

veropharm<sup>o</sup>



# 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.

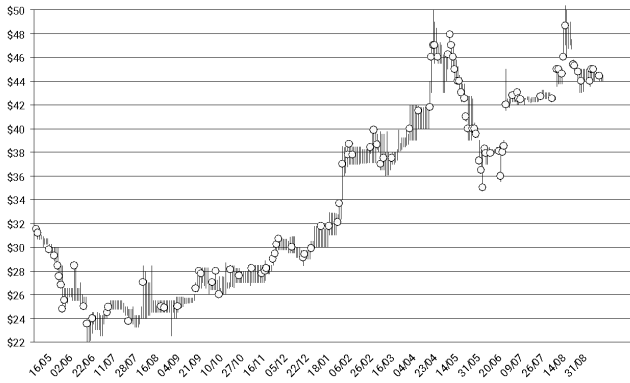
Данный документ не является предложением о покупке акций в Соединенных Штатах. Любые ценные бумаги, указанные в настоящем сообщении не регистрируются и не будут зарегистрированы в соответствии с Актом США о ценных бумагах 1933 года и его поправками («Акт о ценных бумагах»), и не могут быть предложены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

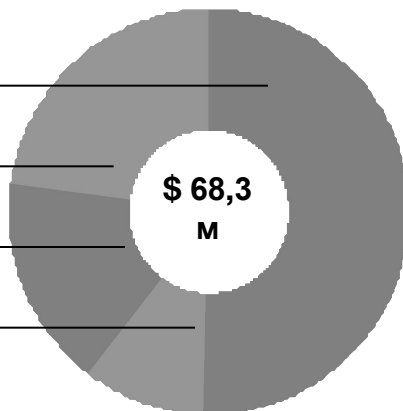
## Продажи в 9м 2006, млн.долл.

Rx, 53%

Пластыри, 22%

Традиционные, 16%

OTC, 9%



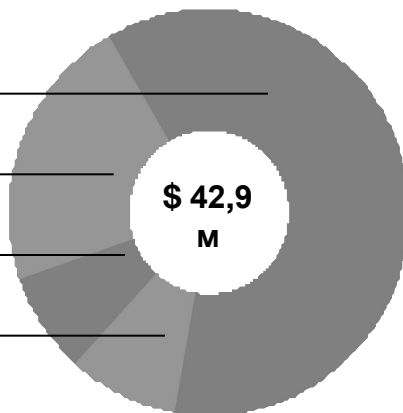
## Валовая прибыль в 9м 2006, млн.долл.

Rx, 63%

Пластыри, 21%

Традиционные, 9%

OTC, 7%



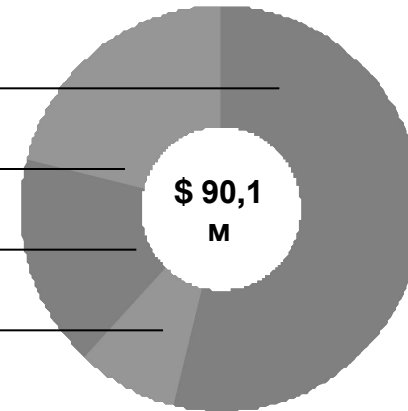
## Продажи в 9м 2007, млн.долл.

Rx, 55%

Пластыри, 19%

Традиционные, 17%

OTC, 9%



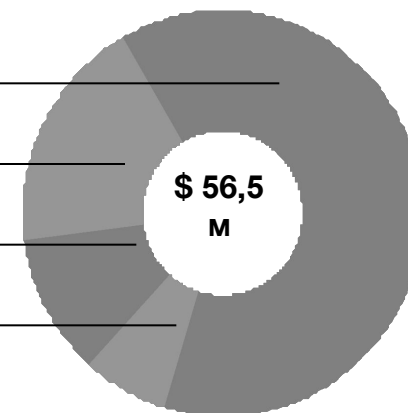
## Валовая прибыль в 9м 2007, млн.долл.

