

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 300 тыс.**

#### Описание компании

1. **Дата создания** – Компания создана в 1994 г. Основное направление деятельности – продажа электронно-вычислительной и оргтехники. По направлению Интеллектуальные Системы контроля доступа (СКД) начали работу с ноября 2004 г.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 50 тыс. собственные средства.
3. **Продукция** – Системы контроля доступа (сейфовые и дверные замки): контроллеры, кодовые панели, сейфы, автоматические шлагбаумы и ворота, иммобилайзеры (радиоэлектронные устройства управления), автосигнализации, квартирные/офисные сигнализации.
4. **Область применения продукции** – Безопасность.
5. **Объем реализации за 2005 г.** - \$ 1 120 тыс. (компьютерное направление).
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 400 тыс. – офисное помещение, транспорт, оргтехника и средства для разработки (приборы, стенды, оборудование).
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – 6 патентов РФ, 8 патентов на полезные модели, торговая марка «SILVIO».
8. **Знаки общественного признания** – победитель Конкурса Русских Инноваций.

#### Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

#### Характеристика продукции

Системы контроля доступа (СКД) (в узком смысле слова «электронные замки») решают проблемы пользователей, связанные с защитой имущества, хранением конфиденциальной информации, ограничением доступа посторонних лиц в помещения и на придомовую территорию. Это собственно замки, сейфы, автоматические шлагбаумы и ворота, иммобилайзеры, автосигнализации, квартирные/офисные сигнализации, турникеты, «умное оружие», «черные чемоданчики». Уровень безопасности, обеспечиваемый электронными замками различный – от крайне примитивного, до весьма стойких к взлому.

Разрабатываемая продукция имеет целый ряд уникальных свойств:

- возможность использовать один ключ с неограниченным количеством замков (любой ключ подходит к любому замку данной модели, но только легитимный пользователь может открыть замок);
- возможность перепрограммировать замок, не выбрасывая ключи или замок;
- абсолютная защита цифрового интерфейса замка при приеме сигнала от перехвата сигнала;
- вандалоустойчивость замка;
- прочность ключа, отсутствие в нем источника питания;
- принципиально новая механика привода;
- привлекательный дизайн;
- совместимость с существующими системами СКД.

Наша продуктовая линейка в полном (окончательном) варианте будет «двумерной»:

Одно измерение – это различные платформы (дверные замки, сейфовые замки, шлагбаумы и автоматические ворота, иммобилайзеры, офисные сигнализации, контроллеры СКД общего назначения).

Второе измерение – СКД различной степени взломостойкости, антивандальности, различной степени «трудоемкости» открывания, разные подходы к проблеме ключа (бесключевые, стандартный ключ, интеллектуальный ключ, «ключ с микродефектами»). А также с «уклоном» на повышенную защиту от различных методик взлома (грубый взлом, интеллектуальный взлом, «продолжительный взлом»). Наиболее восприимчив к новациям рынок иммобилайзеров и домашних сигнализаций, а также спец. систем.

Продуктовая линейка СКД разрабатывается как дополнительное направление к уже существующему направлению по реализации электронно-вычислительной и оргтехники.

### **Рынки и конкуренция**

Объем рынка в России – не менее 6 млн. единиц продукции в год. При этом рынок электронных сейфовых замков в России – около 100 тыс. штук в год. Рынок автоматических шлагбаумов и ворот – не менее 15 тыс. штук в год. Рынок автосигнализаций – около 250 тыс. штук в год. Рынок иммобилайзеров – около 20 тыс. штук в год. Рынок сигнализаций для помещений – около 100 тыс. штук в год.

Рынок электронных дверных замков около 300 тыс. штук в год, но имеется значительный потенциал к росту, по мере роста уровня знаний и доходов потребителей.

В итоге можно отметить, что объем рынка электронных замков составляет в 2005 году \$ 40 млн. Наша доля в процентном соотношении занимает незначительный сегмент рынка (\$ 6 тыс.). В 2010 году предположительный объем рынка составит \$ 90 млн., наша доля составит 4,4% (\$ 4 млн.).

### **Стратегия развития**

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

1. НИОКР (тестирование, доводка, дизайн) - 20%;
2. Приобретение основных средств (оборудование и оснастка) - 60%;
3. Маркетинг (в основном реклама) - 15%;
4. Другое (сертификация, зарубежное патентование) - 5%.

В результате привлечения инвестиционных средств будет налажено производство систем контроля доступа, проведена обширная рекламная акция на территории России и поставлена система сбыта производимой продукции.

### **Маркетинг и каналы сбыта**

- Наиболее эффективный канал распространения электронных СКД – установщики металлических дверей. В то же время этот канал довольно инертный и не испытывает энтузиазма от появления электроники.
- Второй по эффективности канал – салоны, торгующие пожарными и тревожными сигнализациями и СКД, а также их каналы дистрибуции.
- Розничная торговля возможна и предпочтительна, так как является единственным прямым каналом сбыта, но возможна только в формате «товар+установка» (примерно, как рынок кондиционеров). При этом в строительных торговых центрах дилерами арендуется небольшая площадь (1-2 м<sup>2</sup>), на которой выставляется стенд с образцами продукции.

Рекламная кампания:

- Реклама в поисковых машинах (Mail.ru, Yandex, Aport).
- Баннерные обмены со специализированными сайтами. И баннерная же реклама на них.
- Реклама в специализированных журналах.

- Участие в выставках.
  - Поездки коммивояжеров в крупные города
- Общая сумма затрат на рекламу в год составляет \$ 35 тыс.