

# RUS BONDS

## **Вебинар: «Итоги работы ООО «Терра Пласт» в 2023 году. Перспективы компании на растущем рынке зоотоваров».**

24 января 2024 года.

### **СПИКЕРЫ:**

- Денис Ильин, CEO компании «Терра Пласт»
- Вячеслав Корнейчик, управляющий партнер, бенефициар компании «Терра Пласт»
- Евгения Дубская, директор по контрактному производству
- Елизавета Марковская, CFO компании «Терра Пласт»
- Павел Биленко, директор по работе с эмитентами инвестиционной платформы Bizmall
- Алексей Буздалин, к.э.н., директор Центра экономического анализа информационной группы «Интерфакс»

**Алексей Буздалин:** – Друзья, коллеги, добрый день. Мы начинаем наш очередной вебинар. Разрешите вас поприветствовать от лица информационной группы «Интерфакс», портала «Русбондс». Сегодня мы проводим на нашем YouTube-канале очередной семинар. Сегодня у нас в гостях компания «Терра Пласт», которая расскажет об итогах своей деятельности в 2023 году и о перспективах компании на растущем рынке зоотоваров. Разрешите пару слов сказать об этой компании. Компания «Терра Пласт» занимается производством зоотоваров с 2015 года, продукция компании представлена в следующих категориях: наполнители, антипаразитарные ошейники, ароматизаторы, парфюмерия, шампуни, спреи, блистеры и корицы, зоотовары, консервы для кошек и собак, витамины, витаминные добавки и БАД, мультивитаминные добавки. Среди зарегистрированных торговых марок компании FAVORITE, GOOD, Ecolibri, Mosquitech, HappyMe. Продукция поставляется в крупнейшие торговые сети России. Выручка компании по итогам 2022 года составила 289 млн рублей. В настоящее время в обращении находится выпуск внебиржевых коммерческих облигаций эмитента объемом 50 млн рублей. Сегодня у нас в гостях Денис Николаевич Ильин, генеральный директор компании, Вячеслав Валерьевич Корнейчик, один из бенефициаров ООО «Терра Пласт», Евгения Юрьевна Дубская, заместитель директора контрактного производства компании, Елизавета Игоревна Марковская, финансовый директор «Терра Пласт» и также у нас в гостях Павел Биленко, директор по работе с эмитентами инвестиционной платформы Bizmall. В качестве модератора выступаю я, Алексей Буздалин, директор Центра экономического анализа информационной группы «Интерфакс». У нас сегодня по плану семинара вначале прослушать краткую презентацию компании, ну и после этого мы перейдем к сессии вопросов и ответов.

Теперь я передаю слово нашим уважаемым гостям. Коллеги.

- Спасибо. Здравствуйтесь.
- Добрый день.

**Елизавета Марковская:** – Сейчас мы откроем презентацию и начнем. Добрый день, меня зовут Елизавета Марковская, я начну нашу сегодняшнюю презентацию. Краткое представление о компании. Компания наша действительно уже достаточно давно существует на рынке и занимается выпуском зоотоваров, занимается масштабированием деятельности, именно на эти цели привлекает инвестиции. И в настоящее время компания успешно обслуживает первый займ, который планирует погасить в марте 2024 года, и начала размещение второго займа, целью которого является продолжение развития компании, расширение клиентской базы, ассортимента, то есть продолжение масштабирования деятельности. Успешными факторами роста компании мы считаем прежде всего профессиональный менеджмент компании, наращивание производственных мощностей. Компания демонстрирует рост выручки, и, несмотря на изменения геополитической ситуации в 2022 году, компания сохраняет устойчивость и увеличивает выручку. И я передаю слово одному из бенефициаров компании Вячеславу Олеговичу Корнейчику об истории компании. И можно перейти уже к следующему слайду.

**Вячеслав Корнейчик, бенефициар компании «Терра Пласт»:** – Добрый день, приветствую всех, кто смотрит, слушает. Я представляю всех бенефициаров этой компании. И кратенько хотел бы рассказать, что у нас за компания, и как она вообще появилась, и какая идея была изначально, и к чему мы пришли.

Компания «Терра Пласт» у нас организована в 2015 году. Сама идея организации компании была среди четырех единомышленников, строилась она на разработке уникальных технологий по однородному внедрению в полимер жидкости при низких температурах, на тот момент мы еще не знали, что мы будем работать с зообизнесом в России. Рабочая группа состояла из четырех человек, которые впоследствии являлись разработчиками технологий и оборудования. Вся эта технология была запатентована, но буквально недавно в 2021 году, потому что долгий процесс изучения Федеральной службой по интеллектуальной собственности нашей технологии, но мы получили патенты. Я даже с собой снял со стены показать, и мы в дальнейшем выложим эти патенты в документах к данному вебинару.

Но вернусь назад, в 2016 году нашей компанией была закончена теоретическая разработка этой технологии вместе с компанией Siemens, Avila, китайскими производителями. И в 2017 году мы изобрели и практически реализовали всю эту технологию на нашем оборудовании, и выпустили первые образцы. Продукция эта полимерная лента. Впоследствии мы подумали, как монетизировать наше изобретение и пришли к тому, что мы можем наши технологии применить в производстве антипаразитарных ошейников для собак и кошек. И потом этот продукт он получил широкую известность, и мы его до сих пор делаем в больших количествах. На момент вообще изобретения этой технологии, и тогда, когда мы внедряли ее, в мире существовало всего два предприятия, которые мы отыскивали, и они делали что-то похожее. На сегодняшний день аналогов в мире нет. То есть наши патенты единственные, технологии тоже единственные.

