

ООО НПФ «Элан-Практик»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 500 тыс.

Описание компании

1. **Дата создания** – сентябрь 2001 г. 2001-2003 гг. – разработка технологий, поставка оборудования для замены гальванических производств на российские заводы, 2003-2004 гг. – выход на рынок Восточной Европы, 2004-2005 гг. – победа в тендере на замену гальваники для итальянских производителей оправ очков.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 630 тыс.; в том числе: \$ 500 тыс. – собственные средства, \$130 тыс. – ФЦНТП.
3. **Продукция** – вакуумные установки для нанесения твердых нанокompозитных покрытий.
4. **Область применения продукции** – защита различных изделий от износа и коррозии, упрочнение поверхности.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 603 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 700 тыс. – здания, производственное оборудование, лабораторный комплекс.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – заявка на патент РСТ.
8. **Знаки общественного признания** – фирма является призером Конкурса Русских Инноваций журнала «Эксперт» в 2002 г., в 2005 г. Институт Нанотехнологии (Великобритания) в ежегодном обзоре назвал фирму наиболее перспективной российской компанией, работающей в области нанокompозитных покрытий.

Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Установки для нанесения нанокompозитных покрытий для защиты от износа и коррозии металлообрабатывающего инструмента, автомобильных деталей, потребительских товаров. Преимущества – позволяют получать покрытия, одновременно твердые и стойкие к коррозии, воздействию высоких температур. Благодаря этому удалось обеспечить хорошую защиту изделий от износа, коррозии и заменить экологически вредную гальванику на ряде производств в России и за рубежом.

Технологии и оборудование НПФ «Элан-Практик» дают потребителям комплексное решение проблемы повышения качества продукции. Например, при изготовлении деталей из алюминия, латуни используются литейные формы, которые необходимо защищать от коррозии и износа; покрытия также нужны для улучшения внешнего вида и защиты отлитых деталей. При штамповке деталей необходимо защищать штампы от износа, сами детали также требуют защиты и улучшения внешнего вида.

Конкуренты пока не имеют технологий, позволяющих комплексно решить вопрос замены гальваники. Пример: в тендере на разработку технологии нанокompозитных покрытий для итальянских производителей очковых оправ участвовали ведущие европейские производители вакуумного оборудования, однако их покрытия не прошли требуемые испытания.

Рынки и конкуренция

Объем зарубежного рынка для сегмента оправы очков составляет \$ 20 млн., объем рынка Европы для сегмента покрытий на товары массового производства составляет \$ 200-250 млн. Объем рынка в сегменте покрытий для штампов и литьевых форм составляет \$ 300 млн. По оценке компании Ttykog Inc. (США) для значительного расширения рынка оборудования, заменяющего гальванику, и вовлечения малых и средних фирм в технологии вакуумных покрытий необходимо снизить стоимость оборудования в два раза.

Компания «Элан-Практик» угадала будущий спрос и сконцентрировала усилия на разработке недорогих вакуумных установок, оснащенных современными технологиями нанокompозитных покрытий.

Доля НПФ «Элан-Практик» на внутреннем рынке вакуумных установок составила в 2005 г 30%, а к 2010 г. составит около 70%. К 2010 г. доля НПФ «Элан-Практик» на европейских рынках составит 2%, к 2015 г. – 5%.

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. ОКР адаптация технологий для новых областей применения - 12%;
2. Приобретение основных средств для сборочно-производственной базы в Польше - 20%;
3. Модернизация продукции в соответствии с европейскими требованиями - 10%;
4. Маркетинг на европейском рынке - 18%;
5. Оборотные средства - 30%;
6. Сертификация по международным стандартам и защита IP - 10%.

Потребность в инвестициях обусловлена необходимостью развития производственной и сбытовой базы в Восточной Европе с целью дальнейшего освоения европейского рынка.

Маркетинг и каналы сбыта

С целью выхода на рынки Европейского Союза в 2005 г. создана торгово-сервисная компания в г. Вроцлав (Польша), через которую в настоящее время осуществляются все контакты с зарубежными заказчиками. Фирма участвует в специализированных зарубежных выставках, а также в 6-й Европейской программе. В рамках 6-й Европейской программы ведется разработка технологии нанокompозитных покрытий для литьевых форм совместно с исследовательским центром AIMEN (Испания) и производителями форм из Испании, Португалии, Чехии. Цель: разработка новых технологий, формирование положительного имиджа компании в профессиональных кругах за рубежом, установление контактов с новыми клиентами