

Регион ПРОДУКТ

Информация к планируемому
размещению облигационного займа
АО «Регион-Продукт»



Компания АО «Регион-Продукт»



Деятельность:

производство и продажа
продуктов снековой группы
– сухариков и гренок



Торговые марки:

ХРУСТ, ХрустБокс,
Жигулевское



Является
технологическим,
операционным и
рыночным преемником
образованного в 2001 году
ЗАО «Регион-Хлеб»

Управленческие и технологические структуры предприятия включают:

- собственную сертифицированную лабораторию;
- изготовление хлеба (пока в компаниях-партнерах) по собственным специально разработанным компанией рецептурам;
- изготовление из хлеба сухариков и гренок в последовательности технологических операций;
- службу маркетинга;
- службу продаж;
- инженерную службу;
- бэк-офис.

Знакомство с компанией «Регион-Продукт»:

АО «Регион-Продукт» – яркий представитель малого бизнеса России. Компания специализируется на производстве снеков. Самый узнаваемый бренд компании – сухарики и гренки «Хруст».



19 лет

безубыточной работы
на рынке сухариков

41,5 млн. руб.

Собственный капитал

Пензенская обл.

Головной офис
компании

- Компания использует исключительно современное оборудование и передовые технологии производства, чтобы потребители могли наслаждаться высоким качеством продукции.
- Компания разработала собственную уникальную технологию производства гренков.

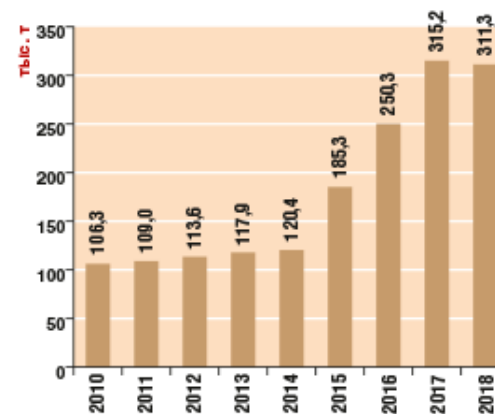
О рынке сухариков

Годовой рынок сухариков в РФ:

Свыше 16,0 млрд. руб.
Свыше 300 тыс. тонн.

Расчетная доля Регион-Продукт:
1,5% в деньгах и 0,6% в весе.

Динамика производства сухариков
2010-2018 г., тыс.т



Источник: ГК Step by Step по данным Росстата.

- Анализ потребителей сухариков по возрастам показал, что спрос на данную продукцию существует во всех возрастных категориях: их едят 33% в возрасте от 18 до 34 лет, 56% – в категории от 35 до 54 лет, и 11% – в категории 55+.
- Согласно исследованию российского рынка снеков* сухарики еще не скоро выйдут из моды. Более того, по некоторым группам, например гренкам, наблюдается устойчивый рост.
- Со стороны производителей спрос поддерживается за счет новых вкусов, форм продукции, видов упаковок и других необычных решений.