Дальше мы, когда уже начали выпускать эти продукты, поняли, что рынок большой зоотоваров, и, изучив его, решили расширить ассортимент, купили линии по производству шампуней, спреев, мазей, и ушли в зообизнес уже с головой. Привлекли много инженеров, технологов, специалистов. И в итоге уже на тот момент в течение двух лет мы уже достигли выпуска более 500 наименований товаров. В 2017 году мы достигли хороших финансовых результатов, то есть с какой-то там небольшой выручки 3-4 млн рублей мы дошли уже до ежемесячной выручки около 40 млн рублей. И до сих пор выручка растет. И также в 2017 году мы презентовали наши товары и наши технологии в Германии, в Мюнхене на выставке еще перед тем, как началась пандемия в нашей стране и в мире. Вот с 2022 года, пережив все эти тяжелые времена, пандемия, сейчас СВО, мы все-таки приняли решение немножко уйти в модернизацию нашего производства, отойти от продажи товаров. И на сегодняшний

день мы оказываем только лишь услуги по производству чужих торговых марок, товаров под чужими торговыми марками, так называются СТН. Как принято сейчас говорить, у нас контрактное производство, мы производим товары для заказчиков под своими торговыми марками. Мы уже больше не делаем товары, так как у нас нет на это ни времени, ни уже и возможностей наших, потому что мы с головой ушли именно в производство. И на сегодняшний день у нас уже более 1000 наименований товаров, которые мы выпускаем, работаем со всеми федеральными зоосетями, и простыми федеральными сетями, которые продают товары народного потребления. Имеем заказы от заказчиков по СТН на несколько лет вперед. И для этого нам, конечно, нужно провести инновацию, модернизацию нашего производства, мы хотим расширяться. Вот для этого мы и хотим привлечь следующий займ через наши облигации. Вот вкратце так.

**Елизавета Марковская:** – Спасибо. И сейчас Денис Николаевич Ильин, Генеральный директор компании «Терра Пласт» расскажет о производственных мощностях и о модели контрактного производства, что оно из себя представляет и какие основные бизнес-процессы лежат в его основе.

**Денис Ильин, Генеральный директор компании «Терра Пласт»:** - Добрый день всем. На сегодняшний день мы располагаем обширным парком производственных линий. У нас 8 высокоскоростных линий автоматических для розлива всевозможных жидкостей. Также у нас есть порядка десяти полуавтоматических линий и несколько турбонаполнительных машин. Много всевозможного вспомогательного оборудования. Наш варочный цех на сегодняшний день по производственной мощности может обеспечить около 25 тыс. литров в смену всевозможных жидкостей - шампуней, гелей, лосьонов, спреев. Производство имеет собственную лабораторию производственного контроля и лабораторию по разработкам. Мы сами разрабатываем часть продуктов, иногда копируем какие-то продукты. Заказчики, которые к нам обращаются с желанием или с каким-либо готовым продуктом, мы с радостью встречаем, проводим анализы того или иного продукта, либо предлагаем свои продукты из имеющегося ассортимента, потому что ассортимент постоянно дополняется. Как сказал Вячеслав Валерьевич, у нас больше тысячи SKU, это тех продуктов, которые мы выпускаем, и очень много всевозможных разработок, которые мы тоже предлагаем для разных клиентов. После того, как разработали образец, делаем его опытную партию, заказчик тестирует, либо корректируем по обратной связи, либо дорабатываем, либо запускаем в производство. Дальше заказчик работает непосредственно с отделом СТМ, с Евгенией Юрьевной с закупками и дизайнерами. Как только все поступает на производство, мы выпускаем партию и отгружаем ее заказчику. Так происходит наша коммуникация на сегодняшний день. Это если вкратце по тому что мы имеем и как мы работаем.

**Елизавета Марковская:** – Спасибо большое. И Евгения Юрьевна расскажет о непосредственной работе с клиентами, о клиентах, о структуре продаж, о рынке, тенденциях развития рынка.

**Евгения Дубская, директор по контрактному производству:** – Добрый день. Меня зовут Евгения. Я курирую направление контрактного производства. Как уже сказал Вячеслав Валерьевич, наша компания с 2017 года увидела уверенный тренд развития СТМ на российском рынке зоотоваров и, проанализировав перспективы, руководство компании сделало акцент на развитие данного направления и сделало его основным в нашей компании.

Основная часть наших заказчиков – это дистрибьюторы российские, сервисные компании российского рынка и стран Таможенного союза. С Беларуссией мы активно работаем много лет. В рамках нашей страны нашими клиентами также являются

федеральные сети, локальные, региональные сети, в том числе профильной направленности, то есть, зоосети локальные и региональные.

Кроме того, мы сейчас активно сотрудничаем с топовыми продавцами на маркетплейсах в интернет коммерсе. Это такой тренд нашего времени, и без маркетплейсов сейчас уже сложно представить текущий рынок.

Помимо самих селлеров мы ведем переговоры с самими площадками, с такими, как «Озон», которые активно выпускают собственные торговые марки и начинают продавать их на своих площадках. Благодаря поддержке государства и созданию платформы российского экспортного центра в данный момент мы ведем переговоры с рядом представителей потенциальных партнеров стран ближнего зарубежья. Это Таджикистан, Узбекистан, где рынок как зоотоваров, так и рынок собственных торговых марок находится в зачаточном состоянии и в данный момент только принимает вектор развития.

Как было сказано выше, наше предприятие является высокотехнологичной площадкой. Наши технологи, лаборатории выпускают инновационные продукты. В данный момент наш подход к партнерам и запросов рынка гибкий, динамичный. Опыт персонала, опыт штата, персональный подход к решению вопросов как производственных, так и коммерческих, порой непростых задач задают высокий темп развития компании и дают рост показателей из года в год. У меня все.

**Елизавета Марковская:** – Спасибо большое. Можно перейти к следующему слайду. Я прокомментирую наши показатели, которые нам удалось достичь и те ориентиры, которые мы для себя выстроили для последующих лет. Начну с аналитики. Я присоединилась к команде «Терра Пласта» в четвертом квартале 2003 года. И одной из задач, которую поставили руководители компании, бенефициары, являлась подготовка к следующему второму размещению, второму выпуску. Цель второго выпуска, как мы обозначили, – это дальнейшее развитие компании, инвестирование в развитие, в масштабирование, в реновацию оборудования для того, чтобы компания получила возможность расширить свою линейку производимой продукции, расширить контрактную базу. Если мы посмотрим на показатели, которые компания достигла к 2023 году, то здесь налицо увеличение выручки. Компания находится сейчас на стадии роста. Если мы посмотрим показатели рентабельности, то компания демонстрирует рентабельность по всем видам прибыли – валовая, операционная, чистая прибыль. И структура, долг к показателю прибыли до процентов, налогов, амортизации, долг EBITDA имеет такую амплитуду, такое колебание, поскольку компания сейчас выстраивает свою кредитную политику, политику по работе с капиталом. Мы сейчас, проведя аудит и получив положительное аудиторское заключение, находимся на пути к выстраиванию правильной структуры активов обязательств и следованию всем стандартам ФСБУ. Поэтому цель на последующие годы – привести компанию к такой отчетности, которая бы позволила уверенно выходить на биржу. То есть, для нас такими индикаторами на последующие годы будет уверенный рост выручки, чистой прибыли, работа с отчетностью, выстраивание управленческой учетной политики и бухгалтерской учетной политики для того, чтобы сделать компанию понятной для инвесторов и для того, чтобы подготовить компанию к последующему биржевому размещению.

