

veropharm^o

КОРПОРАТИВНЫЙ ПРОФИЛЬ

НОЯБРЬ 2007





ОГРАНИЧЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

НАСТОЯЩИЙ ДОКУМЕНТ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ РЕКЛАМОЙ ЦЕННЫХ БУМАГ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ О ПРОДАЖЕ ИЛИ ПРИГЛАШЕНИЕМ ДЕЛАТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ О ПОКУПКЕ ЛЮБЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

НЕ ПРЕДНАЗНАЧЕНО ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В США, АВСТРАЛИИ, КАНАДЕ ИЛИ ЯПОНИИ.

Данный документ может содержать утверждения, которые относятся к будущим событиям или будущим финансовым показателям деятельности компании. Эти утверждения не гарантируют, что будущие действия будут реализованы, предположения могут быть неточными и неопределенными. Таким образом, фактические итоги и результаты могут существенно отличаться оттого, что заявлено в утверждениях о будущем. Компания не намерена изменять эти утверждения, чтобы отразить фактические результаты.

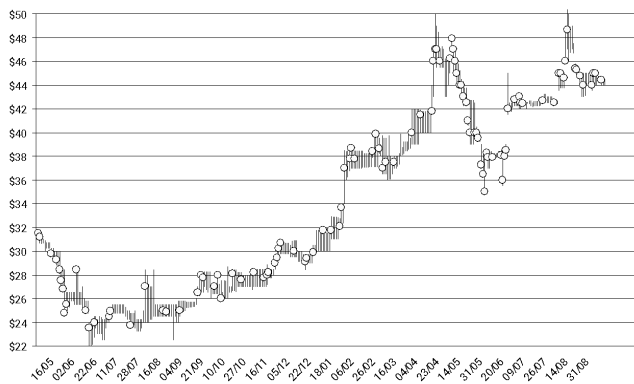
Данный документ не является предложением о покупке акций в Соединенных Штатах. Любые ценные бумаги, указанные в настоящем сообщении не регистрируются и не будут зарегистрированы в соответствии с Актом США о ценных бумагах 1933 года и его поправками («Акт о ценных бумагах»), и не могут быть предложены к покупке, не могут быть проданы в Соединенных Штатах или на счет или в пользу граждан США.

Данное сообщение направлено только на (a) лиц, находящихся за пределами Соединенного Королевства и (b) лиц, находящихся в Соединенном Королевстве, которые являются (i) инвестиционными профессионалами, подпадающими под определение таковых, данное в статье 19(5) Закона о Финансовых Услугах и Рынках 2000 г., в Инструкции (о Финансовом Поощрении) от 2001 г. («Инструкция») или (ii) предприятиями с большой долей собственного капитала и другими лицами, которым на законном основании может представляться такая информация согласно Статьи 49(2) Инструкции (все такие лица, указанные в п.п. (a) и (b), совместно именуются далее как «соответствующие лица»). Любые ценные бумаги, указанные в настоящем сообщении, а также любое приглашение, предложение или соглашения подписаться, купить или иным образом приобрести такие ценные бумаги будут действовать только в отношении таких соответствующих лиц. Лицо, не подпадающее под определение соответствующего лица, не может предпринимать никаких действий на основании данного документа и информации, содержащейся в нем.

vegorpharm



О КОМПАНИИ



- IPO в апреле 2006 года
- Текущая рыночная капитализация \$ 492 млн
- Торговые площадки: РТС (тикер: VRPH) и ММВБ (тикер: VFRM)
- 48% акций в свободном обращении

- Компания основана в 1997 акционерами Аптечной сети 36,6
- Один из крупнейших российских производителей дженериков
- В составе – три производственных предприятия – в Белгороде, Воронеже и Покрове
- Численность сотрудников - 3,100 человек
- Основная специализация – рецептурные препараты (RX)
- Наиболее успешные позиции на рынке онкологии
- Ведущий производитель и поставщик пластырей в России и на Украине

ПРОДУКТОВЫЕ СЕГМЕНТЫ

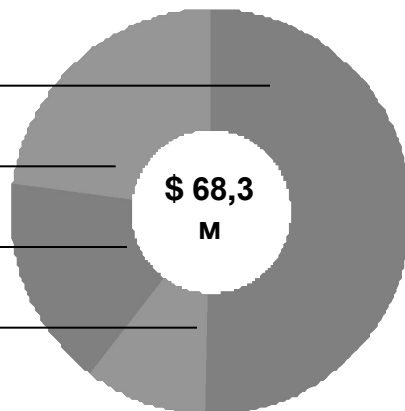
Продажи в 9м 2006, млн.долл.

Rx, 53%

Пластыри, 22%

Традиционные, 16%

OTC, 9%



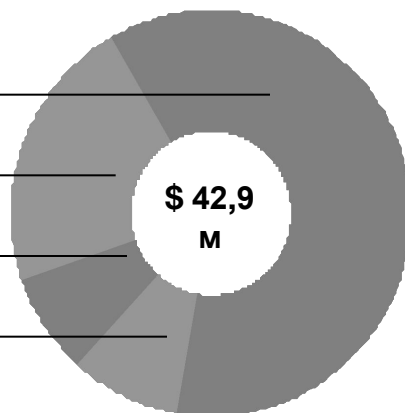
Валовая прибыль в 9м 2006, млн.долл.

Rx, 63%

Пластыри, 21%

Традиционные, 9%

OTC, 7%



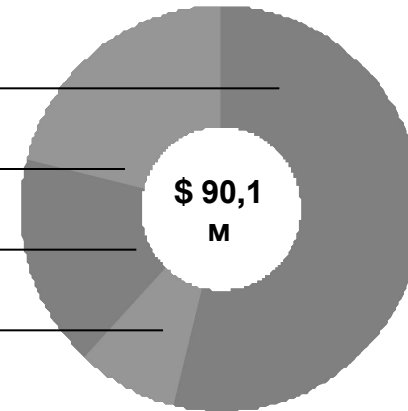
Продажи в 9м 2007, млн.долл.

Rx, 55%

Пластыри, 19%

Традиционные, 17%

OTC, 9%



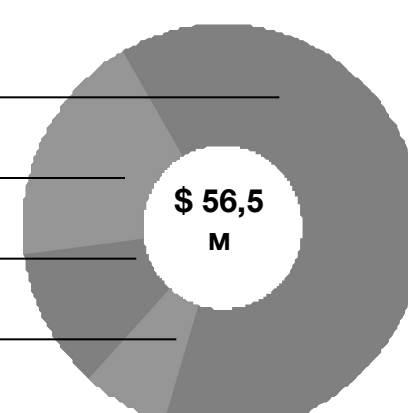
Валовая прибыль в 9м 2007, млн.долл.