Rx, 66%

Пластыри, 17%

Традиционные, 9%

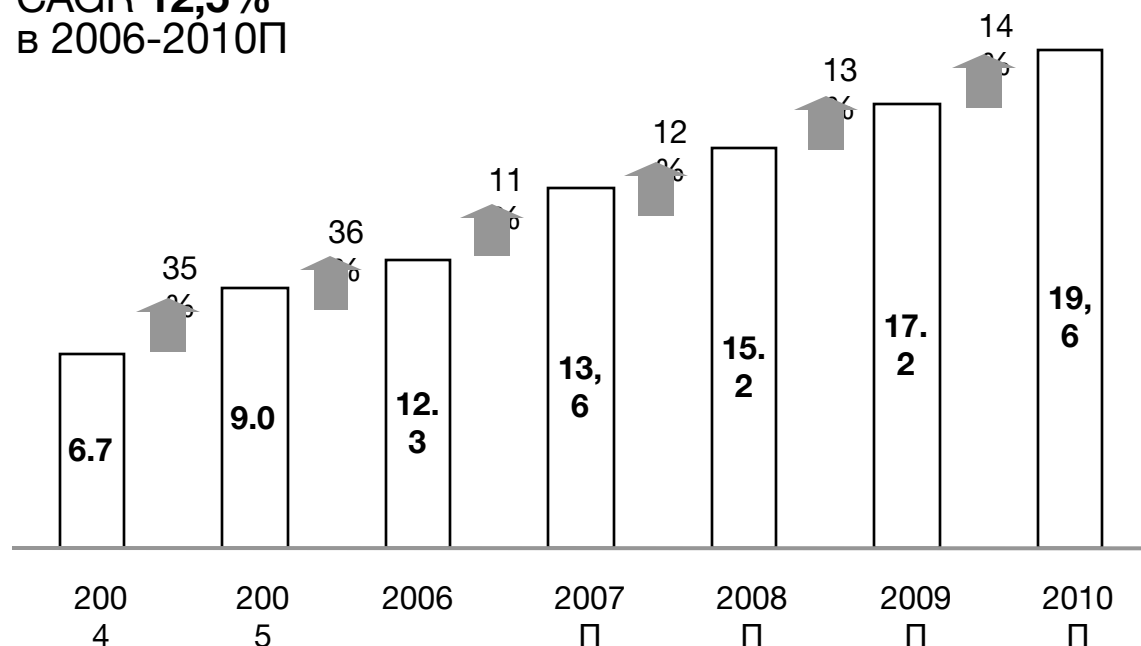
OTC, 8%



- 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

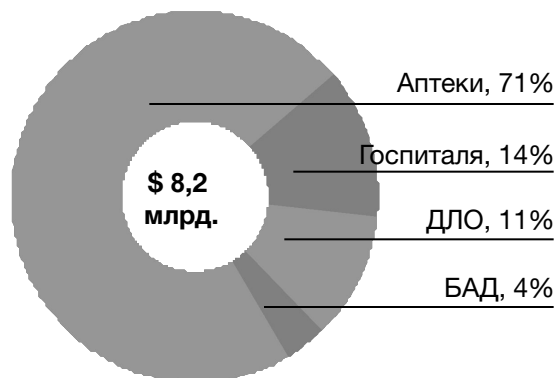


# СТРУКТУРА РЫНКА

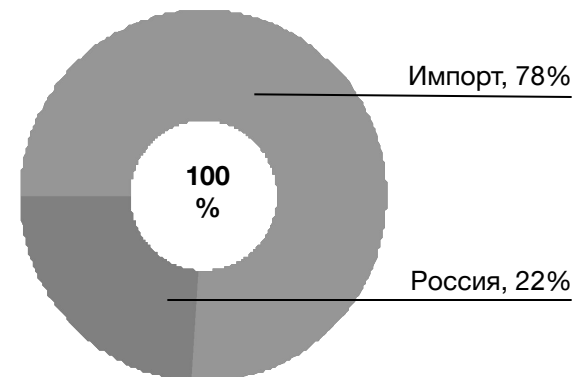
## Данные по рынку

- Импорт составляет около ¼ 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 9мес. 2007 года составили 11%

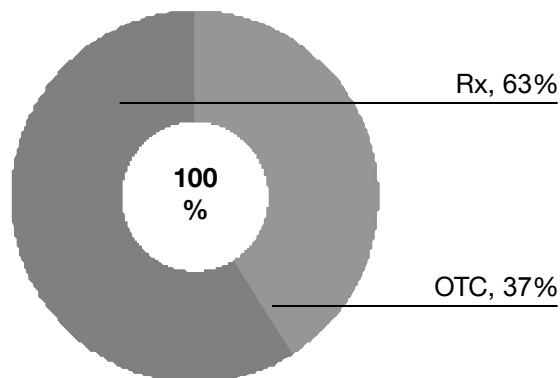
### Структура рынка



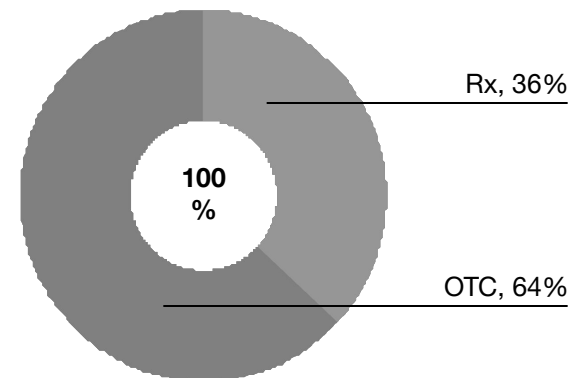
### Импорт / Российские препараты, долл. США



### Rx / OTC, в долл. США



### Rx / OTC, в упаковках

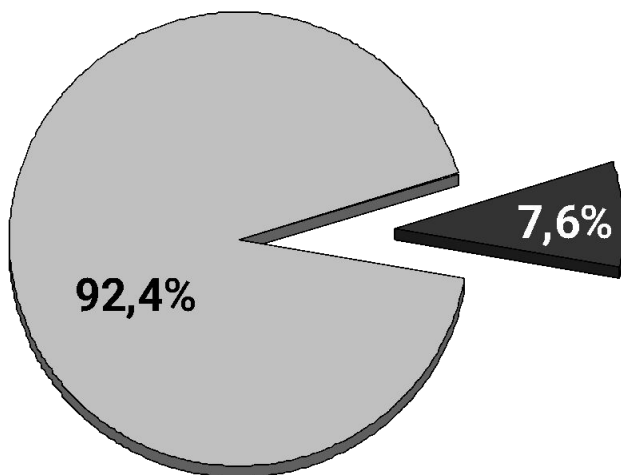


# ТОР 10 российских производственных компаний по объему выпуска

| 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                      |
| <b>5</b>   | <b>4</b>   | <b>Верофарм</b>         | <b>5,8</b>                        | <b>5,9</b>                        | <b>6</b>                |
| 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