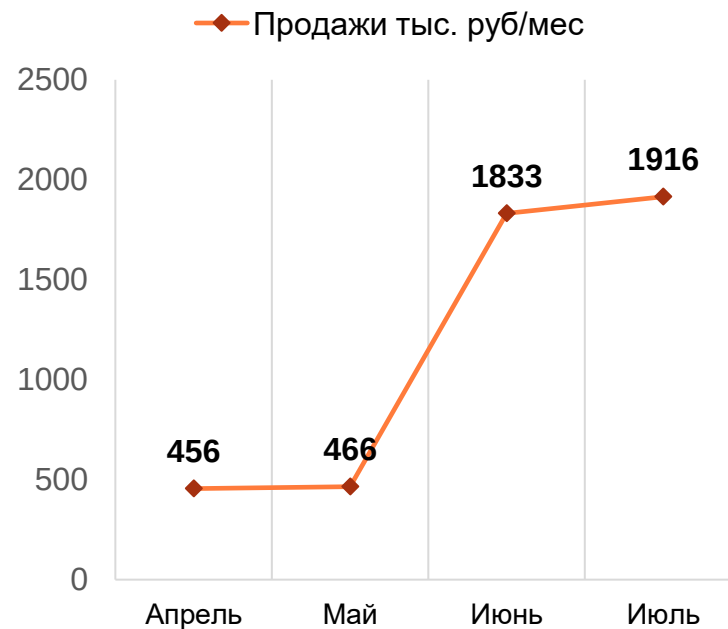
Новинка 2020 года

В 2020 году запущен новый продукт - локомотив «ХрустБокс». Удобная упаковка, разделяющая обжаренную гренку и соус, в сочетании с ярким дизайном и удачной ценой быстро нашли своего покупателя.

С ноября 2020 года Хруст Бокс будут продаваться в сети «Пятерочка»