Rx, 66%

Пластыри, 17%

Традиционные, 9%

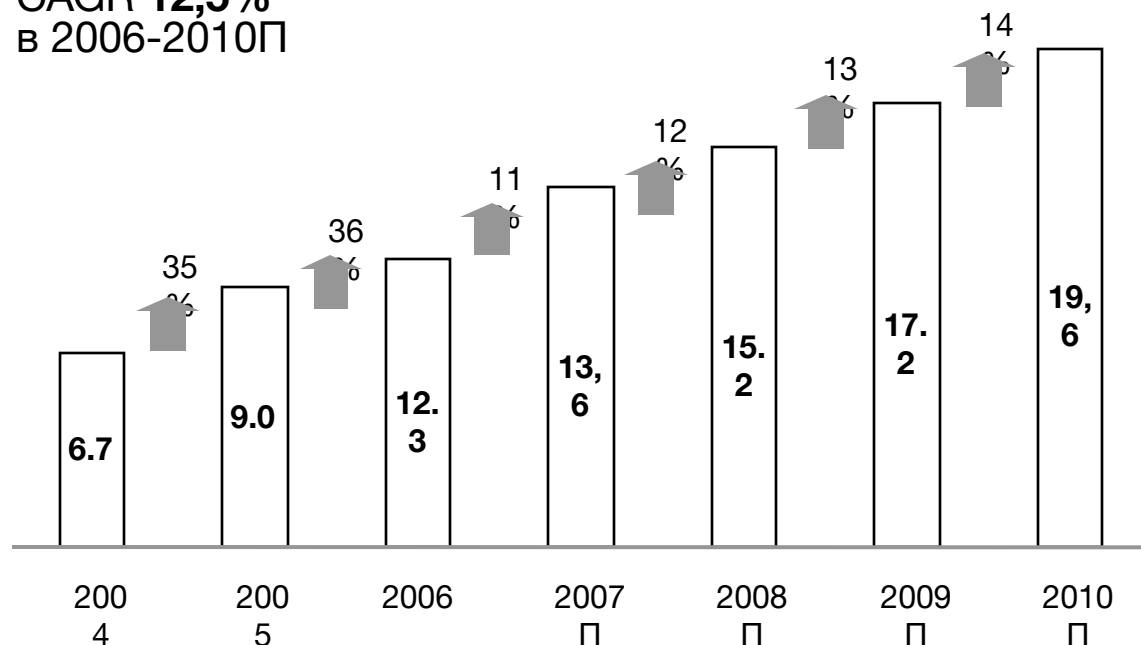
OTC, 8%



- Рост благосостояния населения и смещение спроса на дорогостоящие медикаменты
- Объем коммерческого сектора за 9 мес. 2007г. составил 5,8 млрд.долл., что на 18% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года
- Объем программы ДЛО за 9 мес.2007 года сократился на 31% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил 1,16 млрд.долл.
- Рост заболеваемости

Фармрынок в розничных ценах, млрд. долл. США, с НДС

CAGR **12,5%**
в 2006-2010П

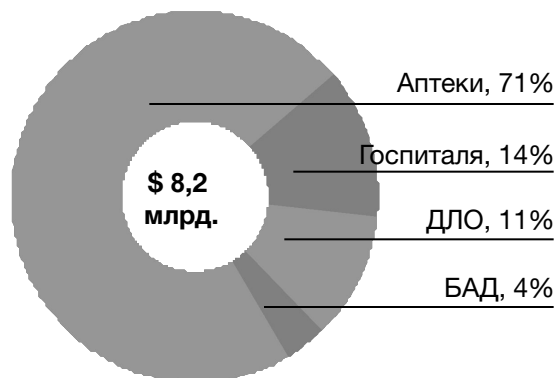


СТРУКТУРА РЫНКА

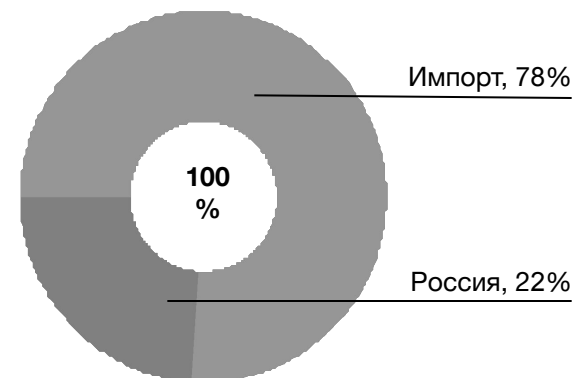
Данные по рынку

- Импорт составляет около $\frac{3}{4}$ объема рынка в денежном выражении по данным DSM Group
- Рецептурные препараты составляют 63% продаж в денежном выражении и 36% в упаковках
- Основными каналами продаж являются аптеки и госпиталя. Продажи ДЛО за 9 мес. 2007 года составили 11%

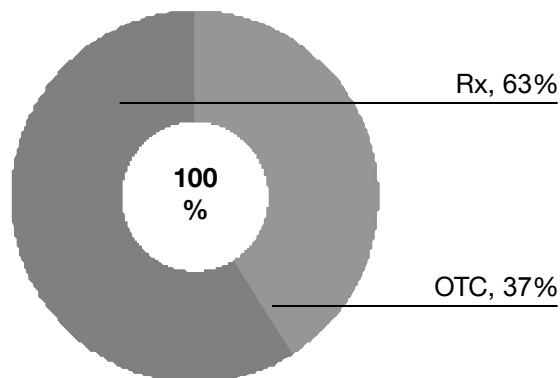
Структура рынка



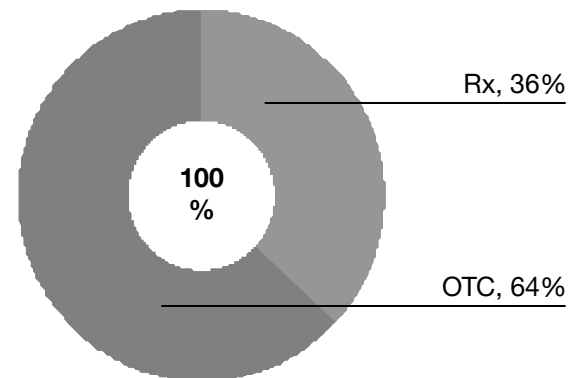
Импорт / Российские препараты, долл. США



Rx / OTC, в долл. США



Rx / OTC, в упаковках

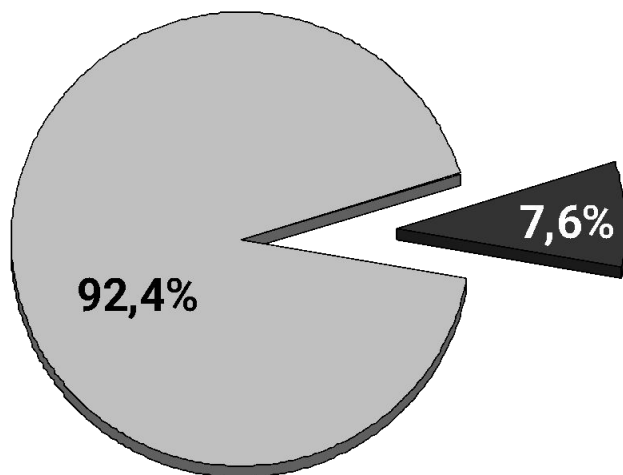


ТОР 10 российских производственных компаний по объему выпуска

Рейтинг		Компания	Доля в производстве 9 мес 2007, %	Доля в производстве 9 мес 2006, %	Прирост производства, %
9 мес 2007	9 мес 2006				
1	3	Фармстандарт	13,6	8,9	66
2	2	Отечественные Лекарства	10,8	11,4	3
3	1	Микроген	6,3	13,9	-51
4	5	Фарм Центр	6,1	5,3	24
5	4	Верофарм	5,8	5,9	6
6	6	Нижфарм	4,4	5,1	-7
7	8	Материя Мелика	4,2	3,5	30
8	10	Сотекс	3,6	3,2	19
9	12	Биосинтез	3,4	2,3	59
10	7	Макиз-Фарма	2,9	3,9	-21

9м 2006

Продажи ДЛО = \$5.2 mln

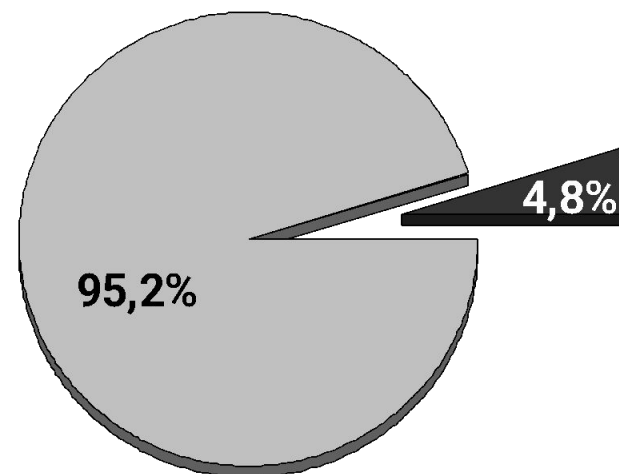


- продажи ДЛО
- прочие

- 17%

9м 2007

Продажи ДЛО = \$4.3 mln.