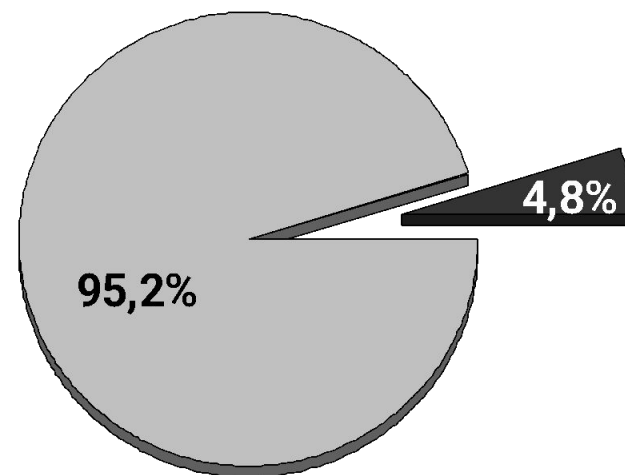


- продажи ДЛО
- прочие

- 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



# ПРОДУКТОВЫЕ СЕГМЕНТЫ

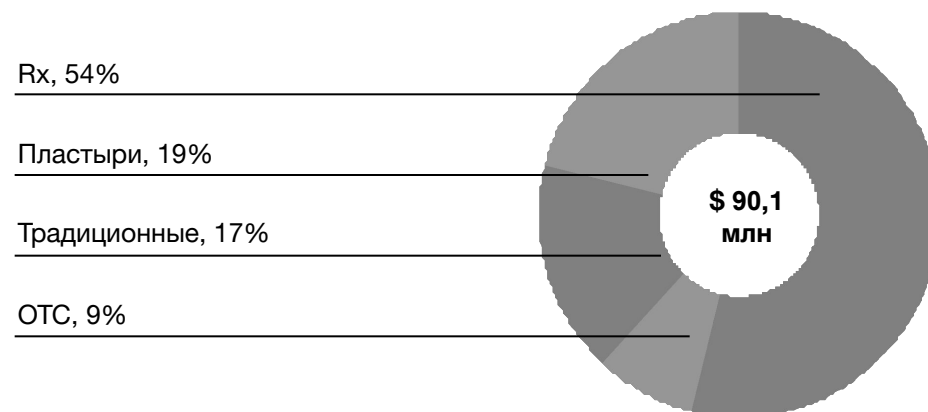
## Быстро растущие сегменты

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

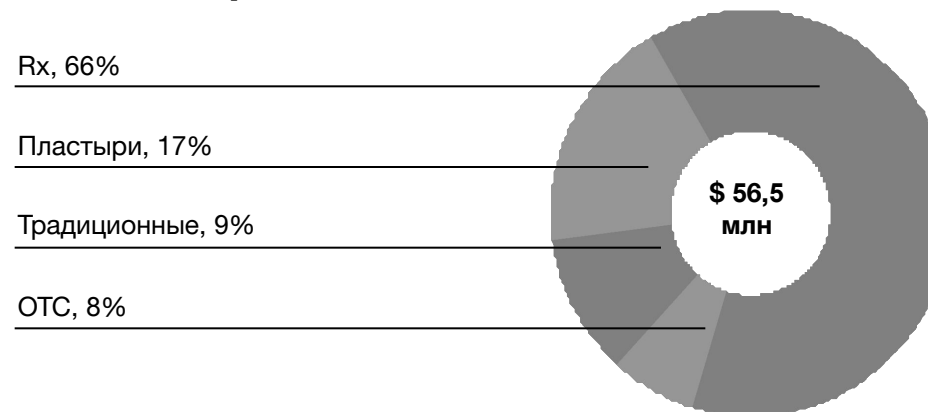
## Сегменты-доноры

- **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



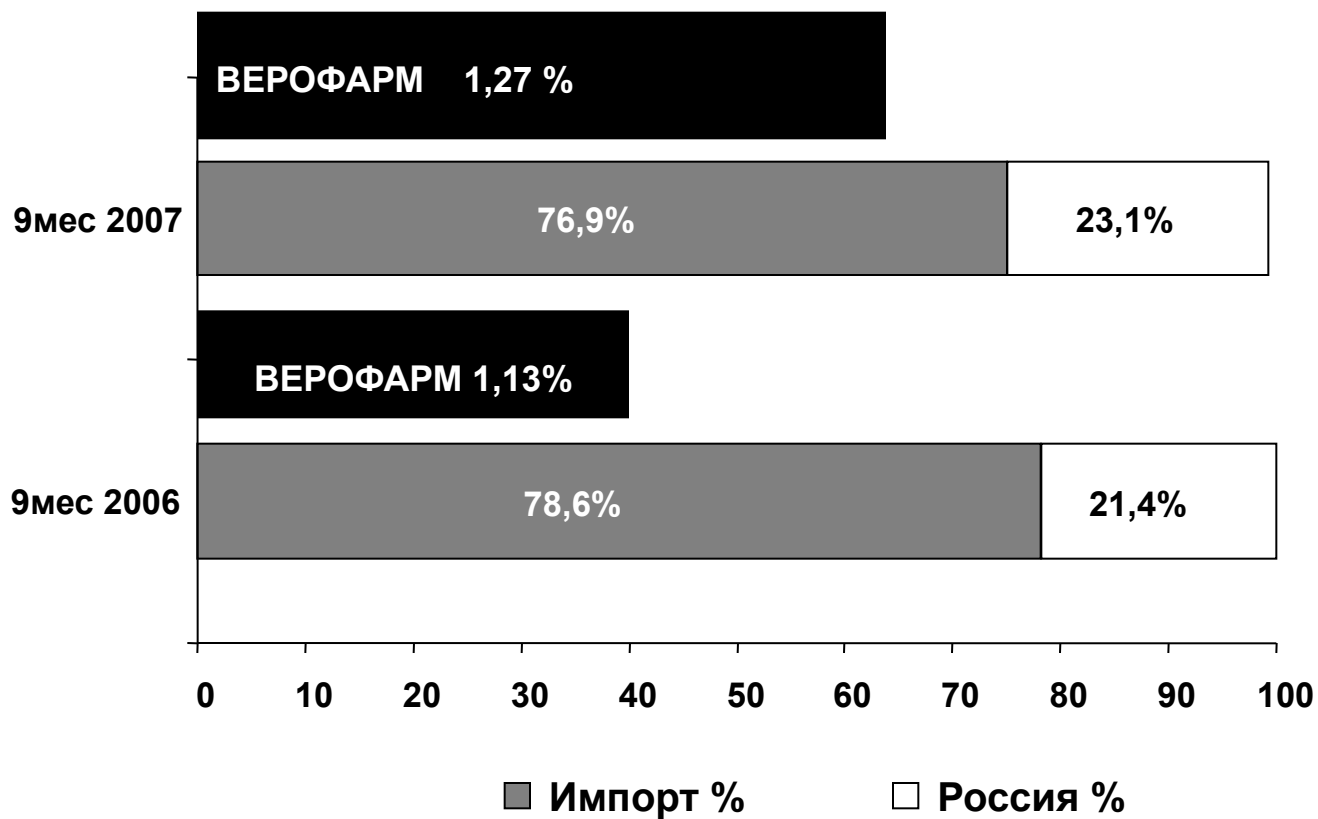
## Ирунин

итраконазол

Противогрибковое средство

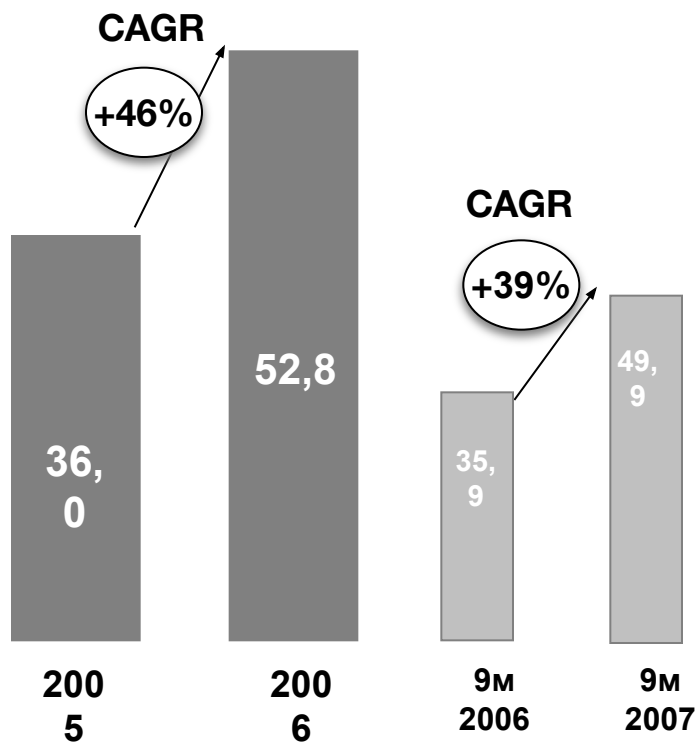


- Более эффективное использование существующей системы дистрибуции и ее развитие в соответствии с требованиями развивающегося продуктового портфеля
- Вывод на рынок новых незапатентованных препаратов
- Более активное продвижение RX препаратов на аптечном сегменте
- Децентрализация функции управления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