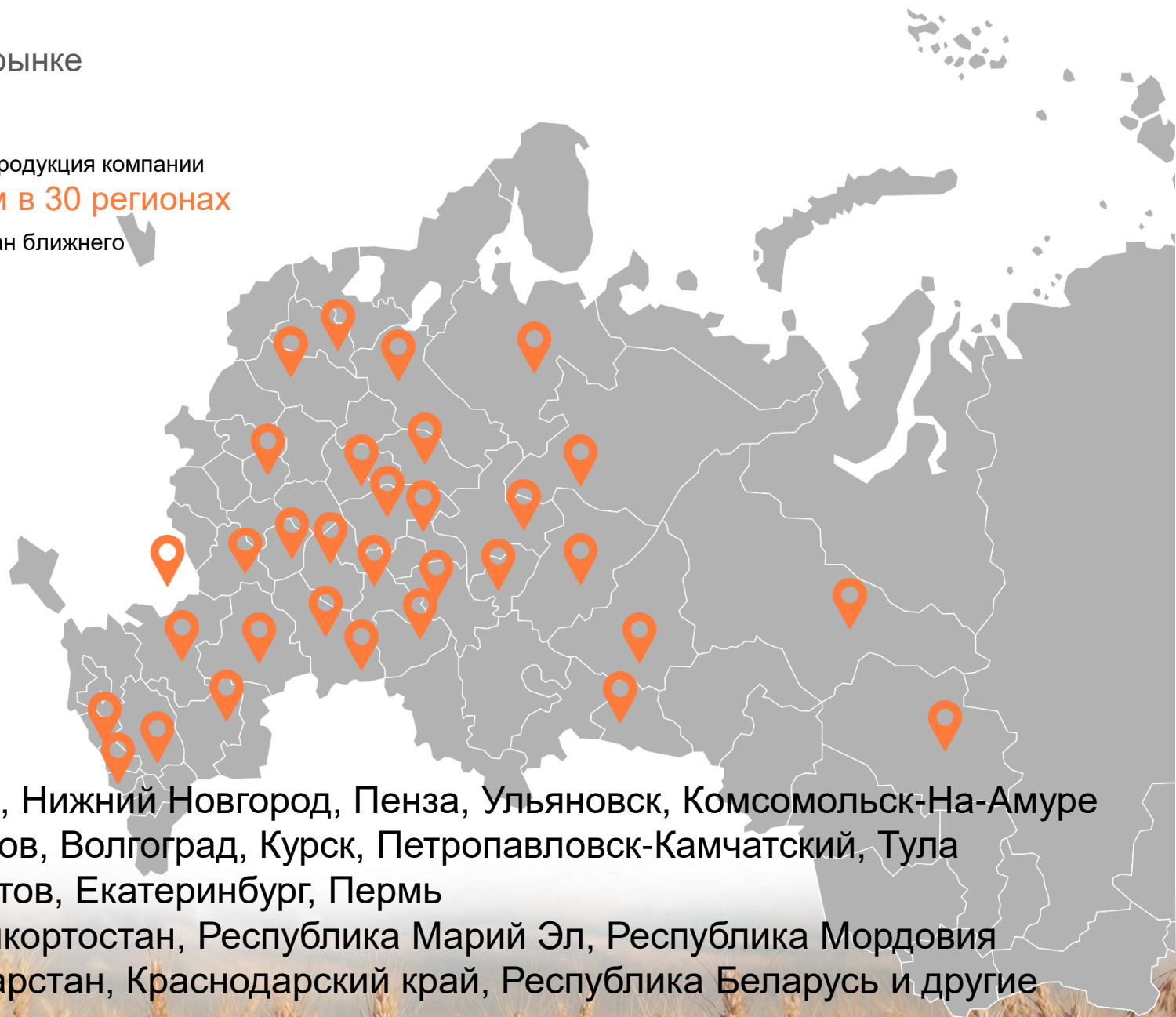


Начиная с апреля этот продукт показывает высокую динамику прироста.



Присутствие на рынке

На сегодняшний день продукция компании известна **более чем в 30 регионах России** и в ряде стран ближнего зарубежья



Москва, Самара, Нижний Новгород, Пенза, Ульяновск, Комсомольск-На-Амуре
Мурманск, Тамбов, Волгоград, Курск, Петропавловск-Камчатский, Тула
Смоленск, Саратов, Екатеринбург, Пермь
Республика Башкортостан, Республика Марий Эл, Республика Мордовия
Республика Татарстан, Краснодарский край, Республика Беларусь и другие

Присутствие на рынке

С 2019 года компания активно **наращивает присутствие** собственной продукции в федеральных торговых сетях.

Также усиливаем позиции в регионообразующих торговых сетях: Радеж (Волгоград), Европа (Курск), Линия (Курск), Десяточка (Хабаровский край), Караван (Пенза), Победа (Ульяновск), Эверест (Мордовия), Лаваш (Смоленск) и многие другие

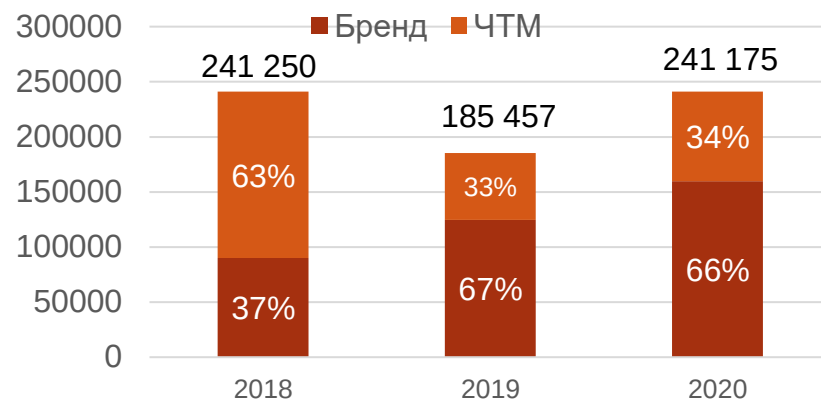
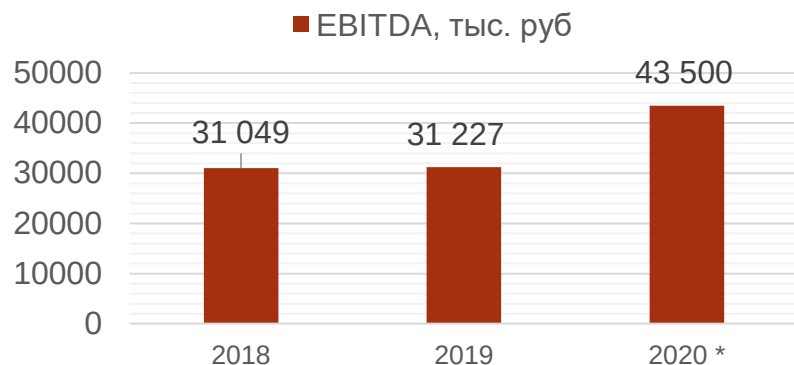
2019



