

## ООО Производственная компания «Лимонник»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 500 тыс.**

### Описание компании

1. **Дата создания** – Сентябрь 1987 - сначала кооператив «Лимонник», затем ТОО и в настоящее время ООО ПК «Лимонник». Область деятельности инновационно-технологическая: разработка технологий переработки растительного сырья, создание новых продуктов с целебными свойствами.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего - \$ 500 тыс. собственные средства владельцев компании.
3. **Продукция** – Производство пищевых концентратов из растительного сырья (ассортимент - 15 наименований). Выпуск экспериментальных партий конечных продуктов: сиропы, драже, орешки в глазури, сухие и концентрированные напитки, масло капсулированное. Планируется запустить производство функциональных напитков на натуральной основе 6 наименований, чайных напитков из собственных концентрированных основ и пищевых добавок из растительного сырья Уссурийской тайги, концентрированных напитков 4 наименований, расширение выпуска гранулированных сухих напитков «Адапт» 4 наименований.
4. **Область применения продукции** – пищевая промышленность.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 194 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 210 тыс. – производственный цех и спецоборудование.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – Оригинальная технология производства концентрированных основ – ключевого компонента нашей продукции – апробирована ВНИИ пивобезалкогольной и винодельческой промышленности и признана лучшей из используемых в настоящее время (объект know how). Планируется патентование рецептур разработанных напитков. Имеется раскрученный бренд «Уссурийская тайга®».
8. **Знаки общественного признания.** Отмечена дипломами выставки «Продовольствие-98», «Медицина-98», малой золотой медалью «Сибирская ярмарка-98», двумя золотыми медалями международного конкурса «Лучший безалкогольный напиток и минеральная вода 1999 г.», «Российские производители и снабжение Вооруженных сил» (Москва, 2001 г.), «Современная образовательная среда» 2001 г. Наши продукты несут знак «100 лучших товаров России». Сухие напитки «Адапт» удостоены золотой медали, а сиропы Уссурийская тайга® - серебряной медали Всероссийского научно-промышленного форума «Россия единая-2004». Сухие напитки «Адапт» удостоены золотой медали «Лучший отечественный продукт». Компания заняла второе место в конкурсе «Лучшее инновационное предприятие 2006 г.» Администрации Приморского края и диплом Первого международного экологического форума «Природа без границ» (2006 г.).

### Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

### Характеристика продукции

**Выпускаемая продукция:** Для корпоративных клиентов – концентрированные основы (15 наименований).

Для розницы – лечебно-профилактические сиропы (10 наименований), концентрированные напитки 5-ти наименований, сухие напитки «Адапт» 2-х наименований, масло лимонника капсулированное.

**Разрабатываемая продукция:** функциональные напитки на натуральной основе 3-х наименований, сухие напитки «Адапт» 2-х наименований. Напитки не содержат кофеина и других веществ, вызывающих привыкание, хорошо утоляют жажду. В композициях используются травы, плоды или корни, с биологической активностью в той или иной области жизнедеятельности организма. Концентрированные растительные экстракты – ценный источник биологически активных соединений, необходимых для нормального обмена веществ. Рецептуры [концентрированных основ «Уссурийская тайга»](#) подобраны с таким расчетом, чтобы дополнить и усилить лечебно-профилактическое действие основного компонента. Мы последовательно придерживаемся принципа «ничего лишнего». Вкус, цвет, аромат и консистенция концентрированных основ обеспечены исключительно натуральными компонентами растительного сырья. Содержание биологически активных добавок в наших основах соответствует нормам для пищевых продуктов.

### **Рынки и конкуренция**

На рынке слабо представлены напитки на натуральной основе без искусственных ароматизаторов и синтетических красителей. Функциональность разработанного ассортимента напитков позволит занять специализированные сегменты рынка (молодежь, люди, ведущие активный образ жизни, спортсмены, пожилые люди, дети и т.д.). ООО ПК «Лимонник» только начинает работу на рынке тонизирующих напитков. Компания-партнер, производящая напитки из наших основ в Уральском регионе, резко расширяет свое производство, что косвенно свидетельствует о наличии интереса рынка к данному виду продукции. Некоторые виды продуктов (экстракт чаги, масло лимонника) поставляются в Японию, США, Южную Корею в небольших объемах.

Объем рынка тонизирующих напитков значительный – более \$ 10 млн. (по прогнозам на 2005 г.). Наша компания на данный момент занимает незначительный сегмент рынка 0,001 % (\$ 194 тыс.). По прогнозам на 2010 год, объем рынка возрастет до \$ 11,5 млн., а соответственно доля нашей компании составит не менее 4% (\$ 500 тыс.)

### **Стратегия развития**

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

1. НИОКР (обработка рецептов и исследование безопасности продуктов) - 10%;
2. Приобретение основных средств (упаковщик напитков в Стэн-пуш-пакет и бутылку. Микрофилтрационное оборудование, пастеризационная установка) - 25%;
3. Маркетинг (увеличение доли рынка, реклама) - 50%;
4. Обратные средства - 20%.

Инвестиционные средства будут направлены на достижение задач, связанных с организацией предприятия по производству натуральных напитков и выведение на рынок напитков на натуральной основе.

### **Маркетинг и каналы сбыта**

В стадии организации отдел сбыта и сеть дистрибьюторов, сначала в ДВ регионе, затем в Сибири и Европейской части. Предложения по сбыту уже существуют. Требуется наращивание объемов производства. Цель – выход на российский рынок с серией функциональных напитков «Уссурийская тайга» на натуральной основе. Создание сети дистрибьюторов с привлечением региональных компаний. Маркетинговые мероприятия (промоушн-акции, реклама, сегментация рынка). Увеличение производительности экстракционного производства.

Необходимые мероприятия по выведению продуктов на рынок

- а) Изучение рынка натуральных напитков: компьютерный поиск, налаживание контактов, коммерческие предложения (образцы, анализ цен и возможностей)
- б) Продвижение продукции: использование бренда, рекламные акции (СМИ, торговля), участие в выставках, презентации и дегустации, поддержание и обновление сайта в Интернет-сети.