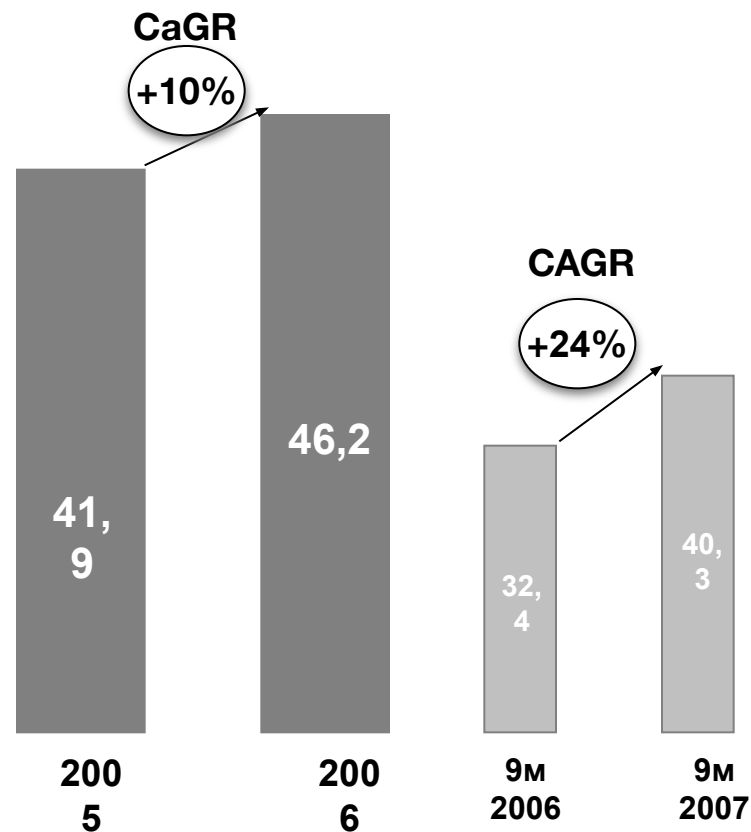
| Рейтинг<br>9м 2007 | Рейтинг<br>9м 2006 | Корпорация                            | Продажи за<br>9 м 2007,<br>млн.долл. | Рост к 9 м<br>2006, % |
|--------------------|--------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------|
| 1                  | 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

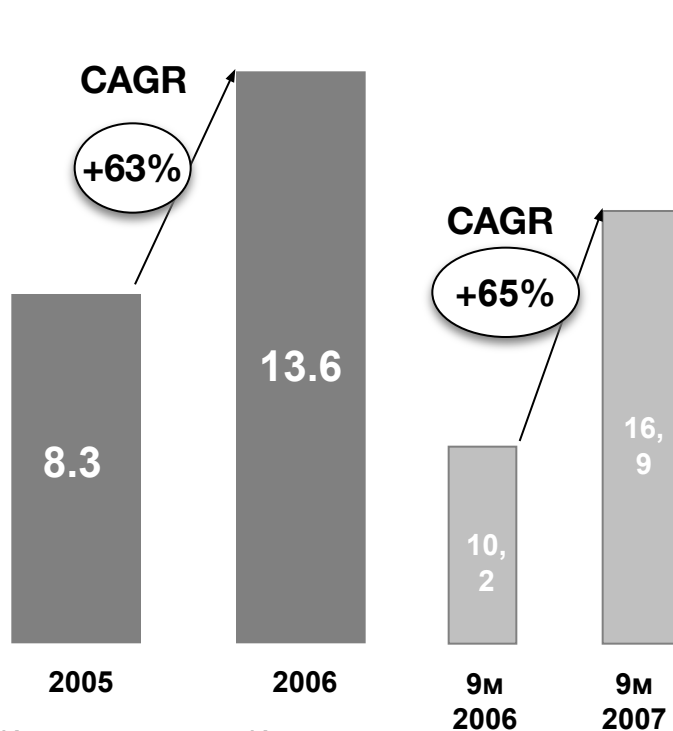
Остальные продажи:  
ОТС, пластыри, традиционные  
препараты



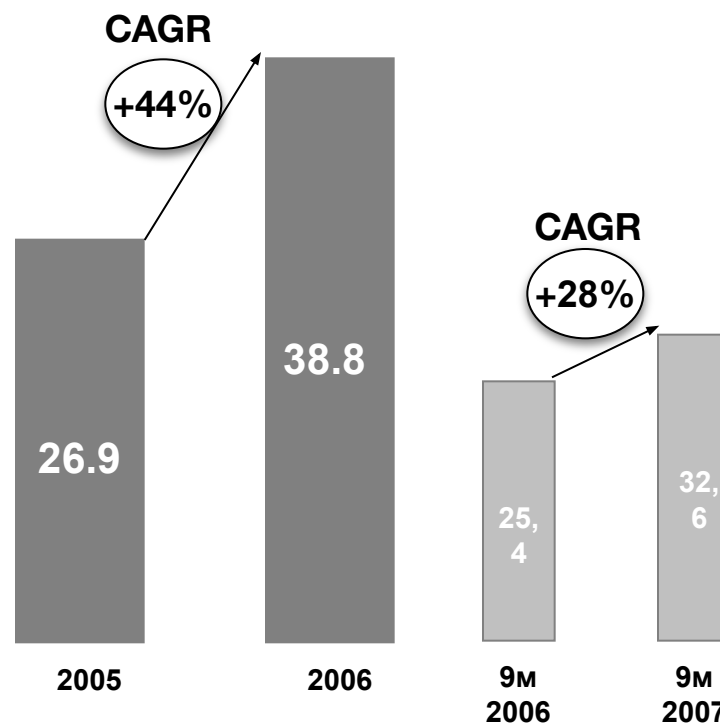
# РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ – ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА

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



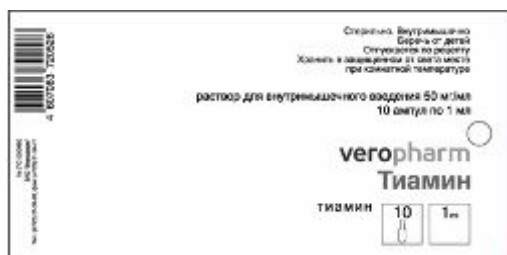
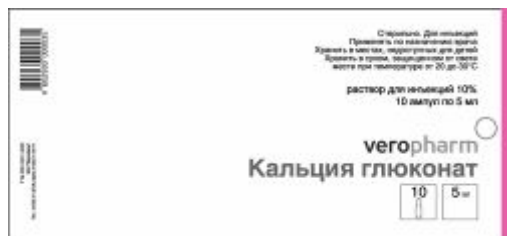
- Поддержание существующего продуктового портфеля при минимизации инвестиций и расходов на рекламу
- Конъюнктурное развитие только наиболее привлекательных препаратов, вышедших из под патентной защиты
- Развитие отношений с розничными сетями
- Индивидуальный продуктовый брендинг
- Использование для продвижения 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, противовоспалительные, противожоговые, 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  
КОНОПЛЯНИКОВ**