- продажи ДЛО
- прочие

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

3 завода на европейской территории России

2,731 рабочих по состоянию на 30 сентября 2007

гибкое производство позволяет:

- оптимизировать издержки при выпуске как больших, так и малых серий
- быстрое переключение с одного препарата на другой

ВОРОНЕЖ

Построен в 1934 году

Производство: ампулы, все типы пластырей

сотрудники: 1,371 человек

БЕЛГОРОД

Построен в 1968 году

Модернизация в 2001 году

Производство: ампулы, таблетки, капсулы, драже

Сотрудники: 1,104 человек

ПОКРОВ

Построен в 1998 году

Производство: флаконы (лиофилизированные и жидкие формы)

сотрудники: 256 человек



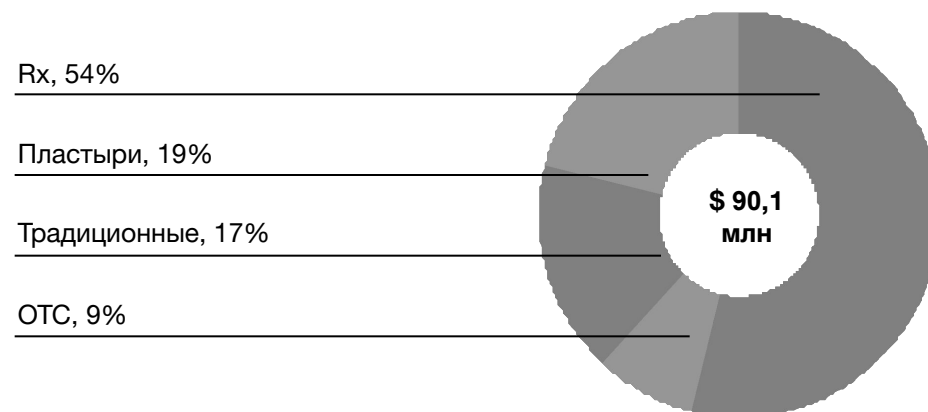
Быстро растущие сегменты

- **Rx-продукты**
Продажи CAGR 03-06: **57%**
- **OTC-продукты**
Продажи CAGR 03-06: **27%**

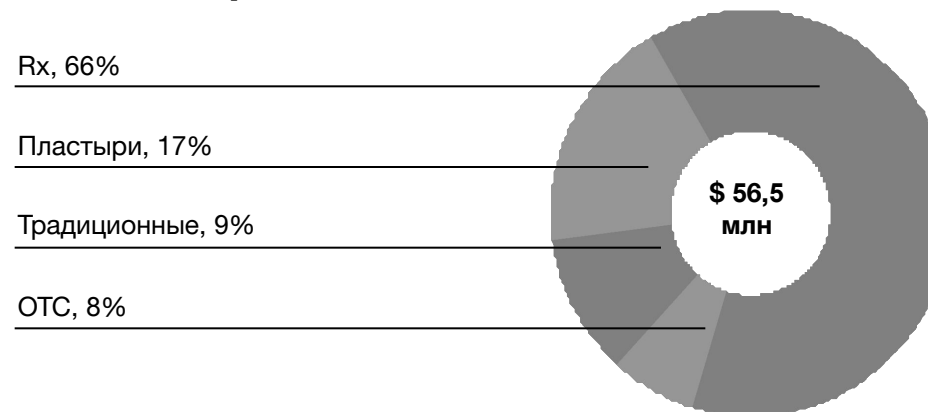
Сегменты-доноры

- **Традиционные продукты**
Продажи CAGR 03-06: **7%**
- **Пластыри**
Продажи CAGR 03-06: **4%**

Продажи 9м 2007, млн. долл. США



Валовая прибыль 9м 2007, млн. долл. США



РЕЦЕПТУРНЫЕ (RX) ПРЕПАРАТЫ



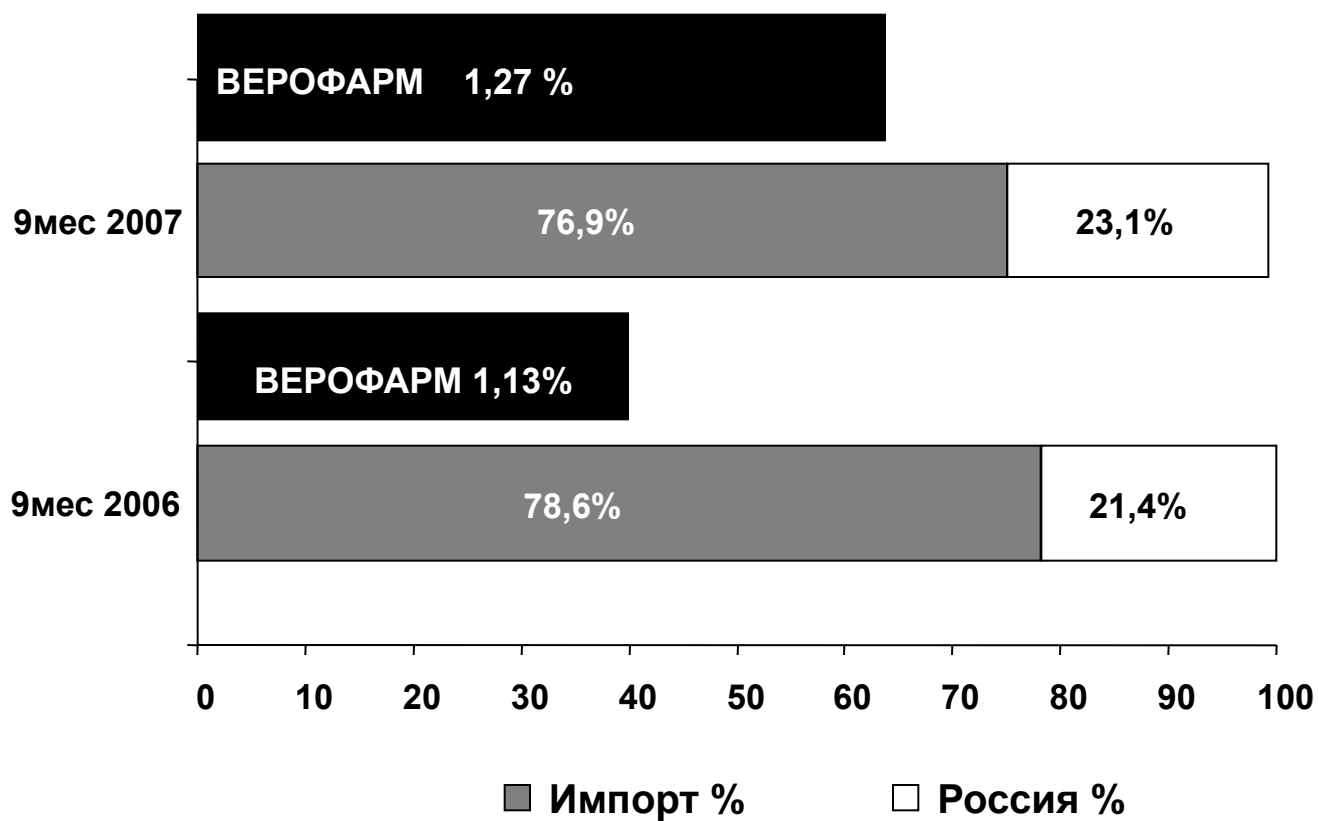
Ирунин

итраконазол

Противогрибковое средство

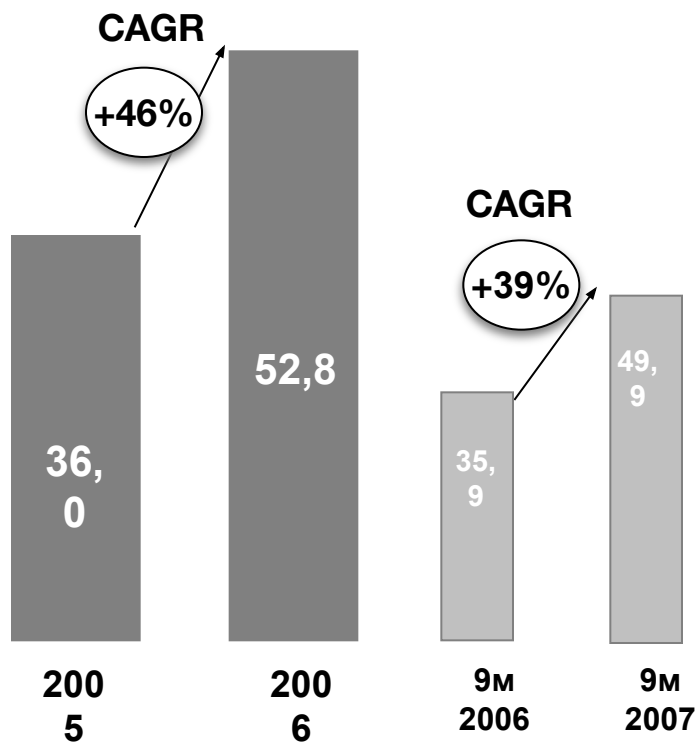


- Более эффективное использование существующей системы дистрибуции и ее развитие в соответствии с требованиями развивающегося продуктового портфеля
- Вывод на рынок новых незапатентованных препаратов
- Более активное продвижение RX препаратов на аптечном сегменте
- Децентрализация функции управления продуктовыми группами



