

## ООО «ДИАМЕД»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1,5 млн.**

### Описание компании

1. **Дата создания** –12 октября 2001 г. Компания создана на частные средства для разработки и производства продуктов лечебно-профилактического назначения.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 800 тыс.; в том числе: ООО «Прогресс-лизинг» – \$ 200 тыс., ООО «Глобус-лизинг» – \$ 200 тыс., собственные средства – \$ 100 тыс., ФЦНТП – \$ 300 тыс.
3. **Продукция** –кисломолочные продукты лечебно-диетического и детского ассортимента на основе эубиотиков (продукты функционального питания).
4. **Область применения продукции** – лечебно-диетическое питание всех возрастных категорий людей.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 690 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 150 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», заявка на патент товарный знак «Эмилакт», принадлежащие ООО «Диамед».
8. **Знаки общественного признания** –Диплом за лучшую презентацию VI Российской Венчурной Ярмарки, дипломы и золотые медали Всероссийского смотра конкурса лучших пищевых продуктов г. Волгоград 2004, 2005 гг. за лечебно-профилактический продукт «Бифидумбактерин» и «Бификроха» бифидумбактерин кисломолочный, Дипломант 2004 г. 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»).

### Владельцы

Физическое лицо	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

### Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Лечебно-профилактические продукты на основе молока (коровьего и козьего) сквашенного эубиотиками. 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, но основная их роль лечебно-профилактическая: при таких заболеваниях, как дисбактериоз, частичная лактазная недостаточность, острый лейкоз, онкологические заболевания, заболевания поджелудочной железы. Для детей показаны 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 – Разработана линейка продуктов для людей с активным образом жизни, пожилых людей, а также новые продукты для питания детей. Разрабатываются продукты, имеющие длительный срок годности, с сохранением выраженных функциональных свойств. Регистрируются

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

### **Рынки и конкуренция**

На рынке кисломолочных продуктов компания занимает сегмент лечебно-профилактического питания. Сам рынок Северо-Запада в 2005 г. составлял \$ 800 млн. при средних реальных и планируемых темпах роста 2000-2010 гг.  $\approx 10-15\%$  в год. Целевой сегмент образовался 5-7 лет назад, и на период 2006-2010 гг. темпы роста могут составлять 70-100% годовых. Что соответствует к 2010 г, с учетом расширения географии сбыта  $V \approx \$ 40$  млн. (по Северо-Западу и Центральному региону). Прямых конкурентов у компании нет (благодаря способу производства).

### **Стратегия развития**

#### **Направление использования инвестиций:**

1. НИОКР «исследование свойств жизнеспособных микроорганизмов при увеличении сроков хранения» - 20%;
2. Приобретение основных средств – линия по производству живого творожка, линия приемки и первичной обработки молока - 50%;
3. Маркетинг - 20%;
4. Оборотные средства - 10%.

Основная цель – строительство завода по выпуску кисломолочных продуктов лечебно-профилактического назначения.

### **Маркетинг и каналы сбыта**

Основная реклама продукции: позиционируется как функциональное питание:

- участие в выставках;
- презентации в лечебно-оздоровительных учреждениях;
- звуковая реклама в метро, на радио;
- наглядная реклама сопровождает продукцию при поставках в сети магазинов.

Сбыт – (Санкт-Петербург, Ленинградская область и С.-Западный регион):

- гипермаркеты, магазины эконом-класса;
- универсамы, супермаркеты, магазины «Диета», магазины детского питания, аптеки, частные магазины;
- поставка продуктов питания в детские и лечебные учреждения.

В 2006 г. заключено дополнительно 5 договоров с гипермаркетами Северо-Западного региона.