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

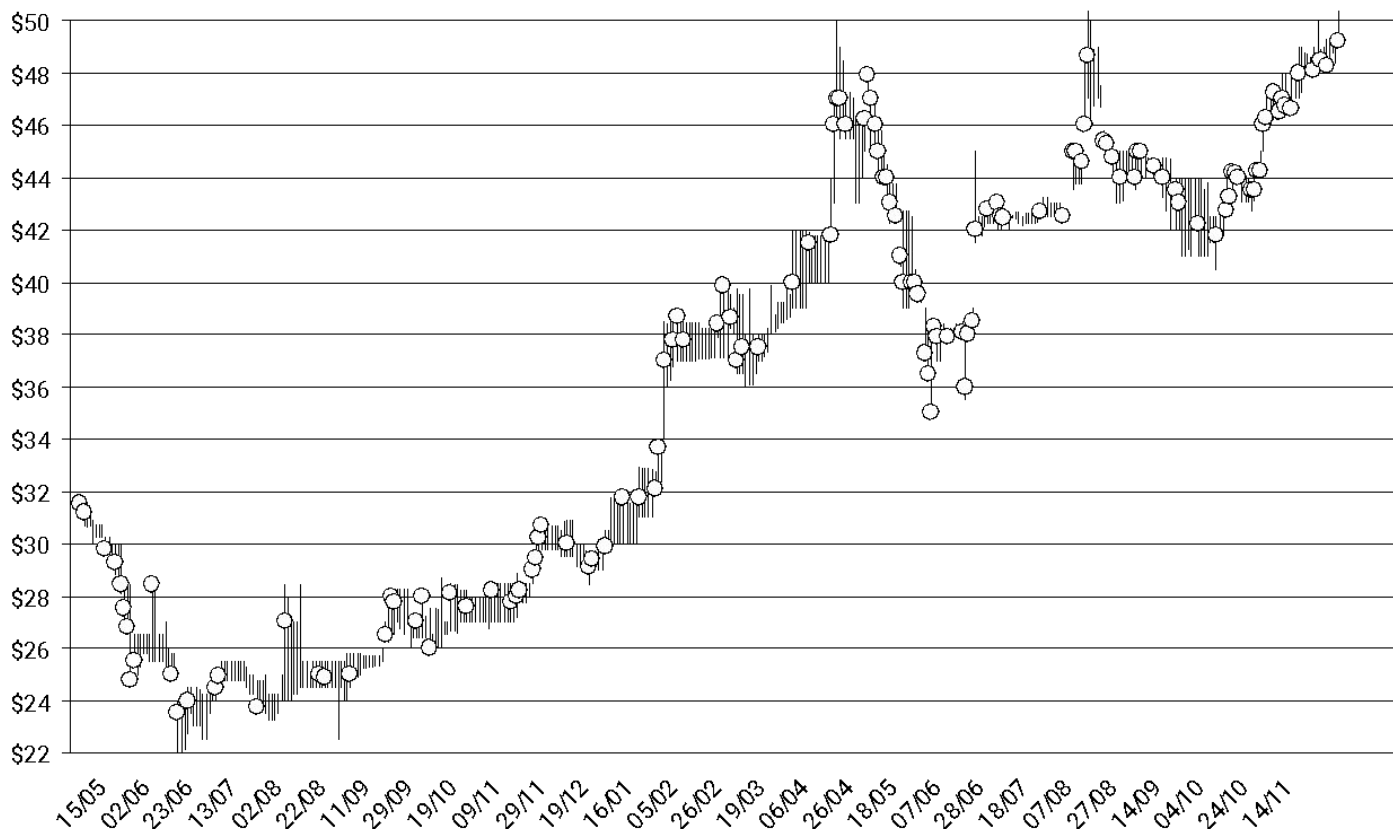
(по данным РТС по состоянию на 30-ноя-07)

○ IPO в апреле 2006

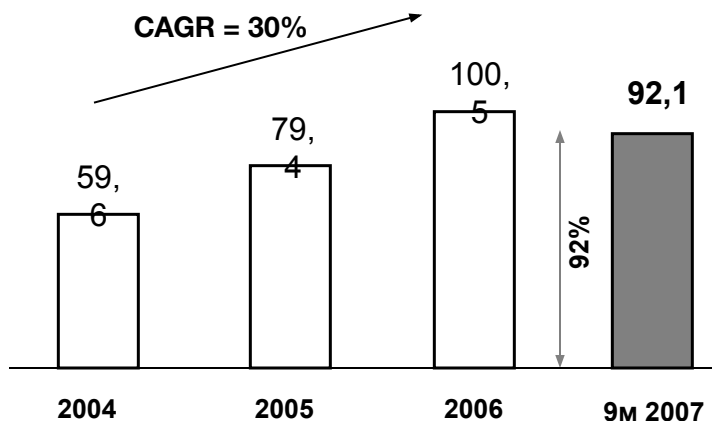
○ Стоимость размещения - \$28 за акцию

○ Тикеры:  
VRPH (РТС)  
VRFM (ММВБ)

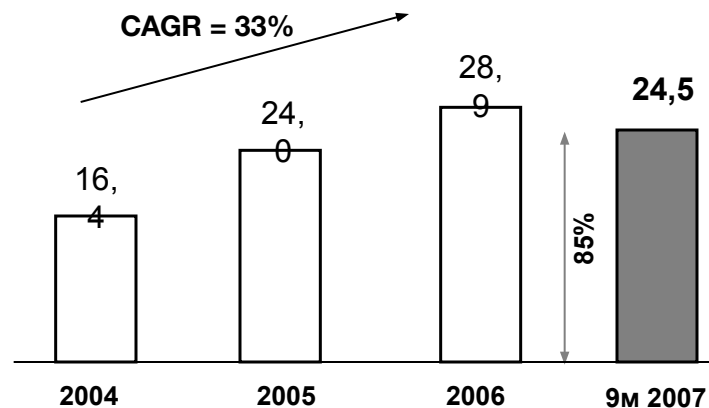
○ Около 48 % акций находятся в свободном обращении



