» в настоящее время объединяет 184 розничные точки, которые расположены в Санкт-Петербурге, Москве и других крупнейших городах России и СНГ. Все аптеки оформлены в едином стиле, с использованием фирменной символики компании и ее логотипа, что способствует дальнейшей популяризации торговой марки *Natur Produkt*. По количеству входящих в сеть розничных точек аптечная сеть компании занимает одно из лидирующих положений, а по региональному охвату является абсолютным лидером на аптечном рынке России.

Фармацевтическая промышленность — одна из наиболее высокодоход-

ных и динамично растущих отраслей мировой экономики. В последние годы отечественная фармацевтика развивается ускоренными темпами и является одной из наиболее инвестиционно-привлекательных отраслей российской экономики. В настоящее время в России на 10 тыс. населения приходится в 1,5–2 раза меньше аптек, чем в странах Восточной Европы. Лидирующее положение на перспективном рынке — является одним из основных преимуществ компании.

«Натур Продукт» выделяет 4 основных направления своего развития, для реализации которых осуществляется привлечение финансовых ресурсов с помощью облигационного займа ООО «Натур Продукт – Инвест»:

- расширение выпускаемого ассортимента высокорентабельной продукции;
- развитие собственной розничной сети;
- дальнейшее развитие собственной дистрибуторской сети;
- создание фармацевтического производства на территории России.

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О ВЫПУСКЕ

Номинальный объем выпуска	275 млн руб.
Начало размещения	Конец 2004 г. — начало 2005 г.
Срок обращения	728 дней
Ставка купонов	Купонный период — 182 дня - ставка 1-го купона определяется на конкурсе по определению процентной ставки; - ставка 2-го купона равна ставке 1-го купона; - ставка 3-го купона равна 14% годовых; - ставка 4-го купона равна 14% годовых
Состав синдиката	Синдикат будет сформирован перед размещением
Тип размещения/форма аукциона	Открытая подписка/по первому купону
Дополнительная информация	Годовая оферта. Поручители: АО «НАТУР ПРОДУКТ ХОЛДИНГЗ ЛИМИТЕД», ЗАО «Натур Продукт»

В настоящее время производство товаров под маркой *Natur Produkt* сосредоточено в Голландии, а также осуществляется на контрактной основе производителями в других странах Европы. Компания уделяет большое внимание продвижению препаратов на фармацевтический рынок, особенно подчеркивая их растительное происхождение, высокое качество и доступные цены. Вся продукция компании «Натур Продукт» сертифицирована в соответствии с требованиями *GMP (good manufacturing practice)* и отвечает строгим требованиям департамента госконтроля качества, эффективности, безопасности лекарственных средств и медтехники Минздрава РФ.

Целевой сегмент рынка для продукции компании — это люди со средним достатком, которые понимают, что предотвратить болезнь значительно выгоднее и дешевле, чем ее лечить. Поэтому компания предлагает своему покупателю высокоэффективную продукцию, предназначенную скорее для профилактики заболевания, чем для его лечения. Одновременно с успешным продвижением на рынок препаратов *Natur Produkt* компания всегда рекламирует свое торговое имя и торговую марку, создавая запоминающийся имидж, что делает продвижение товара более успешным.

С 2004 г. холдинг разрабатывает техническую документацию создания собственного производства на базе одного из фармацевтических предприятий Северо-Западного региона России. Частично финансирование проекта будет осуществлено за счет средств, полученных от размещения облигационного займа.

В 2004 г., помимо существующих аптек, холдинг приобрел 3 региональные аптечные сети. В январе приобретена московская аптечная сеть «Народная аптека», в феврале — аптечная сеть в Воронеже, в июне — Омская аптечная сеть «Мадлена».