Что касается внебиржевого размещения, то цель его как раз подготовиться к последующим требованиям раскрытия информации, обязательному аудиту и так далее.

Как я уже сказала, мы успешно прошли аудит отчетности по 2022 году. На сегодняшний день структура активов соответствует специфике компании. Это производственная компания, поэтому конечно большую долю в активах занимают запасы. Безусловно, в компании есть свои производственные мощности, основные средства.

Что касается кредитного портфеля, то специфика на сегодняшний день такова, что конечно компания финансирует свою деятельность за счет займов. Но если мы обратим

внимание, в основном это займы бенефициаров. Выпущенный первый выпуск облигаций достаточно хорошо обслуживается, и в марте мы его планируем погасить. (20.30)

Что касается последующей кредитной политики, то она будет определяться планами компании по развитию, по модернизации оборудования, и по пополнению оборотных средств для того, чтобы выполнять новые контракты.

Следующий слайд нам продемонстрирует наши планы по финансовым результатам и по движению денежных средств. Мы видим, что компания планирует обслуживать второй облигационный выпуск. И наш прогнозный отчет о движении денежных средств показывает возможность операционного денежного потока выполнять обязательства. И следующий слайд демонстрирует нам финансовые результаты от прогнозного отчета прибыли-убытка. Если мы посмотрим на результаты предыдущих лет, то мы видим рост чистой прибыли, рост выручки. Амплитуда объясняется как раз тем, что компания постепенно выстраивает свой подход к отчетности, выстраивает его в соответствии с требованиями инвесторов. Поэтому предпринимаются шаги, и два займа, два выпуска, они планируются и реализуются именно как внебиржевые, как внебиржевое размещение с целью подготовить компанию к следующим выпускам, уже возможно и на бирже.

В целом можно сказать, что такого рода развитие компании говорит о том, что компания растет. Но предвзято вопросы по отчетности, по нашей управленческой и бухгалтерской учетной политике, я обращаю внимание коллег, финансистов, что это компания малого бизнеса, то есть не все компании малого бизнеса готовы сразу выходить на внебиржевые и биржевые размещения, минуя стадию кредитования. То здесь как раз компания достаточно смелый шаг делает и идет в таком форсировании немного события, но вот ставит перед собой такие достаточно амбициозные планы и задачи. На мой взгляд, я все сказала по финансовым показателям по достигнутым и по тем, которые мы планируем достичь.

И последний слайд у меня посвящен нашим параметрам займа. Я готова его прокомментировать. Что касается параметров займа. Нужно обратить внимание на то, что мы предлагаем высокодоходные облигации, поэтому стоит акцентировать внимание на том, что ставка, предлагаемая компании, она достаточно интересна с точки зрения доходности, которую предлагает компания «Терра Пласт». Первые два купонных периода это ставка 21%. Так как у нас три года, то мы говорим о том, что средняя доходность по трем годам, то есть это 36 периодов, это в среднем 18% годовых. Ставка по купонным периодам второго года 18%, по купонным периодам третьего года 17%. Но на слайде мы видим основные параметры займа. Компания «Терра Пласт» предлагает инвесторам ежемесячную выплату купонного дохода, ну и срок погашения три года. Считаем, что наше предложение инвестиционное находится в рынке, оно достаточно интересно для тех инвесторов, которые тоже пробуют себя на рынке и которые заинтересованы в такого рода инструменте, обеспечивающем фиксированную доходность выше рынка. Спасибо вам за внимание, мы готовы ответить на вопросы.

**Алексей Буздалин:** – Коллеги, спасибо за презентацию. Я вижу, что у нас в чате появились какие-то вопросы. Давайте сначала начнем с тех вопросов, которые я специально заготовил для наших уважаемых гостей, ну и потом по мере появления вопросов в чате я их также буду озвучивать и задавать нашим уважаемым гостям. Итак. Давайте начнем с вопроса по поводу того, что, как вы видите, какие основные драйверы развития и роста для вашей компании? Вячеслав Валерьевич, вы ответите?

**Вячеслав Корнейчик:** – Я вставлю свое слово и отвечу на этот вопрос. Первый основной драйвер нашей компании я вижу в том, что мы очень много товаров заменили на полках тех товаров, которые были импортные, то есть импортозамещение оно, конечно, сыграло важную роль в нашем развитии. На сегодняшний день мы наблюдаем огромное количество заказов от наших покупателей, тех покупателей, которые хотят делать товары

под своей торговой маркой, и все эти товары ну, я вот вижу, где-то по статистике процентов 80 они все заменяют те товары, которые раньше были и поставлялись из-за границы. То есть это очень важный такой сейчас момент у нас, и мы им пользуемся.

Второй важный момент – это то, что по статистике рынок зоотоваров очень растет большими темпами, то есть все-таки количество животных у людей тоже по статистике увеличивается – домашних животных – и рынок растет, реально растет в разы. То есть не на какие-то маленькие проценты.

Третьим драйвером я вижу – это то, что мы за ну, уже получается девять лет на рынке почти, то есть у нас есть и опыт, и имя, и репутация, мы ее заработали собственным трудом, я считаю, что она полностью положительная и это тоже такой хороший драйвер, что нам доверяют.

