

## ООО «Диамед»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 600 тыс.**

### Направления использования

Приобретение основных средств - 45 %

Модернизация продукции - 25 %

Маркетинг - 15%

Оборотные средства - 15 %

### Описание предприятия

1. Дата создания – октябрь 2001 г.
2. Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию - \$ 120 тыс., в том числе: ООО «Прогресс-лизинг» - \$ 50тыс.; собственных средств - \$ 70 тыс.
3. Продукция - Кисломолочные продукты лечебно-диетического и детского ассортимента на основе эубиотиков (продукты функционального питания).
4. Область применения продукции – Лечебно-диетическое питание все возрастных категорий людей.
5. Объем реализации за 2004 г. - \$ 580 тыс.
6. Стоимость основных фондов и краткая характеристика - \$ 50 тыс. - Стерилизаторы, насосы, ванны (для приемки молока, для охлаждения), лабораторное оборудование, холодильное оборудование, оргтехника, внутрипроизводственная тара, автотранспорт.
7. Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности - Патент на способ производства белковой пасты, патент на товарный знак «Бификроха», принадлежащие ООО «Диамед».
8. Знаки общественного признания – Дипломы и золотые медали Всероссийского смотра конкурса лучших пищевых продуктов г. Волгоград 2004 г., 2005 г. за лечебно-профилактический продукт «Бифидумбактерин» и «Бификроха» бифидумбактерин кисломолочный, Дипломант 2004г. и Лауреат 2005 г. конкурса «Сделано в Петербурге» за высокие показатели качества, диплом Всероссийского фонда защиты прав потребителей, дипломы Всероссийских выставок, статья в научном журнале «Молочная промышленность», статья в журнале «Вопросы детской диетологии», Заключение по клиническим испытаниям кисломолочных продуктов (проведенных на базе педиатрической академии).

### Владельцы

Физическое лицо	100 %
Совокупная доля госсобственности	0%

### Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Лечебно-профилактические продукты на основе молока (коровьего и козьего) сквашенного эубиотиками (живыми микроорганизмами и их метаболитами). Активизируют функции пищеварения и синтеза витаминов, обладают выраженными антиканцерогенными свойствами, препятствуют размножению патогенной микрофлоры в желудочно-кишечном тракте. Позиционируются как продукты функционального питания, могут применяться как обычные продукты, обладают лечебно-профилактическим эффектом при таких болезнях как: дизбактериоз, частичная лактазная недостаточность, острый лейкоз, онкологические заболевания, заболевания поджелудочной железы. Показаны для детей в период перехода от грудного вскармливания к обычному, при аллергиях различной этиологии, при искусственном вскармливании, в безглютеновой диете, при сахарном диабете и т. д.

Разрабатываемая продукция – Регистрируются продукты на козьем молоке сквашенные эубиотиками (впервые в России), разработана и запатентована белковая паста (живой творожок) с эубиотиками, разрабатываются ряд напитков обогащенных эубиотиками профилактического назначения.

### Рынки и конкуренция

Компания занимает сегмент кисломолочного лечебно-профилактического питания на рынке детского молочного продукта. Сам рынок Северо-Запада в 2004 г. составлял \$ 800 млн при средних реальных и планируемых темпах роста 2000 – 2010 г. ~10-15% в год. Целевой сегмент образовался 5-7 лет назад, и на период 2005-2010 гг. темпы роста могут составлять 70-100% годовых. Т.е. к 2010 г., с учетом расширения географии сбыта, объем целевого сегмента может составить \$ 70-80 млн (по Северо-Западу и Центральному региону). Прямых конкурентов у компании нет (благодаря способу производства).

Показатель		Продукция заявителя	«Агуша»	Остальные
География – С.-Петербург и Лен.область Объем рынка \$ 2 млн.				
2004	Доля компании на рынке, \$ тыс. / %	500 / 25%	1 500 / 75%	-
География – Центральный и Северо-Западный регион Объем рынка \$ 10 млн.				
2009	Доля компании на рынке, \$ тыс. / %	3 200 / 40%	4 000 / 50%	800 /10%

#### **Маркетинг и каналы сбыта**

Основная реклама продукции: позиционируется, как функциональное питание. Планируется: участие в выставках, презентации в лечебно-оздоровительных учреждениях, звуковая реклама в метро, на радио, наглядная реклама, сопровождающая продукцию при поставках в сети магазинов.

Основные каналы сбыта: универсамы, супермаркеты, магазины «Диета», магазины детского питания, аптеки, частные магазины; поставка продуктов питания в детские и лечебные учреждения; открытие сети детских кафе (в 2005 г. заключено 158 договоров, из них 8 с детскими и лечебными учреждениями).

#### **Перспективы развития**

Строительство завода по производству продуктов функционального питания, увеличение ассортимента продукции, расширение географии сбыта. Открытие сети детских кафе и магазинов от производства (один магазин и одно кафе уже существуют).