Компания выходит на новые рынки сбыта путем создания сети представительств в различных регионах России с целью увеличения прямых поставок собственного брендового товара *Natur Produkt* в эти регионы. Во второй половине 2003 г. открыты представительства в Воронеже, Белгороде, Ярославле, Курске, Астрахани, Иркутске, Ижевске, Хабаровске, Тюмени. С 2004 г. начали работу представительства в Красноярске, Калининграде, Барнауле, Кемерово. При создании представительств Компания руководствуется основными прин-

ципами функционирования региональной сети представительств, такими как оптимизация затрат, экономическая эффективность, достижение нормативного уровня прибыли, насыщение рынка всем ассортиментом товаров «Натур Продукт» с учетом его региональной специфики. На данный момент, кроме 28 дочерних компаний, в России функционируют 24 региональных представительства. В планах развития компании — открыть еще не менее 10 подобных представительств.

Одним из важнейших факторов доверия партнеров к компании «Натур Продукт» является доступность информации и финансовая прозрачность бизнеса. Одним из учредителей компании с 1997 г. является Европейский банк реконструкции и развития. Финансовая отчетность «Натур Продукт Холдингс» составляется по международным стандартам, что позволяет партнерам и акционерам оценивать деятельность компании по правилам ведения бизнеса, принятым во всем мире. В течение последних 9 лет аудитором холдинга является одна из компаний, входящая в «Большую четверку» (в настоящее время это *PricewaterhouseCoopers*), аудит проводится в соответствии с Международными стандартами.

Основные параметры облигационного займа «Натур Продукт»: общий объем займа по номиналу составляет 275 млн руб., номинальная стоимость облигации — 1000 руб. По займу предусмотрена годовая оферта, срок обращения облигаций составит 2 года. Поручителями по займу выступили АО «*Natur Produkt Holdings Limited*» и ЗАО «Натур Продукт». Ставки 1-го и 2-го купонов определяются на конкурсе в день размещения, ставки 3-го и 4-го купонов составят 14% годовых. Организатор займа — ООО «БК РЕГИОН», финансовый консультант — ЗАО «РЕГИОН ФК».

Программа внешнего финансирования Группы «Натур Продукт» направлена на формирование организованного ликвидного рынка долговых обязательств компании, публичной кредитной истории, получение международного кредитного рейтинга, снижение расходов на финансирование, увеличение сроков заимствования и в конечном счете — на обеспечение финансовой независимости компании, повышение капитализации и привлекательности компании для портфельных инвесторов. В рамках этой программы с середины 2003 г. «Натур Продукт» размещает на рынке вексельные займы среди институциональных инвесторов при посредничестве уполномо-

ченных компаний — профессиональных участников рынка ценных бумаг. В настоящее время векселя компании «Натур Продукт» пользуются устойчивым спросом. Успешная реализация вексельной программы позволила Группе не только привлечь необходимые финансовые ресурсы, но и проявить себя в качестве надежного заемщика и получить публичную кредитную историю, подготовив рынок к размещению облигационного займа.

Размещение облигационного займа Группы «Натур Продукт» было назначено на 8 июня 2004 г., но из-за неблагоприятной конъюнктуры на финансовом рынке компания сочла для себя возможным отложить размещение до наступления более подходящей ситуации на рынке.

Группа «Натур Продукт» следует современным принципам бизнеса и собственной корпоративной философии. Это предполагает профессионализм и компетентность, неукоснительное выполнение своих обязательств, честность и порядочность во взаимоотношениях с партнерами.

Поскольку реализация намеченных планов возможна только при наличии команды профессионалов, политика управления персоналом направлена на успешную реализацию стратегии развития компании путем качественного подбора и расстановки специалистов, системного повышения профессионализма сотрудников.

Результатом нашей работы является более чем 10-летняя безупречная репутация надежной, динамично развивающейся компании с уникальной структурой бизнеса в глазах потребителей продукции, партнеров, инвесторов и общественности.

Мы с уверенностью смотрим в будущее, четко представляя дальнейшие направления развития компании, и уверены в возможности достижения поставленных стратегических целей.

Ценные бумаги Группы «Натур Продукт» станут надежным и доходным инструментом российского фондового рынка. ■