Дальше у нас все-таки есть дополнительные технологии, которые мы используем в своих товарах. За это время, пока отлаживаем бизнес-процессы и технологические процессы, которые у нас сейчас существуют на предприятии. И самый важный еще момент – то, что мы предлагаем заказчику весь комплекс услуг по производству товара, то есть от идеи до товара в коробке он получает полностью у нас на предприятии. То есть мы на сегодняшний день оказываем прямо комплексную услугу по производству товара для заказчика, что на сегодняшний день, ну, дальше будет разговор о конкурентах, но пока мы вот такого производителя с таким широким сектором услуг и с таким широким ассортиментом товаров мы пока вообще не наблюдаем на российском рынке.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо большое за ответ. Могли бы вы поподробнее рассказать, какие каналы продаж используют компании, и насколько маркетплейсы на текущий момент занимают значимую долю в этих каналах? Евгения, может быть, вы, к вам этот вопрос?

**Евгения Дубская:** – Да, я прокомментирую еще раз, безусловно. Не могу сказать, что маркетплейсы занимают лидирующую позицию в нашем направлении контрактного производства. Безусловно, это значимая часть. Я думаю, что процентов 20-25 от общей сложности занимают маркетплейсы, но, основную роль, конечно, играют наши заказчики – это дистрибьюторы, сервисные компании, брендодержатели, известные торговые сети зоотоваров, зоосети, ну и потом уже идут федеральные сети. То есть три таких основных направления. Ну, и экспорт, мы сейчас его развиваем активно, стараемся. Он занимает небольшую долю наших продаж, но мы делаем тоже достаточно большой акцент на это направление и развиваем его.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. А кого компания считает своим основным конкурентом?

**Евгения Дубская:** – Конкретного конкурента назвать я не возьмусь. Опять же, говоря о том, что у нас очень широкий ассортимент для контрактного производства. Есть несколько интересных, значимых производств по стране. Я, наверное, не буду называть названия этих компаний, но мы регулярно изучаем наших конкурентов. Безусловно, у них есть минусы и плюсы, но в основном компании все же имеют узкую направленность, не могут предложить достаточный ассортиментный ряд. Очень часто компании достаточно неповоротливы в обратной связи, не дают ее оперативно, то есть это касается не только предложений, но и там касается образцов по техзаданию или каких-то конкретных запросов со стороны потенциальных заказчиков. Мы в этой ситуации действуем более динамично, всегда пытаемся как-то проявлять гибкость и индивидуально подходим к запросам, и к клиентам. Вот, в принципе, вот так.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Помимо вот этой гибкости, есть ли еще какие-то особые конкурентные преимущества, может быть, у товарной линейки вашей компании на фоне конкурентов?

**Евгения Дубская:** – Ну, во-первых, да, опять же говорили о том, что мы достаточно высокотехнологичная площадка, у нас достаточно много, ну, не много, у нас есть несколько инновационных продуктов, которых нет на рынке, по крайней мере, на российском рынке зоотоваров, нет ни аналогов. И из-за рубежа, в принципе, в данный момент они к нам также не поставляются. И мы предлагаем эти продукты под собственными торговыми марками заказчика – это является ценностью для любого бренда иметь какие-то инновации у себя. Ну, широкий ассортимент – это всегда плюс, нежели чем минус. К нам можно прийти и выпустить продукцию, например, если это какая-то зоосеть, то есть она может прийти к нам и в целом упаковать свой магазин, обратившись только на наше производство, не прибегая к помощи наших конкурентов или каких-то смежных компаний. Это достаточно удобно для наших партнеров обращаться к одному заказчику, иметь дело, взаиморасчеты только с одним поставщиком, доверять ему, знать его возможности, соответственно, вот так.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Как последние геополитические события, рост напряженности ситуации, все, что происходит, все, что мы наблюдаем, сказывается на деятельности компании? Вячеслав Валерьевич, может быть, вы ответите на этот вопрос?

**Вячеслав Корнейчик:** – Ну, я уже отвечал на этот вопрос в своем диалоге до этого, что только положительно. Только положительно сказывается все, что происходит вокруг нашей страны. Ну, нельзя говорить, как, может быть, со стороны человека, что это все положительно, но со стороны бизнеса для нас это, конечно, идеальная такая атмосфера в зообизнесе, которая сложилась. Работы у нас добавилось существенно много, то есть и заказов тоже. То есть мы давно, вот со времен пандемии мы, конечно, такого роста не видели на рынке зоопродуктов. То есть она растет, растет и растет, а полки все пустеют. Импортными товарами заполнять их нельзя, и нам уже даже, между нами говоря, приходится самим предлагать нашим заказчикам и какие-то свои идея навязывать, чтобы они заполняли эти пустые полки, на которых раньше находились импортные товары.

**Евгения Дубская:** – Но мы разрабатываем какие-то аналоги импортных брендов, которые покинули наши магазины, наши полки. И наши клиенты с удовольствием тестируют и включают в свой ассортимент эти товары. Безусловно, для нас один сплошной плюс в текущей ситуации.

**Вячеслав Корнейчик:** – Ну, я хочу даже добавить, что качество наших товаров, которые сейчас мы производим в нашей замечательной стране под нашими торговыми марками, которые были у нас ранее, или под торговыми марками заказчика – качество товаров подтверждает это, и отзывы наших потребителей, и лаборатории, которые проверяют – намного выше, чем раньше были на полках импортные товары. То есть мы гордимся вот тем опытом, качеством товаров, которые мы делаем. И это тоже как бы наше конкурентное преимущество. Мы реально следим за качеством товара, мы много раз проверяем, тестируем эти товары прежде, чем поставить их на полку и отдать их заказчику.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Вот, помимо того, что ушли с рынка зарубежные конкуренты и освободились ниши, снизилась конкуренция, могли бы вы еще указать какие-то факторы, которые могут обеспечить дальнейший рост компании?

**Денис Ильин, CEO компании «Терра Пласт»:** – Давайте я, наверное, отвечу. Собственно говоря, много уже все рассказали о том, как повлияла ситуация вокруг нас и

вокруг рынка за счет того, что мы комплексный подход имеем, расширенный спектр всякого производственного оборудования, помимо всего прочего мы не останавливаемся. У нас, как я говорил уже, в лаборатории технологи, мы постоянно занимаемся разработками. В 2023 году мы начали активно сотрудничать с НИИ паразитологии, и на сегодняшний день при работе с НИИ мы пришли к тому, что та технология, запатентованная нами, как вот рассказывал Вячеслав Валерьевич, на сегодняшний день действительно уникальна. И те задачи, и требования, которые хотел бы реализовать НИИ в своей какой-то продукции, на сегодняшний день оказывается, что по большому счету компания «Терра Пласт» может реализовать те задачи, которые ставит на сегодняшний день НИИ. И наше сотрудничество с НИИ очень такое плотное.