2020



Изменение структуры продаж продукции собственных и частных торговых марок в 2019-2020 гг



СИТУАЦИЯ

ПРОБЛЕМА

РЕЗУЛЬТАТ

РЕШЕНИЕ

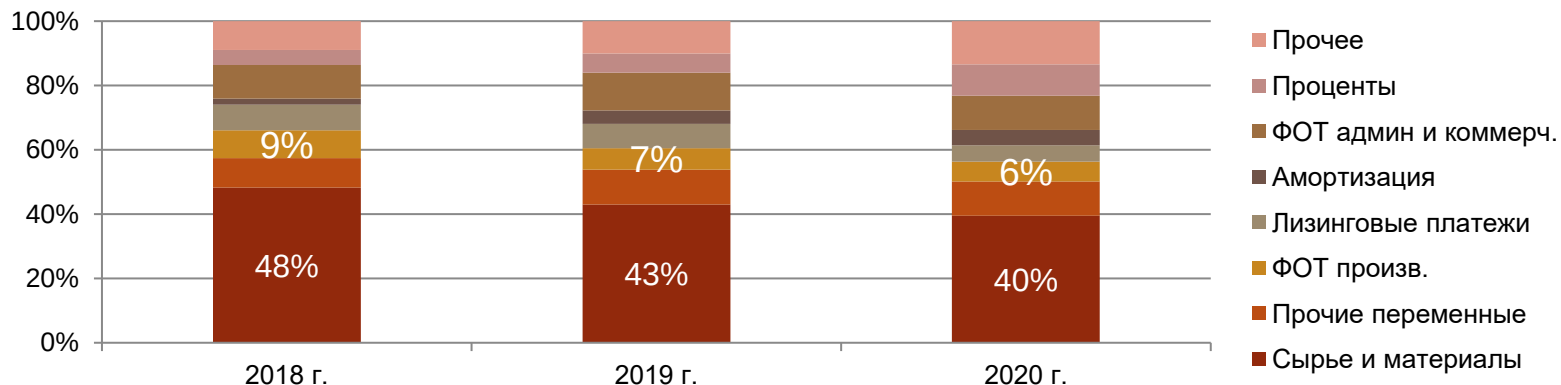
- Рост продаж продукции ЧТМ, особенно в федеральную сеть ФИКСПРАЙС, (доля ЧТМ в выручке 2017-2018 г.г. до 68%)
- Плюсы:
- Низкие маркетинговые затраты
- Предсказуемость производства
- Минусы:
- Очень низкая маржа продукции ЧТМ
- Политика «выкручивания рук» по ценообразованию

- Резкое снижение показателей экономической эффективности
- Потребность в большом объеме оборотных средств
- Износ оборудования
- Снижение мотивации службы продаж
- Падение узнаваемости и капитализации брендов.
- Прекращение продаж ЧТМ в торговую сеть в конце 2018 приводило к снижению месячной выручки на 40%

- Принято решение по выходу из низкомаржинального ЧТМ с развитием высокомаржинальной продукции собственных ТМ.
- Поменялось ключевое лицо в службе продаж
- Изменилась мотивация персонала.
- Проведена технологическая модернизация производства.

- Проведенная модернизация и изменение структуры продаж, при снижении выручки позволили в 2019 году резко увеличить в % значения показателя Gross Margin EBITDA.

Модернизация технологического процесса 2017-2018 г.г.



СИТУАЦИЯ

- Каждая из технологических операций (резка, сушка в электрических печах, нанесение вкус ароматических компонентов, фасовка в пакеты) осуществлялись на нескольких единицах универсального оборудования.
- Смена операции осуществлялись работниками с использованием промежуточной тары и временного складирования.