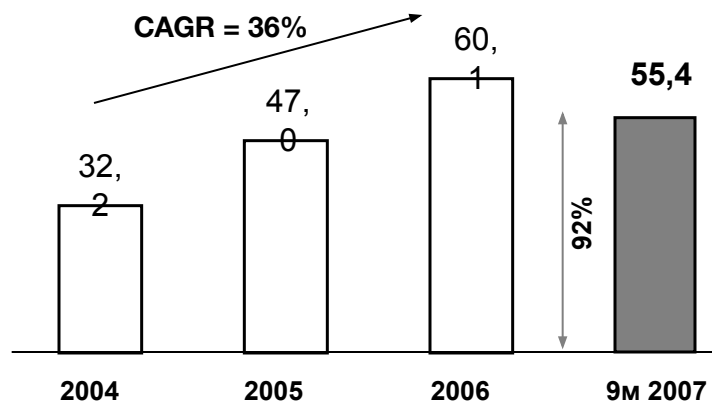
## Продажи



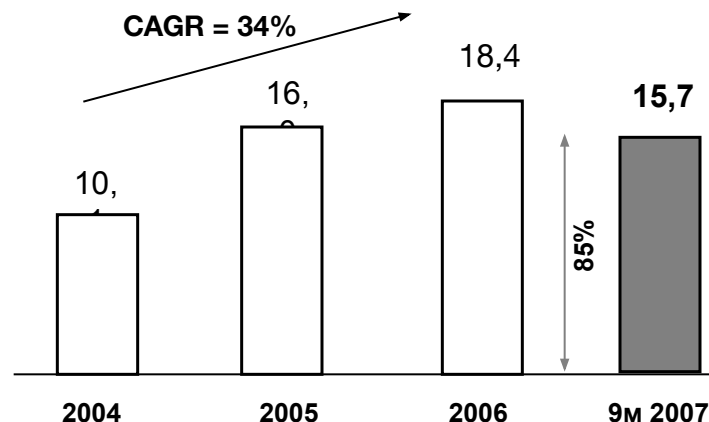
## ЕБИТДА



## Валовая прибыль



## Чистая прибыль

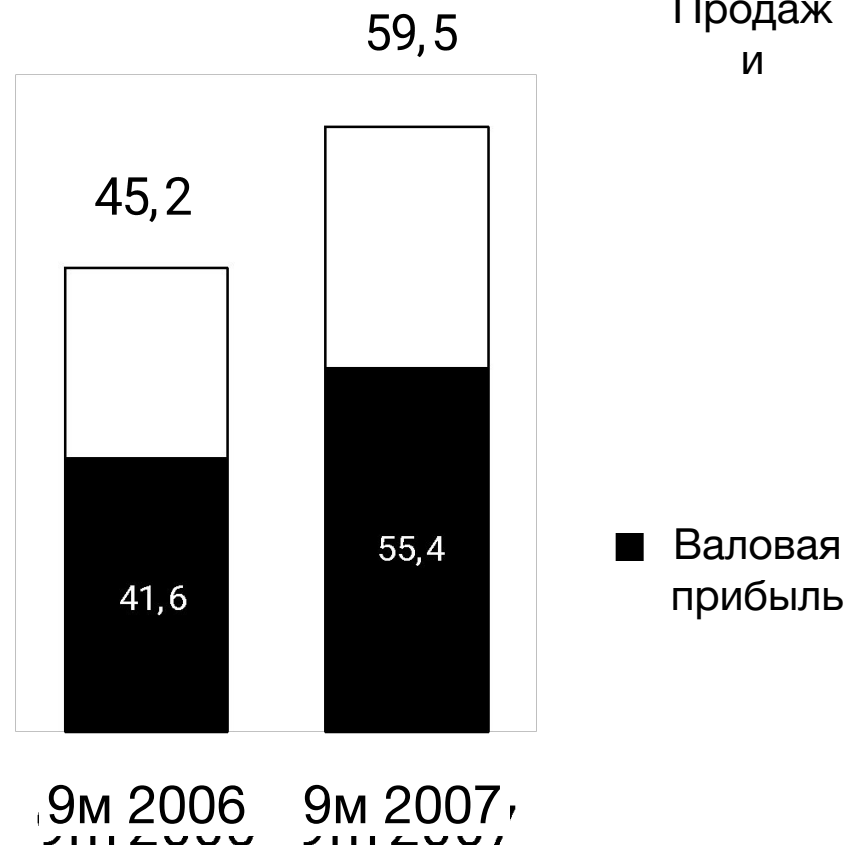


## ПРОДАЖИ И ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ

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

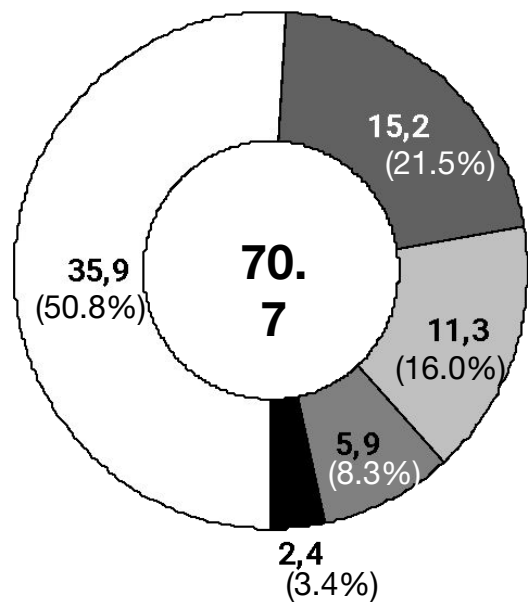
Продаж  
и

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

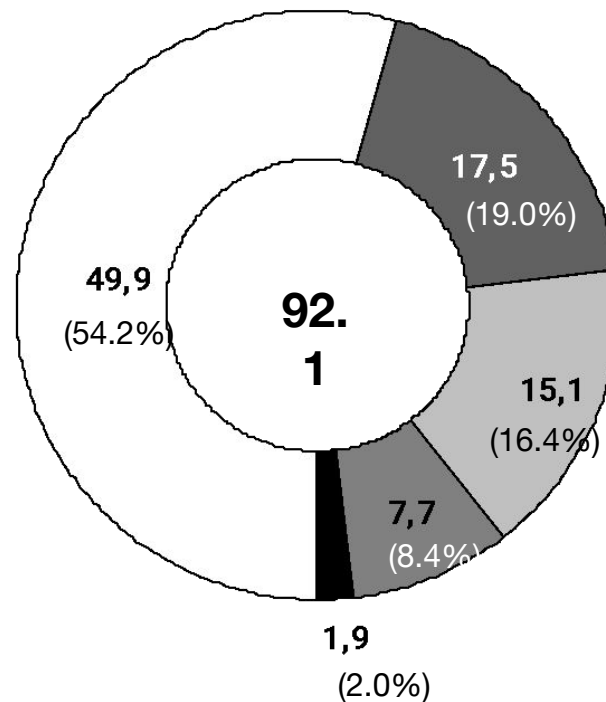




# АНАЛИЗ ПРОДАЖ



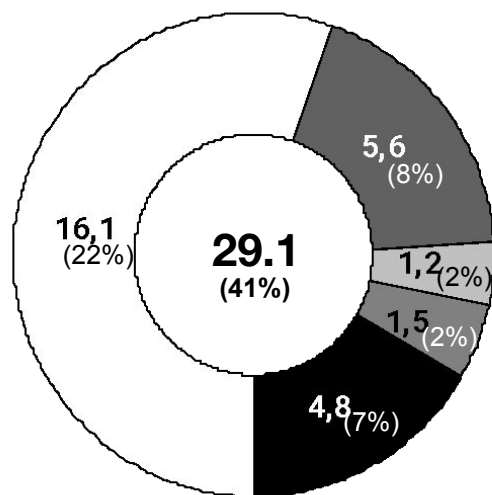
9м  
2006