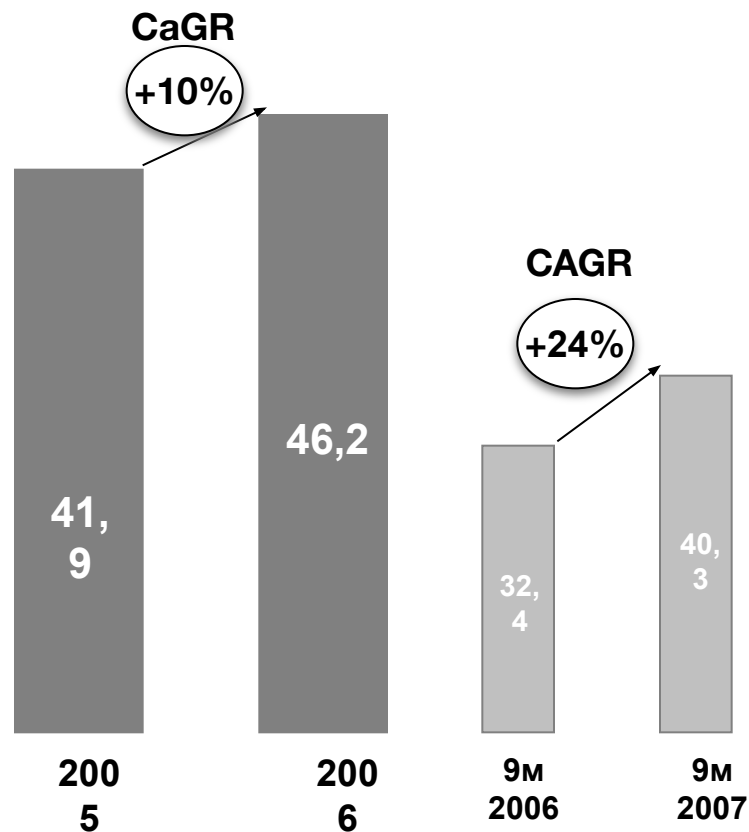
Рейтинг 9м 2007	Рейтинг 9м 2006	Корпорация	Продажи за 9 м 2007, млн.долл.	Рост к 9 м 2006, %
1	1	САНОФИ-АВЕНТИС	56,1	-4
2	2	АСТРАЗЕНЕКА	40,8	60
3	3	САНДОЗ	31,1	45
4	4	ФАРМ-ЦЕНТР	28,1	63
5	5	ГЕДЕОН РИХТЕР	25,8	19
6	6	РОШ	24,7	12
7	7	ГСК	23,4	12
8	8	ПФАЙЗЕР	20,3	-15
9	9	АБОЛМЕД	18,5	28
10	10	НИКОМЕД	17,5	-8
11	11	БАЙЕР ШЕРИНГ ФАРМА	17,3	17
12	12	ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ЛЕКАРСТВА	15,3	78
13	13	ЭЛИ ЛИЛЛИ	14,0	-7
14	14	НОВАРТИС	13,5	1
15	15	ТЕВА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛТД	13,1	4
16	16	БМС	12,8	24
17	17	МЕРК ШАРП И ДОУМ	11,8	28
18	18	МИКРОГЕН НПО	11,0	25
19	19	БЕРЛИН-ХЕМИ/МЕНАРИНИ	10,7	-1
20	20	ВЕРО ФАРМ	10,1	27

Продажи RX препаратов
в млн.долл. США



ПРОДАЖИ RX ЧЕРЕЗ АПТЕКИ

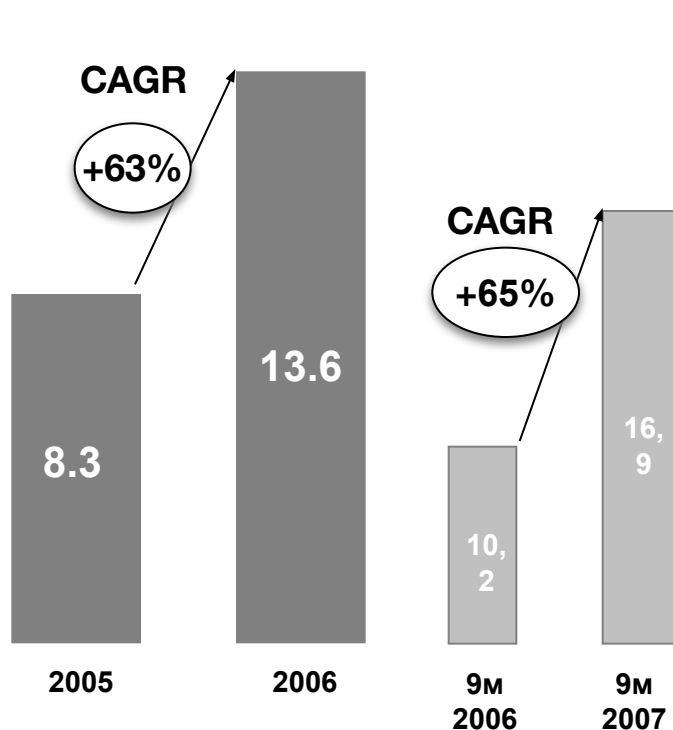
Остальные продажи:
ОТС, пластыри, традиционные
препараты



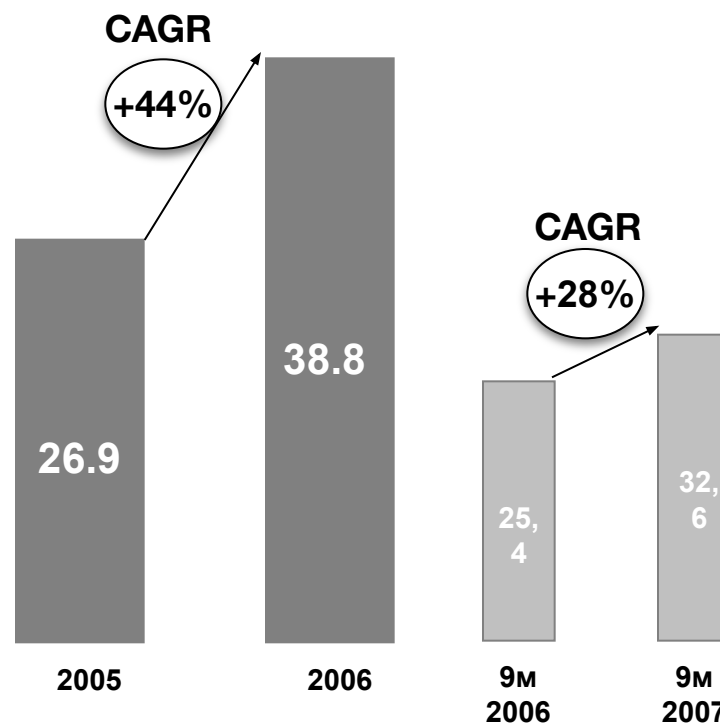
РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ – ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА

Продукты, продаваемые через розничные каналы дистрибуции и имеющие широкую и диверсифицированную потребительскую базу, растут быстрее, чем госпитальные продукты, у которых потребительская база отличается большей концентрацией

Аптечные продажи Rx
млн долл США



Госпитальные продажи Rx
млн долл США



БЕЗРЕЦЕПТУРНЫЕ ПРЕПАРАТЫ

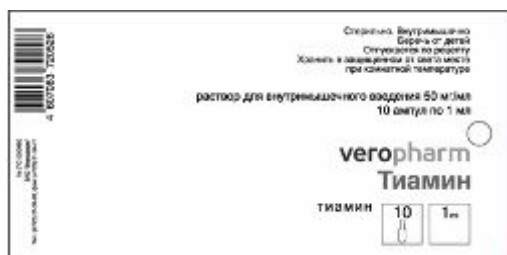
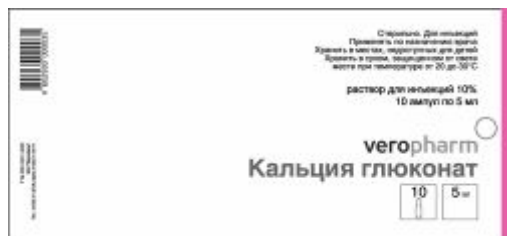