Мы сейчас занимаемся как раз-таки разработкой и подготовкой образцов – это вот программа 2024 года как раз-таки. И эти технологии, которыми мы обладаем, как раз-таки, как говорил Вячеслав Валерьевич, является нашим конкурентным преимуществом. Мы разрабатываем и внедряем эти продукты сейчас в виде образцов, которые планируем выпустить на рынке 2024 года. Именно для этого нам необходимо немножко будет модернизировать, дооснастить производство – это лицензируемые продукты. То есть мы в 2024 году планируем получение лицензии на производство этих препаратов. Очень много займет времени и средств на пакеты документов, на подготовку сырьевой базы, на оснащение, дооснащение оборудования. Собственно говоря, вот этим мы и планируем увеличить рост за счет нового сегмента товаров немножко в другой уже нише, которая даст как раз-таки рост и в объемах производства, ну и соответственно, выручки.

**Алексей Буздалин:** – Понятно. Следующий вопрос, который я хотел бы задать – это вопрос по поводу планов размещения биржевых облигаций.

**Елизавета Марковская:** – Ну, давайте я отвечу. Да, мы, в общем-то, в нашей презентации говорили о том, что действительно вся наша сейчас деятельность сосредоточена на размещении внебиржевом, но его мы рассматриваем именно, как подготовку к биржевому размещению. Понятно, что до него нам нужно сделать очень многое. В принципе – это и адаптация к требованиям, связанным с необходимостью проходить обязательный аудит, мы сейчас его делаем об инициативном порядке. И мы прошли его достаточно успешно. Сейчас есть время для того, чтобы выполнить рекомендации аудиторов, и довести нашу отчетность уже до того уровня, который будет уже соответствовать требованиям, предъявляемым при обязательном аудите. Ну, а также, конечно, мы сейчас проходим адаптацию, вся компания без исключения, к требованиям по раскрытию информации, потому что мы понимаем, что, выйдя на биржу, все эти требования нужно выполнять достаточно жестко. Поэтому да, конечно, безусловно, такие планы есть – это для нас некий следующий шаг, к которому надо идти.

**Алексей Буздалин:** – Я так понимаю, что этот шаг, он должен, как вы только что отметили, сопровождаться некоторыми достаточно общепринятыми мерами, в частности, подготовки консолидированной отчетности. И, разумеется, наверное, всех инвесторов будет интересовать, готовы ли вы получить кредитный рейтинг?

**Елизавета Марковская:** – Да, безусловно, да, спасибо за вопрос. Эта процедура, она нами, в общем-то, подразумевается, и как только будет принято принципиальное решение, безусловно, мы будем и к этому тоже готовиться, к получению кредитного рейтинга.

**Вячеслав Корнейчик:** – Мы к этому идем уже четвертый год медленно и планомерно, к этой цели.



**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Я вижу, что у нас в чате накопилось некоторое количество вопросов. Давайте перейдем к ним. Вот Никита из чата интересуется: «Вы оборудование и технику приобретаете в лизинг или вы ее покупаете?»»

**Вячеслав Корнейчик:** – Мы приобретаем и так и так. Мы используем и свои частные деньги, чтобы приобретать оборудование, и часть в лизинг. Если посмотреть по нашей отчетности, видно, какую часть мы тратим на лизинговые платежи. Стараемся, конечно, все-таки приобретать за заработанные деньги.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. И следующий вопрос от Оксаны. Оксана интересуется, с чем связан значительный рост управленческих расходов в 2024 году?

**Елизавета Марковская:** – Планируемые?

**Алексей Буздалин:** – Да, планируемые.

**Елизавета Марковская:** – Ну, давайте я прокомментирую. Это действительно пока прогнозы. Мы закладываем некоторое увеличение персонала и, соответственно, расходы, связанные с тем, что нам нужно будет привлекать кадры, квалифицированные кадры. Управленческие расходы включают и административные расходы, связанные с необходимостью финансировать получение определенной документации, разрешительной документации и т.д. Это по прогнозам.

**Вячеслав Корнейчик:** – Еще не секрет, что зарплаты очень сильно подросли, особенно за последний полгода и будут дальше подрастать, и поэтому мы тоже это закладываем в свои планы. И мы все-таки делаем ротацию коллектива нашего инженерного и профессионального, то есть идем к цели, чтобы был профессиональный какой-то один человек, чем не очень профессиональных два, то есть мы меняем за более высокую зарплату все-таки нанимаем, ищем специалистов хорошего профиля.

**Алексей Буздалин:** – Понятно, спасибо. Алекс из чата задает вопрос: «Как долго ваша продукция проходит сертификацию?» Видимо он в контексте, насколько это критичный нюанс, связанный с выводом новой продукции на рынок.

**Евгения Дубская:** – Я могу ответить на это вопрос. Сертификация продукции у нас либо добровольная, она занимает, если про продукцию, да, мы говорим, она занимает в общей сложности одну-две недели. Основная часть наших средств по уходу за животными не подлежит сертификации и регистрации даже добровольной и имеет документ, можно так сказать, пояснительный, называется «Отказное письмо». Оно унифицированное, в свободном доступе, мы предлагаем нашим партнерам. Соответственно, в целом, срок сертификации, декларирования не превышает двух недель на любой ассортимент, выпускаемый на нашем производстве.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Вопрос от Максима: «Почему растет доля себестоимости продаж при дальнейшем развитии проекта? Из-за того ли, что планируете набирать новый персонал и расширять производственные линии?»»

**Елизавета Марковская:** – Ну давайте я прокомментирую это по прогнозам. Здесь у нас действительно есть определенная амплитуда. Мы понимаем, что до бесконечности расти выручка, она тоже не может, в какой-то момент — это будет некое постоянство, то есть постоянная величина. Но что касается себестоимости, мы над ней, естественно, продолжаем работать и, возможно, ее будем контролировать с точки зрения и пересмотра поставщиков сырья, и переход, возможно, на какие-то отечественные, например, поставки. То есть если мы говорим про себестоимость, то, конечно же, здесь изменения, они, естественно, возможны.