ПРОБЛЕМА

- Низкая эффективность производственного процесса
- Невозможность роста производства
- Сильное влияние «человеческого фактора»

РЕЗУЛЬТАТ

- Сокращены 50 чел. уменьшился в два раза годовой ФОТ производственного персонала
- В два раза сократились затраты на энергоресурсы
- Высвободились производственные и складские площади
- Снизилась себестоимость единицы продукции
- Повысился уровень и стабильность качества

РЕШЕНИЕ

- Разработан план модернизации, инвестировано свыше 70,0 млн. рублей
- Разрозненное оборудование заменено или встроено в две комплексные автоматизированные линии
- Повышена энергоэффективность за счет использования газа в качестве основного источника энергии.

Ключевое маркетинговое событие 2019 года

СИТУАЦИЯ

- В 2018 году подтвердился опережающий динамику общего рынка снеков рост сегмента гренки

ПРОБЛЕМА

- Происходит формирование предпочтений потребителей в новом сегменте

РЕЗУЛЬТАТ

- Разработана новая рецептура хлеба
- Отработана оригинальная технология промышленной обжарки гренки
- Отработана технология упаковки гренки

РЕШЕНИЕ

- Рынку предложен продукт максимально приближенный по качеству к ресторанной, но фасуемый как сухарики.
- Получен новый конкурентный продукт на новом растущем сегменте рынка с высокой добавленной стоимостью
- Уникальное качество позволило заключить контракт с сетью Магнит



Полученные средства планируется направить на реализацию важных инициатив расширения бизнеса.



Запуск линии по производству хлеба

с целью снижения себестоимости готовой продукции.



Запуск автоматизированной линии

по производству гренков с увеличением доли продаж данной категории



Строительство дополнительного склада

с организацией полноценной системы погрузки - КПП, склада, стоянки грузового транспорта, докшелтеров и пр.

Стратегия и планы развития

2020 г.



- Запуск первой линии производства хлеба
- Модернизация линии по производству гренки
- Снижение затрат на хлеб на 16%
- Закрепление конкурентных преимуществ компании по итогам технологической модернизации и изменения структуры продаж.
- Закрепление в федеральных сетях.
- Рост продаж в 1,3 раза.
- Рост EBITDa в 1,4 раза.

2021 г.



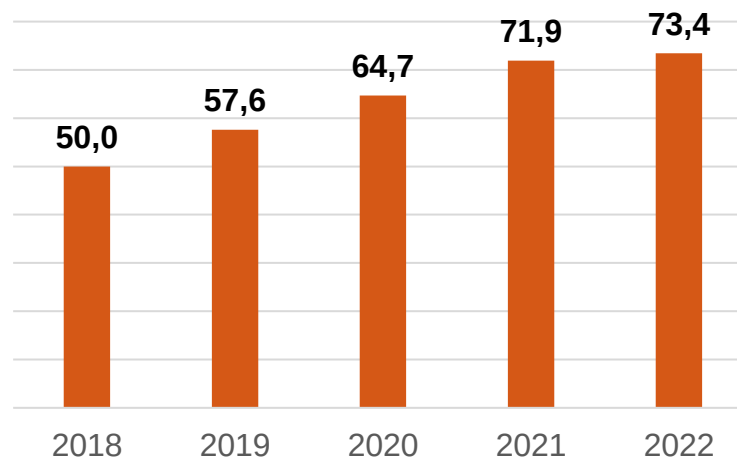
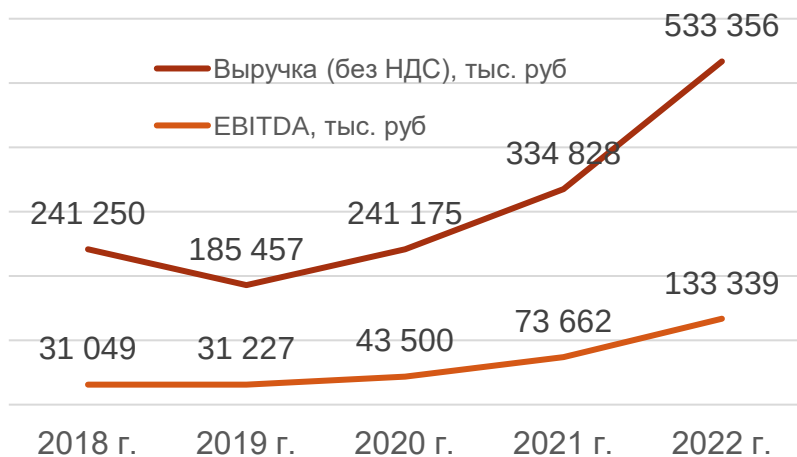
- Расширение географии присутствия в сетях Пятерочка, Магнит, Красное&Белое, Лента
- Запуск автоматизированной линии производства гренок и «ХрустБоксов»
- Запуск второй линии производства хлеба и автоматизация охлаждения, хранения и транспортировки хлеба
- Рост продаж в 1,8 раза относительно уровня 2019 года
- Рост EBITDa в 2,3 раза относительно уровня 2019 года.