- Поддержание существующего продуктового портфеля при минимизации инвестиций и расходов на рекламу
- Конъюнктурное развитие только наиболее привлекательных препаратов, вышедших из под патентной защиты
- Развитие отношений с розничными сетями
- Индивидуальный продуктовый брендинг
- Использование для продвижения препаратов медицинских представителей в RX сегменте

vegopharm

ТРАДИЦИОННЫЕ ПРЕПАРАТЫ

- Поддержание существующего портфеля
- Отсутствие новых разработок
- Максимизация эффекта от естественного спроса в традиционных МНН
- Конъюнктурное включение в программы субсидирования при условии экономической целесообразности
- Отсутствие активного продвижения





- Развитие продуктового портфеля с большей добавленной стоимостью в сегменте брендированных пластырей (мозольные, болеутоляющие, противоожоговые, никотиновые и пр.)
- Построение отношений с розничными сетями с целью увеличения выкладки в кассовых и других привилегированных торговых зонах, а также обеспечения максимальной дистрибуции

vegopharm

НОВЫЙ БРЕНД SMART

- Антибактериальные пластыри – начато производство
- Кровоостанавливающие пластыри – планируется запуск



СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ

Антон ПАРКАНСКИЙ
Генеральный директор

Марина ПЕНЬКОВА
Финансовый директор

Олег КУЗНЕЦОВ

Директор
Департамента
госпитальных
препаратов

**Станислав
СТУКАЛЬСКИЙ**

Директор БЕ
Пластыри

Тимур ЧИБИЛЯЕВ
Директор по развитию

Александр ЦВИГУН
Директор по
производству/
Технический директор

**Иван
КОНОПЛЯННИКОВ**

Директор БЕ
Аптечные препараты

Евгений ДРЕГНИН

Директор БЕ
Традиционные
препараты

Герман ИНОЗЕМЦЕВ
Директор по
маркетингу

Евгений ДРЕГНИН
Директор по
продажам

Светлана КУТУКОВА
Директор по
персоналу

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ И АНАЛИТИКА

vegorpharm

АКЦИИ КОМПАНИИ

КАПИТАЛИЗАЦИЯ \$ 492 млн

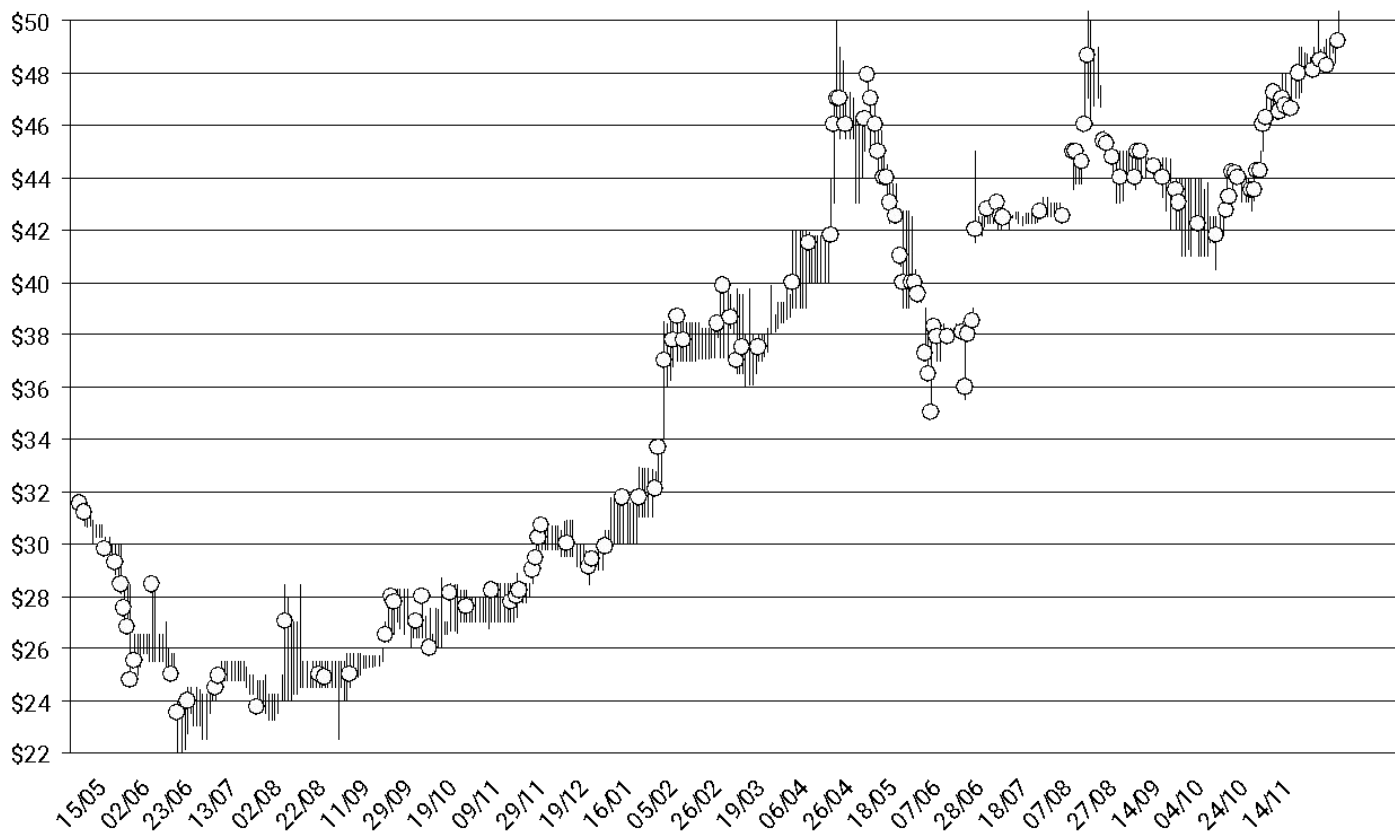
(по данным РТС по состоянию на 30-ноя-07)

○ IPO в апреле 2006

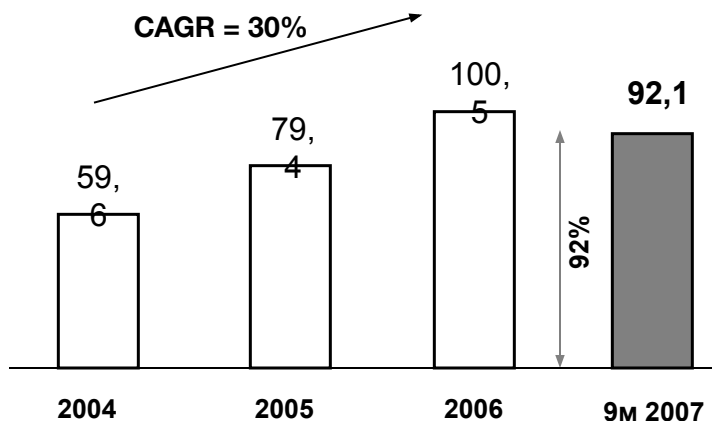
○ Стоимость размещения - \$28 за акцию

○ Тикеры:
VRPH (РТС)
VRFM (ММВБ)

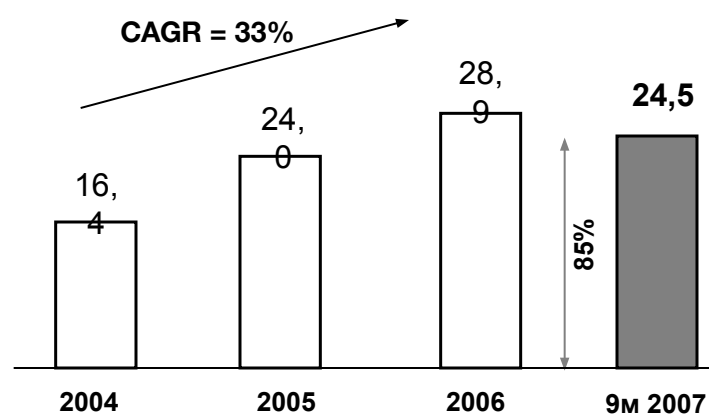
○ Около 48 % акций находятся в свободном обращении