Потом нужно понимать, что это контрактное производство, и мы идем вслед за нашим заказчиком, то есть заказчик тоже может диктовать, из каких, например, составных частей мы должны будем произвести продукцию. То есть здесь мы вынуждены, скажем так, учитывать много-много-много факторов. Поэтому, да, возможны изменения, и факторами изменения и выручки себестоимости основным, конечно, является ценовой фактор, безусловно.

**Алексей Буздалин:** – Понятно.

**Вячеслав Корнейчик:** – Но я хочу добавить, мы столкнулись уже как минимум, наверное, около года с такой проблемой, что очень мало качественного сырья у нас в стране, и нам приходится долго время искать это сырье и закупать его впрок, чтобы выдавать качественные продукты. И поэтому дальше мы тоже для себя планируем, что ситуация не сильно улучшится как минимум в ближайшие несколько лет, и поэтому наша доля расходов именно по этой статье, она будет расти, то есть мы для себя все-таки приняли решение постоянно делать такой банк сырья, накапливать сырье уже не как раньше на несколько месяцев вперед, а уже сейчас такая ситуация, что мы его накапливаем уже не полгода вперед, исходя из статистики того, что мы потребляем.

И это не только сырье, это еще и тара, которая на сегодняшний день уже идет только лишь по предоплате. И открою как бы секрет, у нас даже сейчас тара проплачена на шесть месяцев вперед на некоторых заводах, то есть у нас сложно с этим в стране, и улучшения, честно говоря, мы особо не видим, поэтому мы тоже работаем над этим, у нас есть свои проекты. И, исходя из этих статей, которые у нас запланированы, мы будем расходовать деньги еще и туда.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Александр в чате спрашивает: «Правильно ли я понимаю, что торговые марки принадлежат юридически не вам, а заказчикам? Есть ли собственные зарегистрированные торговые марки?»

**Евгения Дубская:** – Безусловно, все торговые марки, с которыми мы работаем, принадлежат нашим заказчикам. Все торговые марки мы проверяем на момент регистрации официальной. С незарегистрированными торговыми марками мы не работаем, то есть обязательно наш юридический отдел проверяет вдоль и поперек нашего контрагента на момент, действительно ли наш партнер держит эту торговую марку, не является ли она какой-то сторонней маркой, то есть у нас наших торговых марок нет, мы работаем только с торговыми марками наших заказчиков.

**Вячеслав Корнейчик:** – Нет, я добавлю, у нас существуют наши торговые марки старые, две торговые марки. Это было очень давно, с чего мы начинали, но впоследствии мы эти торговые марки передали нашим хорошим партнерам – компании «Мегаполис» в

пользование, потому что мы поменяли профиль своей работы, мы отошли от коммерции, и поэтому можно смело сказать, что, да, а сегодняшний день наших именно личных торговых марок у нас нет, и мы пока в планах даже и не собираемся заниматься коммерцией и продавать товары под собственной торговой маркой, нам хватает работы и в контрактном производстве.

**Алексей Буздалин:** – Понятно. Вопрос от Анны: «Почему вы приняли решение о постепенном снижении ставки купонов после первых двух выплат?»

**Елизавета Марковская:** – Спасибо за вопрос, я отвечу. Мы выходили на второе размещение в такой очень интересный период, когда Центральный банк планировал очередное повышение ключевой ставки. И вот структура нашего предложения, она учитывает планы Центрального банка по снижению, постепенному снижению ключевой ставки. То есть мы, предлагая вот такое движение от 21% и до 17%, мы считаем, что мы остаемся еще в рынке, даже выше рынка и предлагаем интересную рыночную доходность по трем годам – это 18% годовых в среднем, средняя доходность, но делаем вот такое интересное предложение с 21% до 17%, в среднем это 18%, но учитываем те возможные катаклизмы решения Центрального банка, которые еще могут быть приняты. То есть считаем, что с нашим мы будем интересны при любых решениях Центрального банка, какие бы они ни были, то есть считаем, что с нашим предложением мы будем интересны при любых решениях Центрального банка какие бы они ни были.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. И следующий вопрос от нашего зрителя, он интересуется, участвует ли компания в выставках или в других отраслевых событиях для поиска новых заказчиков?

**Евгения Дубская:** – Да, безусловно, мы участвуем в профильных выставках тематических. Например, международная выставка ежегодная по ..?.. (50.56), проводимая в Москве. Также мы участвуем в выставках, посвященных контрактному производству собственным торговым маркам. Ежегодно, регулярно являемся участником всевозможных выставок.

**Вячеслав Корнейчик:** – И получаем много наград.

**Евгения Дубская:** – Да, получаем знаки отличия, награды, новых партнеров, встречи с текущими партнерами, которые дорожат сотрудничеством с нами, доверяют нам свои бренды.

**Алексей Буздалин:** – Следующий такой интересный вопрос от Анны: «Тестируете ли вы продукцию на животных в процессе разработки линейки?»

**Денис Ильин:** – Регулярно тестируем. Наша лаборатория постоянно занимается этими вопросами, мы сотрудничаем с лабораторией. Последнее исследование, которое проводилось, мы проводили исследование антипаразитарных ошейников, их испытывали на кроликах. Испытания проходили больше полугода на безопасность. Эти образцы прошли испытания успешно.

**Вячеслав Корнейчик:** – Но я еще больше скажу: мы тестируем это все, у нас практически у каждого есть дома животные, коль мы занимаемся таким бизнесом.

**Евгения Дубская:** – Это так называемая помощная группа у нас.

**Вячеслав Корнейчик:** – И все с большим удовольствием тестируют на своих животных все наши товары, которые мы и новые делаем, и используют старые товары. И поэтому, не попробовав на себе, мы не предлагаем ничего заказчику. Мало того, что вот Денис Николаевич скрывает, он еще тестирует все на себе лично.

**Алексей Буздалин:** – Прекрасно, спасибо за вопрос, за ответ. Так, хорошо. Юрий интересуется: «Насколько бизнес зависит от зарубежных партнеров, производственные линии, упаковка, сырье, нет ли сейчас проблем с тем, что эти партнеры могли уйти с российского рынка?»