2022 г.



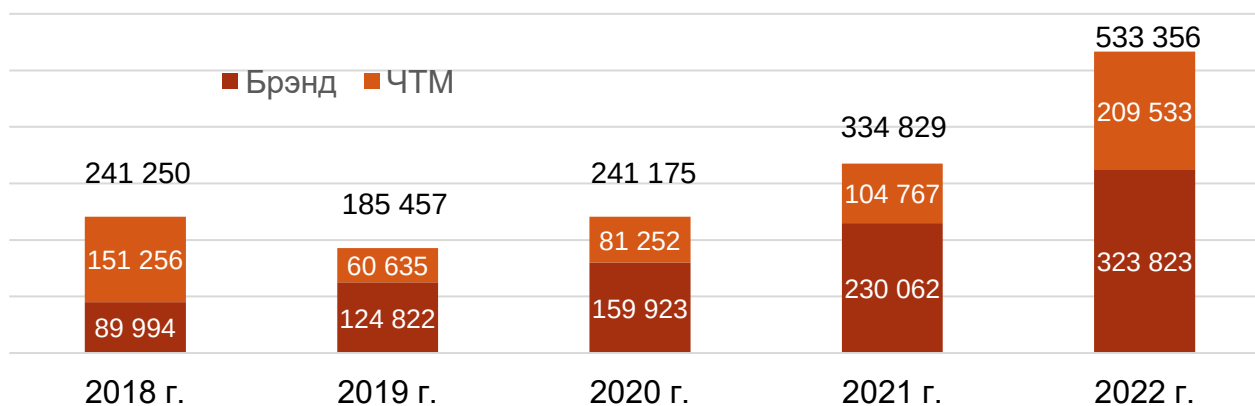
- Строительство дополнительного склада с организацией полноценной системы погрузки: КПП, склада, стоянки грузового транспорта, докшелтеров и пр.
- Рост продаж в 2,5 раза относительно уровня 2019 года.
- Рост EBITDa в 4 раза относительно уровня 2019 года.

Финансовый результат (РСБУ), тыс. руб



■ Маржинальная прибыль, руб/кг

Структура выручки, тыс. руб без НДС



Ключевые факторы инвестиционной привлекательности

Существующий бэкграунд



- 19 летний безубыточный период работы на рынке сухариков
- Проведенная технологическая модернизация
- Торговая марка Хруст защищена патентами на территории РФ и Казахстана
- Присутствие на большей части розницы РФ
- Наличие уникальной технологии производства гренки
- Стабильность ресурсной базы. Более 90% сырья поставляются партнерами, отношения с которыми насчитывают более, чем пятилетнюю историю
- Наличие собственной системы разработки новых продуктов
- Выведен на рынок уникальный комбо-продукт «ХРУСТ Бокс», сочетающий в себе удобную раздельную упаковку гренки и соуса, привлекательный дизайн и конкурентную цену