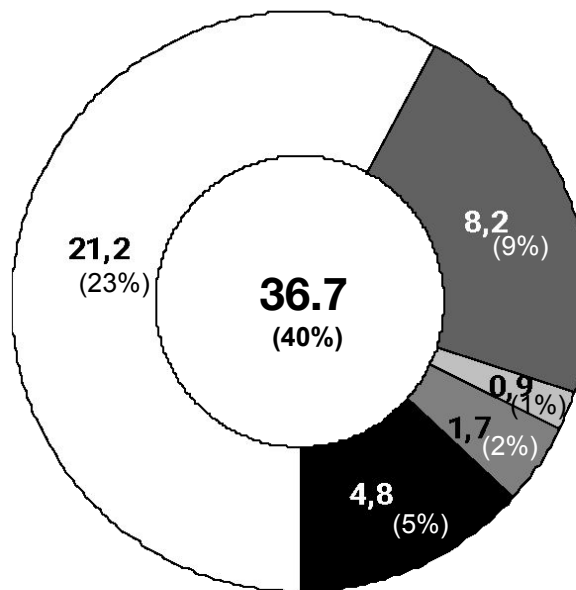
9м  
2007

- RX
- Пластыри
- Традиционные
- OTC
- Прочие

# СЕБЕСТОИМОСТЬ



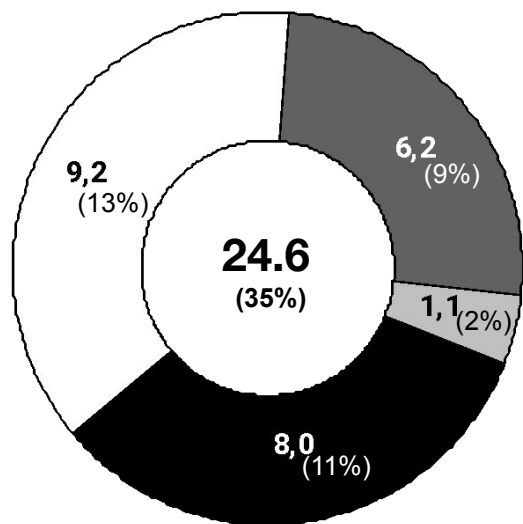
9м 2006



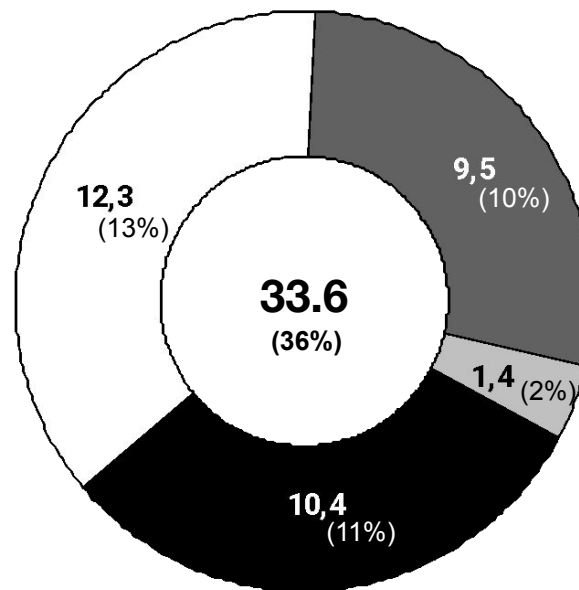
9м 2007

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

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



9м 2006



9м 2007

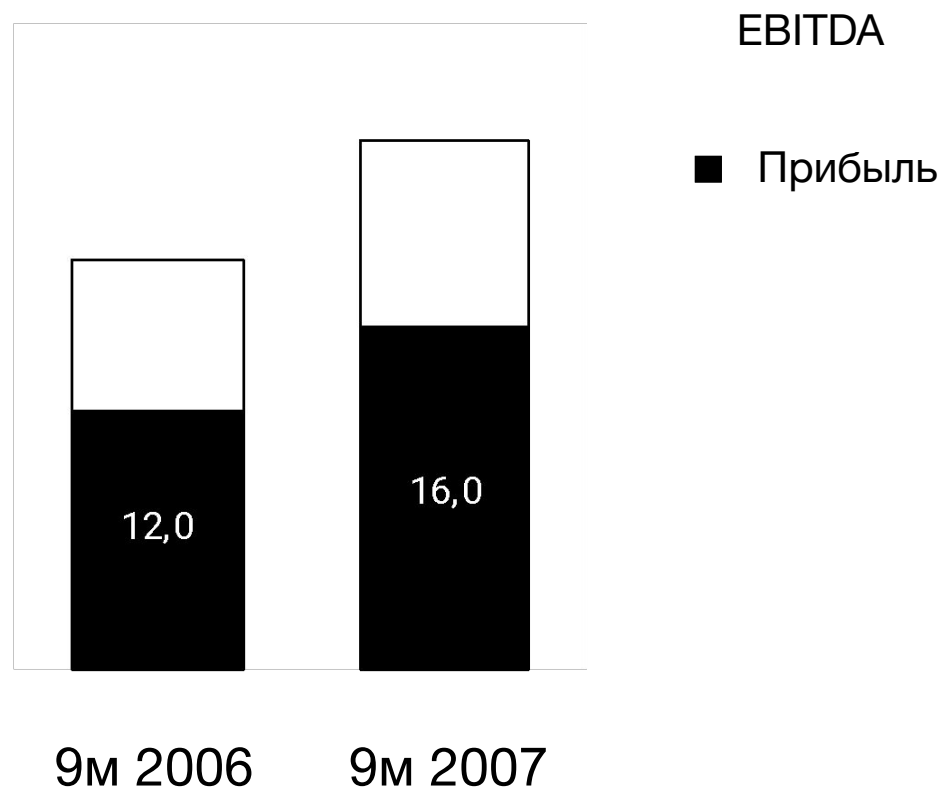
- Рост SG&A на 36,7% у-о-у
- Рост расходов на продвижение новых продуктов

- Зарплата
- Коммерческие расходы и реклама
- Командировочные расходы и транспорт