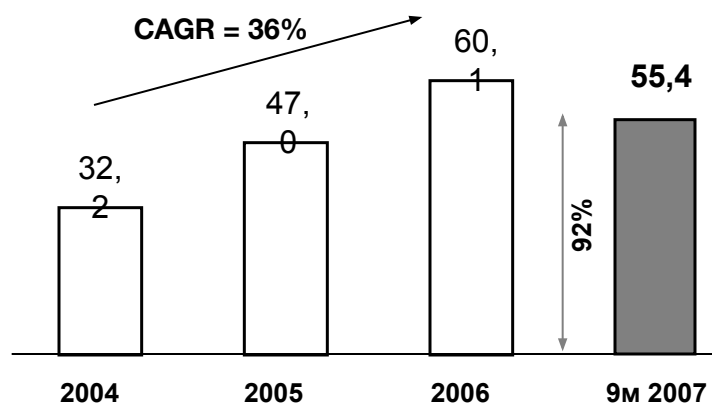
Продажи



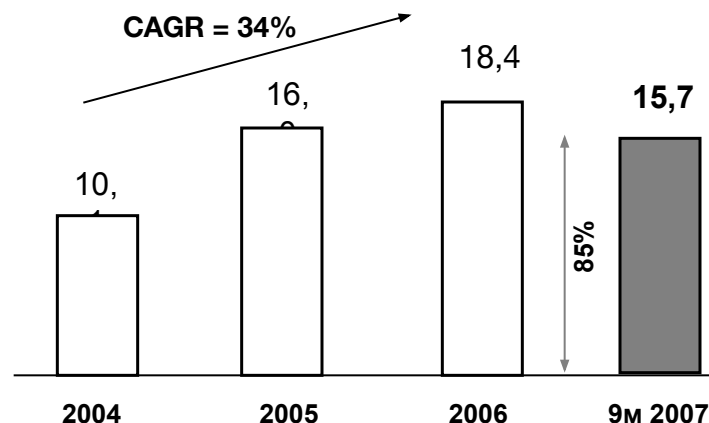
ЕБИТДА



Валовая прибыль



Чистая прибыль

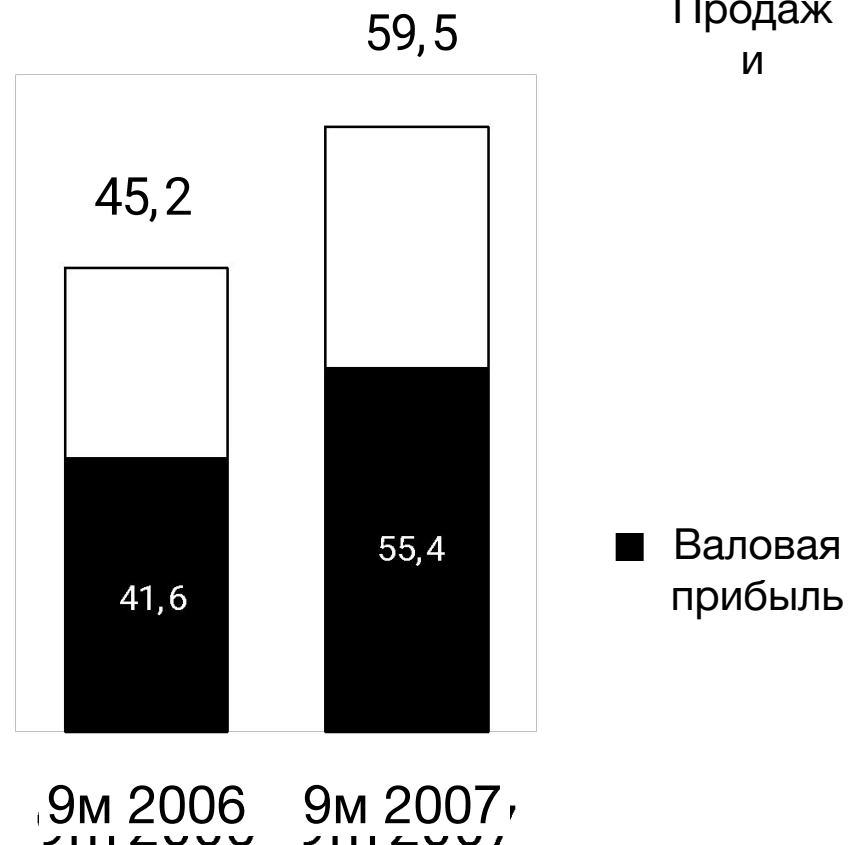


ПРОДАЖИ И ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

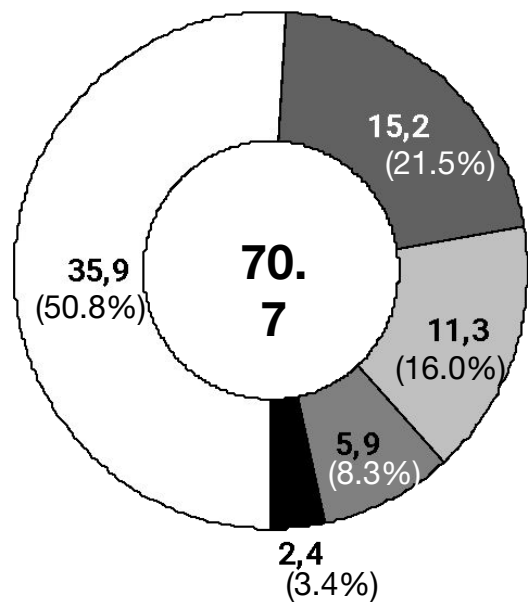
- Рост в госпитальном портфеле Rx-препаратов
- Рост продаж высокомаржинальных продуктов
- Продажи в ДЛО составили 5% в 9м 2007

Продаж
и

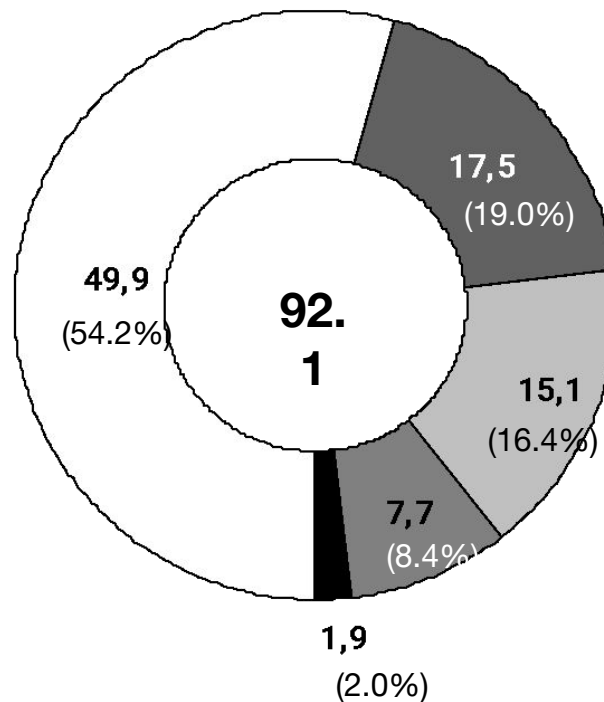
	9м 2007	9м 2006
Продажи	92,1	70,7
<i>рост</i>	30,2%	
Вал.прибыль	55,4	41,6
<i>growth</i>	33,2%	
Margin	60,1%	58,8%