**Регион
ПРОДУКТ**

Подтвержденный прогресс в 2019-2020 годах



- Заключены НОВЫЕ контракты на поставку продукции Собственной Торговой Марки:
 - Сеть Магнит – 8000 магазинов
 - Сеть Евроопт и Хит (Белоруссия) – 1000 магазинов
 - Сеть Лента ПФО – 38 магазинов
 - Сеть СПАР – 120 магазинов
 - Сеть Билла – 150 магазинов
 - Сеть Пятерочка (X5 ритейл Групп)
- Рост продаж за янв-авг 2020 относительно 2019 года +24%
- Компания вышла из уровня региональной и становится заметной на федеральном уровне, отсюда проявляется интерес у федеральных торговых сетей и крупных международных игроков



Текущие источники финансирования

- Основной банк партнер на 2020 год– Банк Кузнецкий.
- Как субъект МСП компания пользуется кредитными продуктами Корпорации МСП через Пензенский фонд Поручитель.

Источники финансирования

- собственные средства
- кредитные средства банков
- займы
- лизинговые средства

Ссудная задолженность на 01.09.2020

тыс.руб

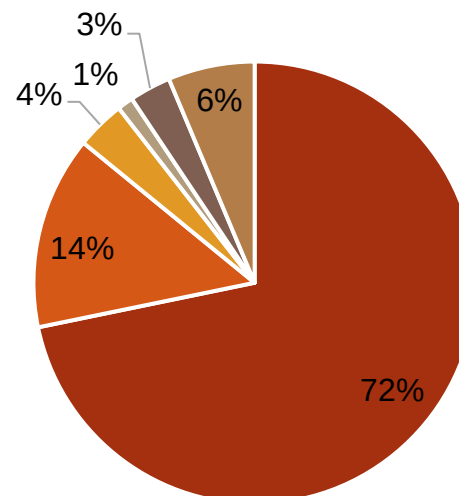
Банк Кузнецкий ПАО	66 004
Пензмаш ПАО	13 000
Фонд Поручитель ГМК	3 284
Итого	82 288

Задолженность по лизингу на 01.01.2020

тыс.руб

ВТБ Лизинг АО	1 065
ООО «Ресо Лизинг»	2 786
ООО "Сименс Финанс"	5 827
Итого	9 678

- Банк Кузнецкий (кредит)
- Фонд Поучитель (займ)
- ООО "Ресо-лизинг (лизинг)
- Пензмаш (займ)
- ВТБ Лизинг АО (лизинг)
- ООО "Сименс Финанс" (лизинг)



Финансовый результат (РСБУ), тыс. руб

Наименование показателя	Код	2017 г.	2018 г.	2019 г.	6 мес 2020 г
Выручка	2110	253 389	241 598	185 313	109 605
Себестоимость продаж	2120	-158 921	-147 662	-108 447	-66 791
Валовая прибыль (убыток)	2100	94 468	93 936	76 866	42 814
Коммерческие расходы	2210	-21 998	-26 891	-24 218	-15 363
Управленческие расходы	2220	-46 241	-44 357	-36 086	-16 650
Прибыль (убыток) от продаж	2200	26 229	22 688	16 559	10 801
Доходы от участия в других организациях	2310				
Проценты к получению	2320	2 122	2 883	1 990	311
Проценты к уплате	2330	-8 041	-11 745	-10 350	-4 952
Прочие доходы	2340	1 710	6 686	3 761	993
Прочие расходы	2350	-5 070	-12 747	-8 208	-2 686
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	16 950	7765	3 752	4 467
Текущий налог на прибыль	2410	-3 444	-1 485	-232	-
Чистая прибыль (убыток)	2400	13 506	6 280	3 520	4 467