**Вячеслав Корнейчик:** – Я отвечу на этот вопрос. Мы уже себе задали этот вопрос неоднократно и работаем на том, чтобы отойти от импортного сырья. На сегодняшний день, если посмотреть по доле сырья, которое мы используем в нашей продукции, в наших товарах, мы практически больше чем на 80% все используем только российское сырье. Остальная вот эта доля, мы все-таки пытаемся брать это все с Востока. На сегодняшний день с Запада у нас идет только один ингредиент, и то мы его используем, покупаем один раз в год. Больше мы ничего не покупаем, мы отошли от этих закупок и теперь мы независим от Европы и от этих санкций.

**Алексей Буздалин:** – Понятно. Следующий вопросу нас в чате про инвестиционную платформу, на которой размещаются коммерческие облигации. Собственно, вопрос, наверное, он состоит из двух частей - почему компания выбрала именно эту инвестиционную платформу, и вторая часть вопроса, наверное, будет адресована непосредственно к Павлу с просьбой поподробнее рассказать, что из себя представляет эта платформа?

**Елизавета Марковская:** – Спасибо за вопрос. Ну вот первую часть я прокомментирую, дело в том, что это вообще достаточно такая инновационная вещь. Когда-то у компаний вот такого масштаба, малого бизнес вообще не было никаких возможностей по пробе пера, скажем, попробовать себя, поработать с таким инструментом, выйти на рынок капитала в пробном таком варианте. Сейчас нам Центральный банк такую возможность дал и дал такого рода, можно сказать, технологию платформы, через которую могут размещаться компании, которые хотели бы внебиржевым образом попробовать этот инструмент, выйти на рынок капитала, привлечь инвестиции, причем не только разместив облигации, но и другие финансовые инструменты, тоже попробовать поработать с ними.

Что касается именно конкретно инвестиционной платформы Bizmall. Да, мы изучили рейтинги и рекомендации партнеров и приняли решение, что мы можем сотрудничать, и, в принципе, как раз-таки второй выпуск мы реализуем с помощью коллег из компании «Инвестиционная платформа Bizmall».

**Павел Биленко:** – Давайте я пару слов о платформе. Ну, во-первых, инвестиционная платформа Bizmall входит в реестр операторов инвестиционных платформ Банка России. Во-вторых, данные облигации размещаются только среди зарегистрированных клиентов инвестиционной платформы Bizmall. И, в-третьих, насчет того, почему выбрали

инвестиционную платформу Bizmall для размещения облигаций: на сегодняшний день из инвестиционных платформ, кроме Bizmall, никто внебиржевые облигации не размещал до сих пор. Достаточно там непростой процесс чисто технологически срастить всю инфраструктуру фондового рынка и инвестиционных платформ, чем мы успешно достаточно занимаемся.

Ну, в общем, наверное, все. Поэтому, мало того, для клиентов нашей инвестиционной платформы, которые посмотрят на это инвестиционное предложение, есть много дополнительной информации. Например, мы снимали видео на производстве компании «Терра Пласт», там интервью с менеджментом и вообще много достаточно интересной информации, поэтому тем, кто интересуется данными облигациями, добро пожаловать, регистрируйтесь на платформе, проходите необходимую процедуру и имейте доступ ко всей информации на платформе.

**Алексей Буздалин:** Павел, правильно я понимаю, что платформа, она в том числе может обеспечить какой-то вот такой квазивторичный рынок для этих коммерческих облигаций?

**Павел Биленко:** – Скажем так, мы сейчас занимаемся организацией этого вторичного рынка, возможно, не в рамках платформы, так как напрямую пока Банк России не поощряет именно вторичный рынок таких инструментов на платформе, там проходит только первичное размещение. Но для наших клиентов, конечно, тех, кто желает продать облигации, мы организуем эти сделки и, возможно, там в ближайшем будущем будет более технологичная возможность организовать вторичное размещение. Я не говорю уже о том, что на сегодня, например, НРД обещает ввести технологию аналогичную СБП по переводу ценных бумаг, и есть внебиржевые системы, такие как ОТС Борд, на которой можно торговать, в том числе этими облигациями. Поэтому на сегодня вторичный рынок есть, а через пару месяцев это будет уже гораздо более интересно и технологично.

**Алексей Буздалин:** – Павел, спасибо большое за интересное представление платформы.

Я задам еще несколько вопросов из чата в завершение нашего семинара.

Никита интересуется: «Почему самый большой сегмент рынка корма вам приносит меньше продаж, чем зоотовары?» То есть почему корма приносят меньше продаж, чем зоотовары?

**Евгения Дубская:** – Наверное, на слайде представлена аналитика рынка зоотоваров. Мы не занимаемся кормами, мы занимаемся уходовыми средствами, биодобавками, мультивитаминными лакомствами. Корма – это не наш профиль, не наше направление, это совершенно другое производство. То есть на слайде представлена аналитика в целом по продажам на рынке Российской Федерации товаров для животных.

**Вячеслав Корнейчик:** – Дело в том, что мы занимаемся только теми товарами, которые производим сами. Корма мы не производим, это производят большие другие заводы, наши знакомые, партнеры, какие-то еще производители за границей, но мы не занимаемся производством кормов именно. Мы делаем из продуктов только лакомства для животных.

**Алексей Буздалин:** – Иван в чате интересуется по поводу каких-то региональных особенностей в спросе на ту или иную вашу продукцию, есть ли они? Например, что типа в Сибири больше актуальны ошейники для блох, чем в других регионах, где-то витамины. Есть ли что-то такое?

**Евгения Дубская:** – Нельзя сказать, что сейчас ярко выраженный спрос в тех или иных регионах, по крайней мере в контрактном производстве. Если говорить про каналы продаж, то, безусловно, у наших партнеров, у наших контрагентов очевидно... Ну, я говорю, мы раньше занимались продажами в том числе, и, исходя из опыта в продажах, я могу сказать, что, безусловно, ситуация особенностей того или иного региона и также сезонности, она имеет место быть.

**Алексей Буздалин:** – И вопрос от Алекса. Он интересуется: «Насколько ваша продукция представлена на рынках СНГ и ЕАЭС?»

**Евгения Дубская:** – Представлена. Как я говорила ранее, мы работаем сейчас в данном направлении, ведем активно переговоры. Она представлена, но, безусловно, нам хотелось бы большего, гораздо большего.