АНАЛИЗ ПРОДАЖ



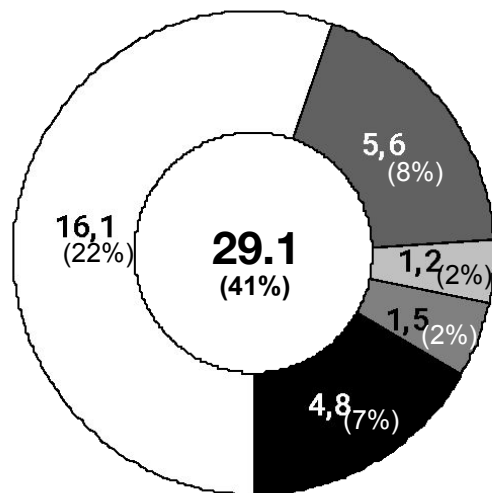
9м
2006



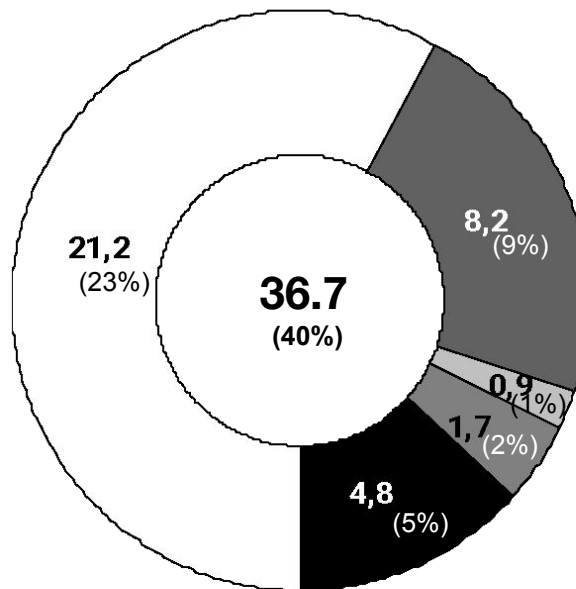
9м
2007

- RX
- Пластыри
- Традиционные
- OTC
- Прочие

СЕБЕСТОИМОСТЬ



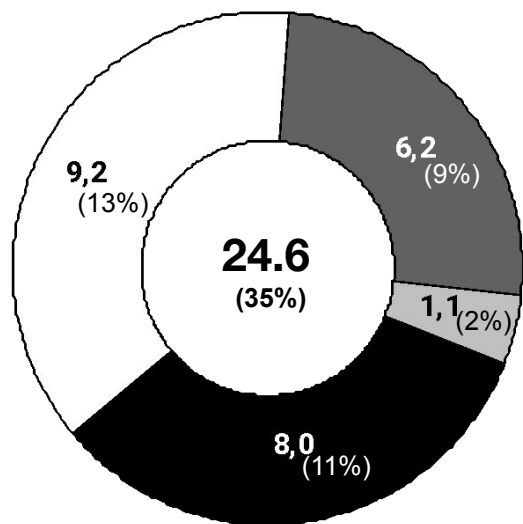
9м 2006



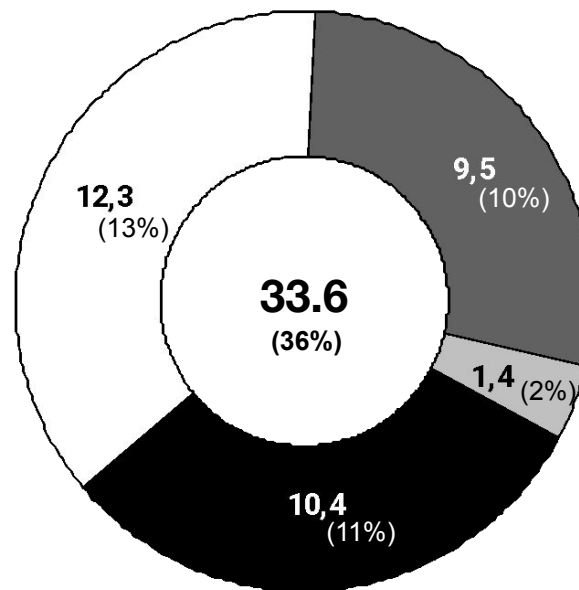
9м 2007

- Структура расходов в целом не изменилась
- Себестоимость выросла на 26,0% у-о-у

- Расходные материалы
- Зарплата
- Содержание оборудования
- Амортизация производственных активов



9м 2006



9м 2007

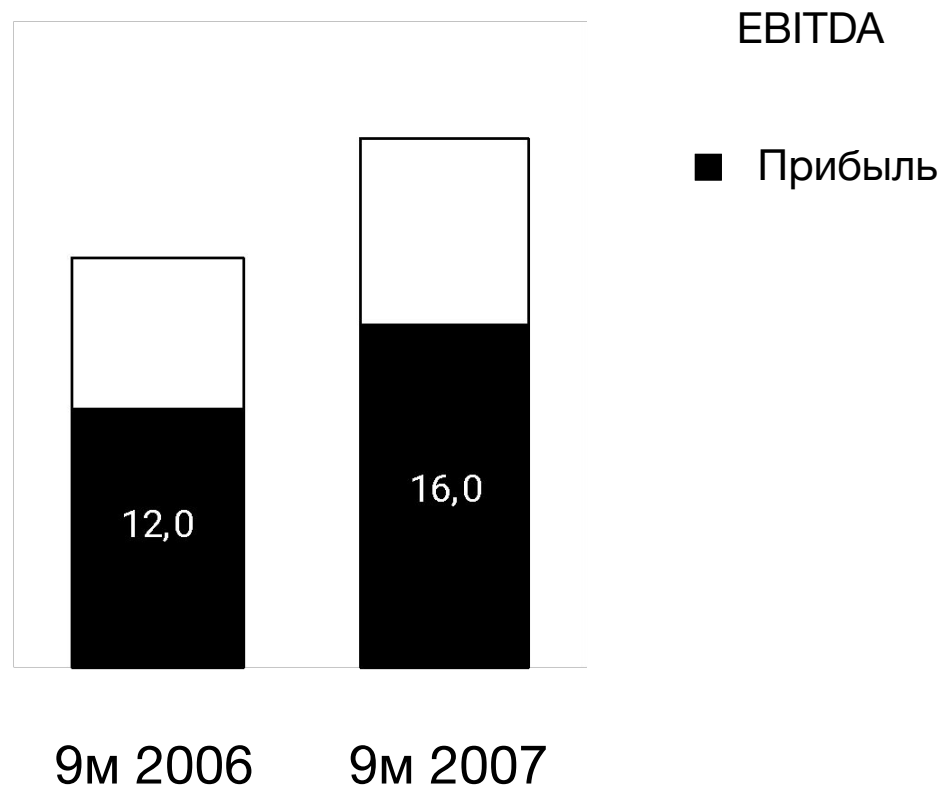
- Рост SG&A на 36,7% у-о-у
- Рост расходов на продвижение новых продуктов

- Зарботная плата
- Коммерческие расходы и реклама
- Командировочные расходы и транспорт

ЕБИТДА & ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

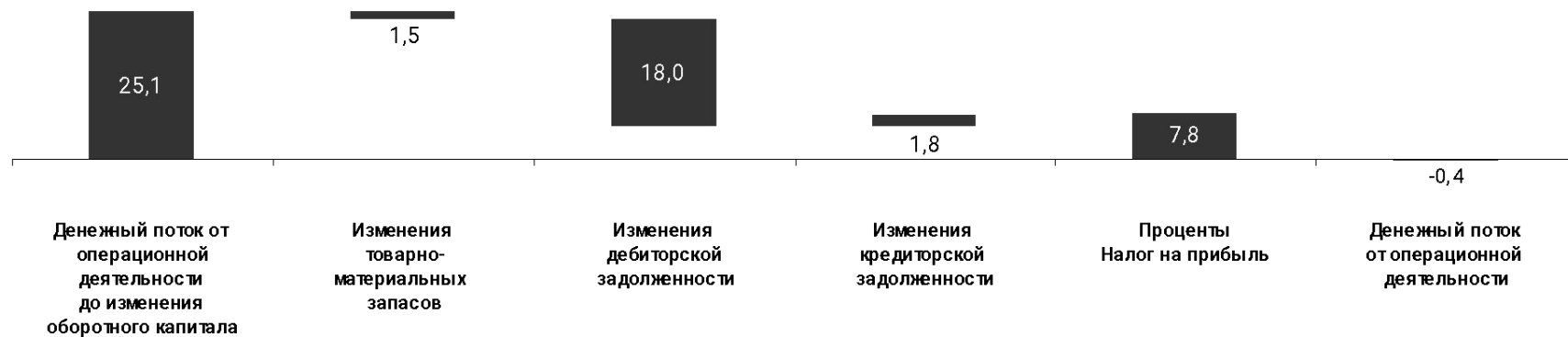
- ЕБИТДА увеличилась на 29 % у-о-у
- Чистая прибыль выросла на 33,4% у-о-у