Баланс (РСБУ), тыс. руб

Наименование показателя	Код	2017 г.	2018 г.	2019 г.	6 мес 2020 г.
АКТИВ					
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Нематериальные активы	1110		599	522	484
Основные средства	1150	20 349	75 338	62 266	61 671
Итого по разделу I	1100	20 349	75 936	62 788	62 154
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	1210	13 197	10 921	14 609	15 977
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	103	127	476	1 122
Дебиторская задолженность	1230	57 572	57 084	56 029	71 562
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	51 922	21 783	22 389	22 863
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	166	293	182	521
Прочие оборотные активы	1260	1 353	1 724	1 190	1 185
Итого по разделу II	1200	124 313	91 932	94 875	113 231
БАЛАНС	1600	144 663	167 868	157 663	175 385
ПАССИВ					
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	1 000	1 000	1 000
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	26 124	32 404	35 924	40 440
Итого по разделу III	1300	26 134	33 404	36 924	41 490
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	1410	76 223	76 639	71 688	73 837
Итого по разделу IV	1400	76 223	76 639	71 688	73 837
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Заемные средства	1510	2 986	6 418	6 642	18 334
Кредиторская задолженность	1520	39 339	51 407	42 408	41 725
Итого по разделу V	1500	42 305	57 825	49 051	60 058
БАЛАНС	1700	144 663	167 868	157 663	175 385

Показатели финансовой состоятельности (РСБУ), тыс. руб

		2017 г.	2018 г.	2019 г.	6 мес 20 г.
Валюта баланса	тыс. руб.	144 663	167 868	157 663	175 385
Заемные средства (кредиты и займы)	тыс. руб.	79 209	83 057	78 330	92 171
Поступления от продаж (без НДС)	тыс. руб.	253 389	241 598	185 313	109 605
EBITDA	тыс. руб.	31 700	31 049	31 227	43 500*
Рентабельность по EBITDA	%	12,5%	13%	16,8%	18%*
Чистый долг/EBITDA	разы	2,5	2,66	2,5	2,1*

* Планируемый показатель 12ти месяцев 2020 года, основанный на результатах 8 мес 2020 г.

Структура собственности. Бенефициары.



Волков
Владимир Фёдорович

Конечный бенефициар АО «Регион-Продукт»

Профессиональный консультант, эксперт в области инвестиций.

Выпускник программы Executive MBA ГУ ВШЭ 2005-2007 гг.

Профессиональный опыт

1990-2005

Работал в частном бизнесе в качестве генерального директора и совладельца ряда российских производственных компаний пищевой промышленности и сельского хозяйства.

2005-2009
2015-н.в

Профессионально занимается инвестиционным и финансовым консалтингом, этот опыт был усилен работой на государственной службе.

2009-2015

Занимал ведущие должности в органах исполнительной власти Пензенской области в руководстве региональным сельскохозяйственным и инвестиционным блоком. Персонально отвечал за разработку и реализацию стратегии развития инвестиционного блока, включая инвестиционный маркетинг региона за рубежом, а также работу с инвесторами.

Ключевые параметры размещения

Сектор Роста



Эмитент:	АО «Регион-Продукт»
Организатор	 ЦЕРИХ / АО Инвестиционная Компания "ЦЕРИХ Кэпитал Менеджмент"
Соорганизатор	 МСП Банк / АО «МСП Банк»
Начало размещения:	24 сентября 2020 года
Ориентировочная ставка:	12%
Объем программы	500 000 000 (Пятьсот миллионов) рублей
Объем выпуска:	50 000 000 (Пятьдесят миллионов) рублей
Номинал бумаги:	1 000 (одна тысяча) рублей
Срок обращения:	36 месяцев
Выплата купонов:	ежеквартально
Форма размещения:	биржевые облигации

Спасибо за внимание

Регион ПРОДУКТ

Качество. Ответственность. Опыт.
www.region-product.com

ХРУСТ