# ЕБИТДА & ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ

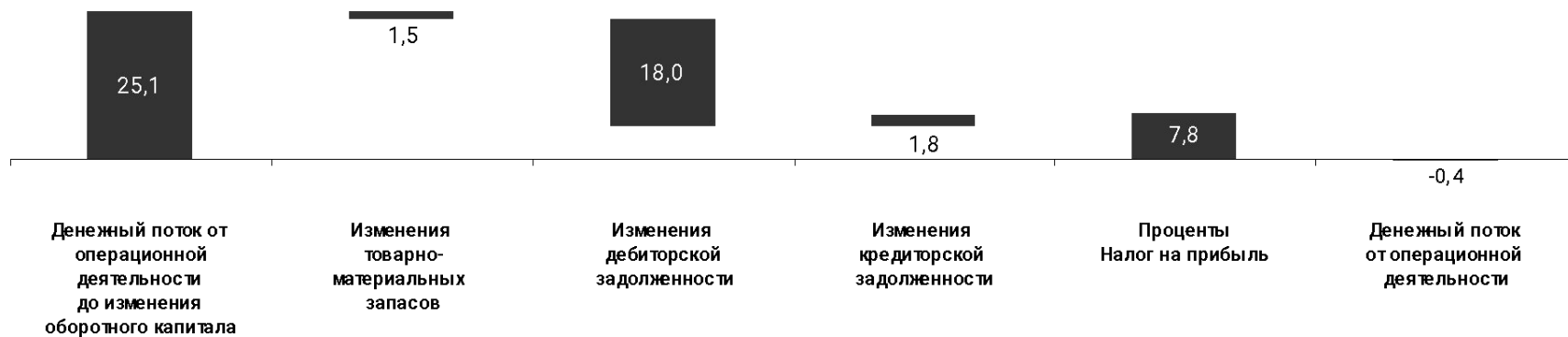
- ЕБИТДА увеличилась на 29 % у-о-у
- Чистая прибыль выросла на 33,4% у-о-у

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



# ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК

9м 2007

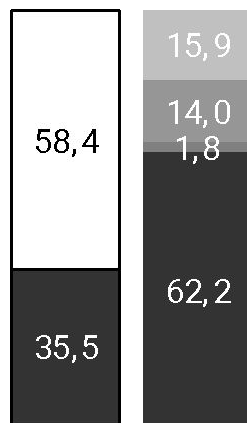


9м 2006

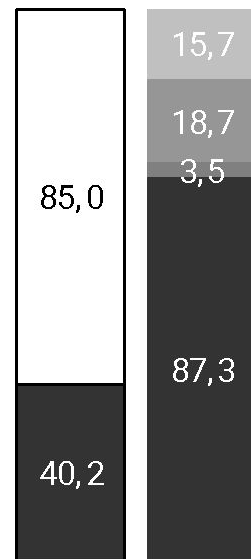


# БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

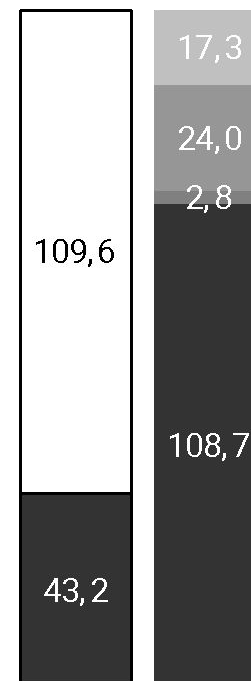
|                        | 9М 2007 | 2006  | 2005  |
|------------------------|---------|-------|-------|
| <b>КР.ОБЯЗ-ВА</b>      | 17,3    | 15,7  | 15,9  |
| <i>рост</i>            | 9,9%    | -1,0% |       |
| <b>доля в пассивах</b> | 11,3%   | 12,6% | 16,9% |
| <b>ДОЛГ</b>            | 24,0    |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



200  
5

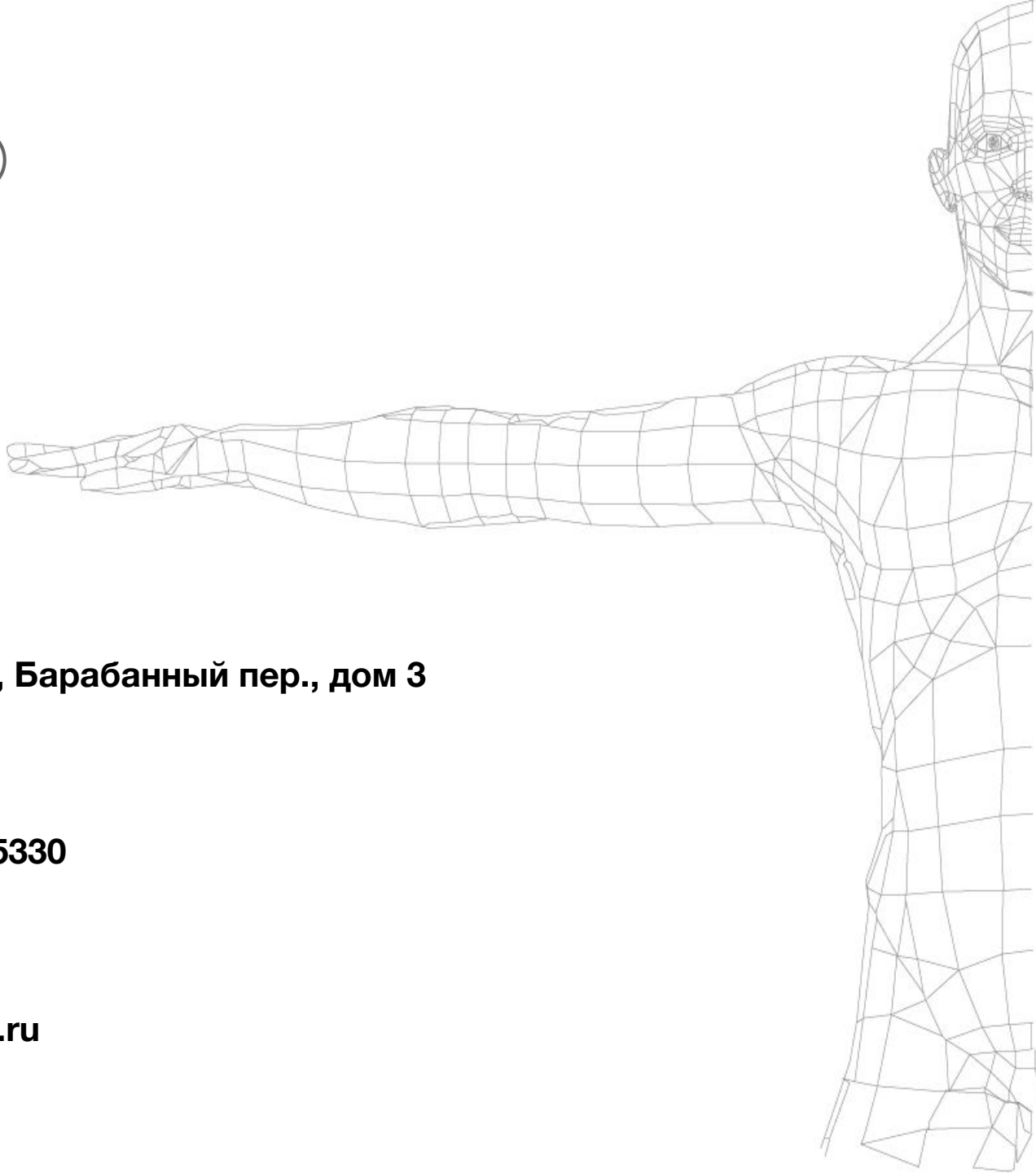


200  
6



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](mailto:info@veropharm.ru)**

**[www.veropharm.ru](http://www.veropharm.ru)**