	9м 2007	9м 2006
ЕБИТДА	24,5	19,0
<i>рост</i>	29,0%	
Маржа	26,7%	26,9%
Чист.прибыль	16,0	
<i>рост</i>	33,4%	
Маржа	17,3%	

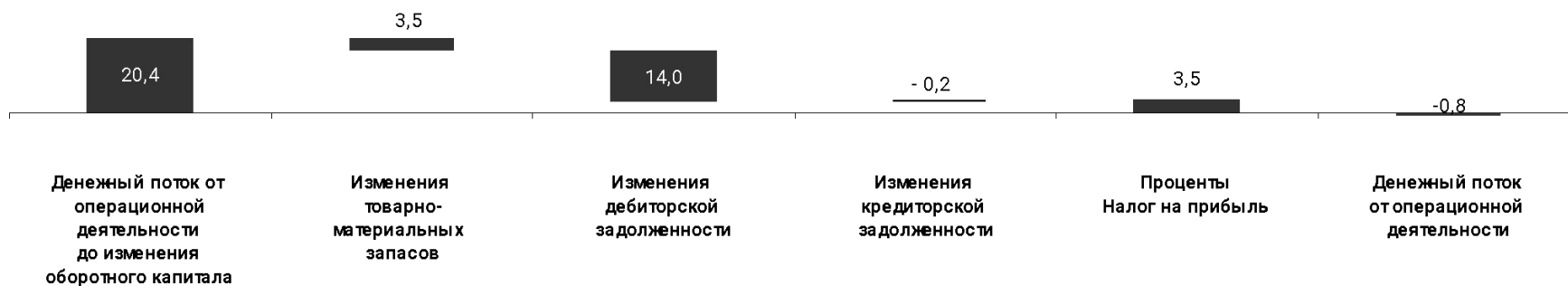


ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК

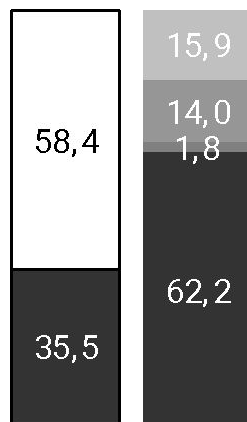
9м 2007



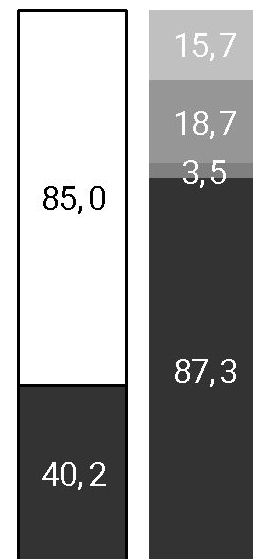
9м 2006



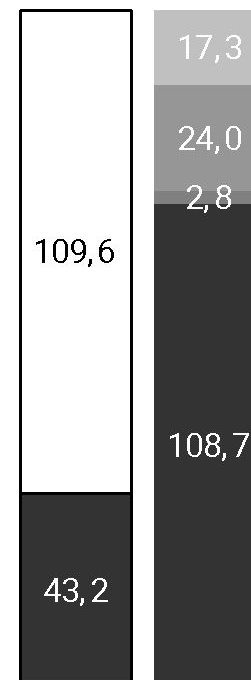
	9М 2007	2006	2005
КР.ОБЯЗ-ВА	17,3	15,7	15,9
<i>рост</i>	9,9%	-1,0%	
<i>доля в пассивах</i>	11,3%	12,6%	16,9%
ДОЛГ	24,0	18,7	14,0
<i>рост</i>	28,4%	33,5%	
<i>доля в пассивах</i>	15,7%	14,9%	14,9%
КАПИТАЛ	108,7	87,3	62,2
<i>рост</i>	24,5%	40,4%	
<i>доля в пассивах</i>	71,2%	69,7%	66,2%



200
5



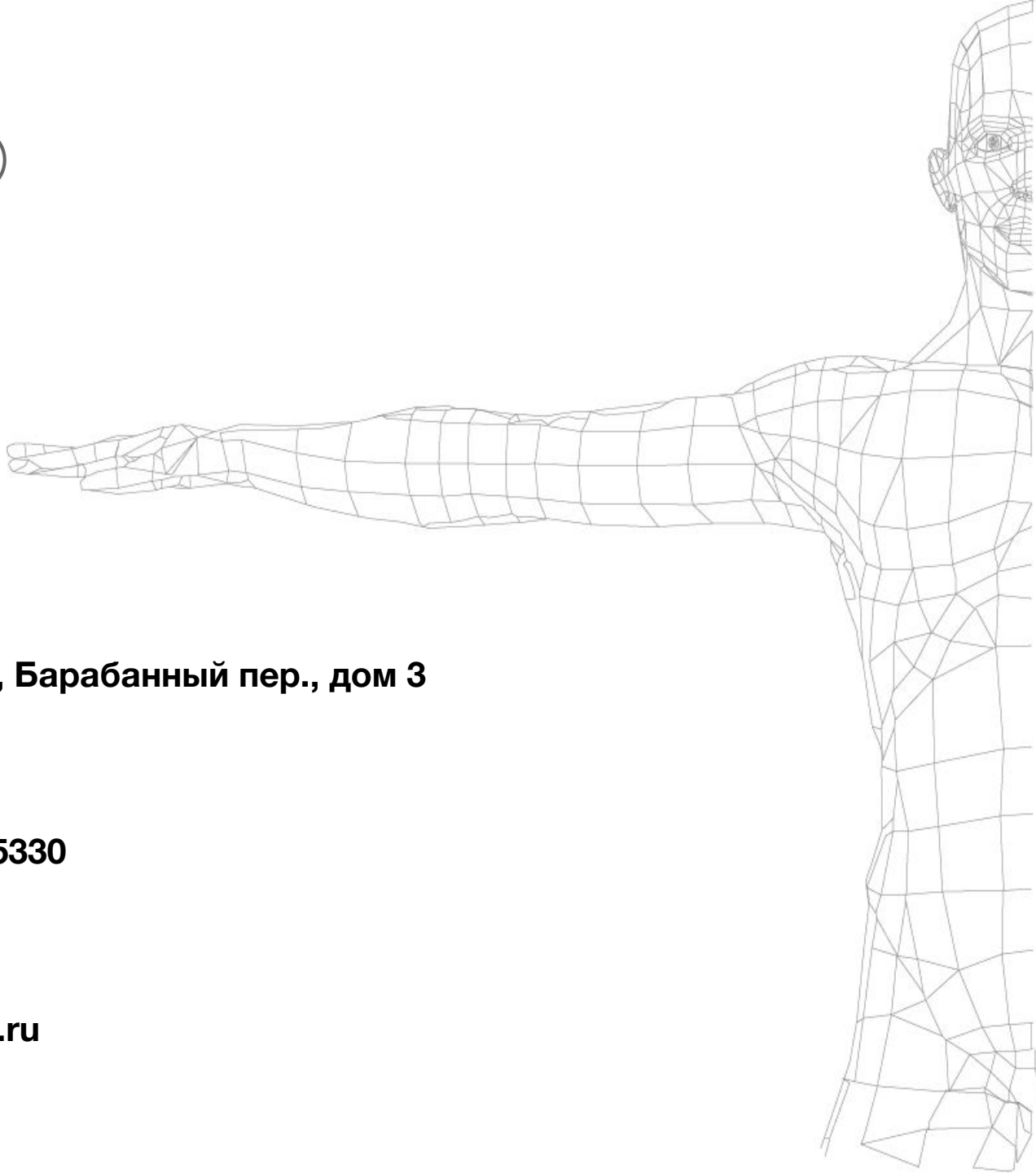
200
6



9м 2007



veropharm



Адрес: 105062, Москва, Барабанный пер., дом 3

Телефон.: +7 (495) 792-5330

Факс: +7 (495) 792-5328

E-mail: info@veropharm.ru

www.veropharm.ru