**Вячеслав Корнейчик:** – Мы постоянно анализируем полки в магазинах, где реализуется наша продукция и товары, которые делаются у нас по ДСТМ. Я лично тоже посещаю как минимум раз в месяц специально для статистики десятков магазинов и вот для себя могу точно сказать, что если ты подходишь на полку, смотришь уходовые средства, то вот я уверен, что 60% всех флакончиков, которые стоят на этих полках, если вы перевернете, то сзади вы увидите производителя «Терра Пласт». То есть они будут под разными брендами, под разными марками, но делаем все это мы. А ошейники от блох и клещей, вот эту всю линейку делаем исключительно только мы вот именно в таком виде, в котором мы это на своем сайте и своим заказчикам преподносим, то есть полимерно. Есть там разного вида другие ошейники, но полимеры делаем исключительно только мы. И исходя из предыдущего вопроса по поводу покупаемости этих товаров, то есть мы когда-то усмотрели такую тенденцию, что где-то там, в северных районах, начали покупать больше наших ошейников для кошек, собак. Задались такой целью – узнать, почему. Люди покупали это для себя, то есть ходили в лес, одевали это все на себя от комаров, мошек, клещей и т.д. И это подсказало нам, и мы также сделали линейку для людей – браслеты от комаров, клещей. И только в прошлом году мы получили этот сложный сертификат СГР, это самый сложный сертификат, который делается почти год, мы его сделали и в прошлом году оттестировали этот продукт под торговой маркой «Москитек» и в этом году мы собираемся к лету массово предложить этот товар нашим контрагентам для продажи.

**Алексей Буздалин:** И, наверное, последние пара вопросов коротких. Юрий интересуется все еще по поводу тех же торговых марок, о которых мы говорили. Он интересуется, что на сайте у вас в разделе «Наши бренды» указано их девять. Так ваши это марки или не ваши это марки?

**Вячеслав Корнейчик:** – Которые зарегистрированы на нашу компанию – наши марки. Но мы не торгуем товарами под этими торговыми марками, мы их отдаем нашему компаньону Торговому дому «Мегаполис», и он у нас выступает уже заказчиком товаров под этими торговыми марками. Просто это когда-то были наши торговые марки, мы торговали, еще раз говорю, это можно посмотреть по истории, что-то просто мы видим для себя, регистрируем торговые марки и предлагаем своим заказчикам, чтобы сэкономить их время. Многие просто не могут придумать даже название для своих товаров, ну вот как бы мы оказываем такую услугу им, отдаем свою торговую марку, чтобы они быстрее определились и заказывали у нас товары.

**Алексей Буздалин:** – И, наверное, последний вопрос все-таки, мы уже исчерпали лимит времени. Алексей интересуется? «Когда же все-таки сделаете МСФО-отчетность?»

**Елизавета Марковская:** – Дело в том, что, по большому счету, у нас все стандарты федеральные бухгалтерского учета, они уже максимально приближены к МСФО. Вот аудировали мы отчетность и фактически все, что мы видим, все стандарты, которым мы сейчас соответствуем, наша отчетность российская, она полностью выстроена по стандартам МСФО, то есть это общие принципы, которые легли в основу наших российских стандартов. Можно сказать, что мы уже все работаем по МСФО.

Другое дело, что, если встанет задача и бенефициары поставят задачу выходить и готовиться, сначала готовиться к биржевому размещению, тогда да, мы будем уже предпринимать усилия и думать о консолидации, потому что здесь какое-то принципиальное политическое должно быть решение о, не знаю, групповом выходе на биржу или компания уже достигнет таких масштабов, что достаточно будет ее оборотов и она будет интересна инвесторам. То есть это уже вопрос такой стратегический. Мы можем ставить такую задачу в долгосрочном периоде.

Отвечая на вопрос по МСФО, да, мы уже работаем по этим стандартам. А дальше все будет зависеть от тех задач, которые будут поставлены перед компанией. Спасибо вам большое за вопрос.

**Алексей Буздалин:** – Понятно. Алексей, ждите, когда-то будет.

**Елизавета Марковская:** – Она уже есть, то есть она есть, ну а развитие компании покажет дальнейшие наши планы.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. В принципе, у нас вопросы исчерпаны.

Коллеги, если есть желание что-то сказать нашим уважаемым слушателям, то сейчас самое время.

**Вячеслав Корнейчик:** – Наверное, у кого-то возник вопрос, откуда я веду свою трансляцию. Могу точно сказать, что не из Бали, не из Таиланда, это наш зимний сад в нашем замечательном офисе центральном в Санкт-Петербурге. Мы с большим удовольствием приглашаем и наших партнеров и инвесторов к нам в гости, чтобы подробно пообщаться, ответить на все вопросы, и даже можем сделать это в нашем зимнем саду, который мы восстановили очень давно, заброшенный, и сделали такое прекрасное место для отдыха наших сотрудников и гостей.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо. Павел, может быть, вы что-то еще скажете от лица платформы?

**Павел Биленко:** – От лица платформы могу только пригласить потенциальных инвесторов регистрироваться у нас. Кроме этого, есть еще много интересных инвестиционных предложений, что касается как размещения облигаций, так и размещений акций внебиржевых, как Pre-ИРО, так и стартапов, ну и в том числе займы, как все платформы, мы тоже размещаем. Поэтому всегда готовы ответить на любые вопросы. Добро пожаловать.

**Алексей Буздалин:** – Спасибо.

Коллеги, тогда мы на этом завершаем наш семинар. Спасибо большое всем тем, кто нас слушал. Материалы нашего семинара мы разместим на нашем портале, в телеграм-канале, сделаем рассылку по тем зарегистрированным слушателям, которые предварительно зарегистрировались на наш семинар.

И еще раз отдельно хочу обратиться к другим эмитентам, с тем, чтобы вы приходили к нам на RusBonds, и вот примерно в таком формате пообщались с нашей широкой

аудиторией частных инвесторов, на текущий момент именно аудитория сайта составляет уже больше 200 тыс. уникальных посетителей в месяц.

Спасибо вам большое за внимание.

- Спасибо вам большое. До свидания.
- Всего доброго.
- Всем счастливо.