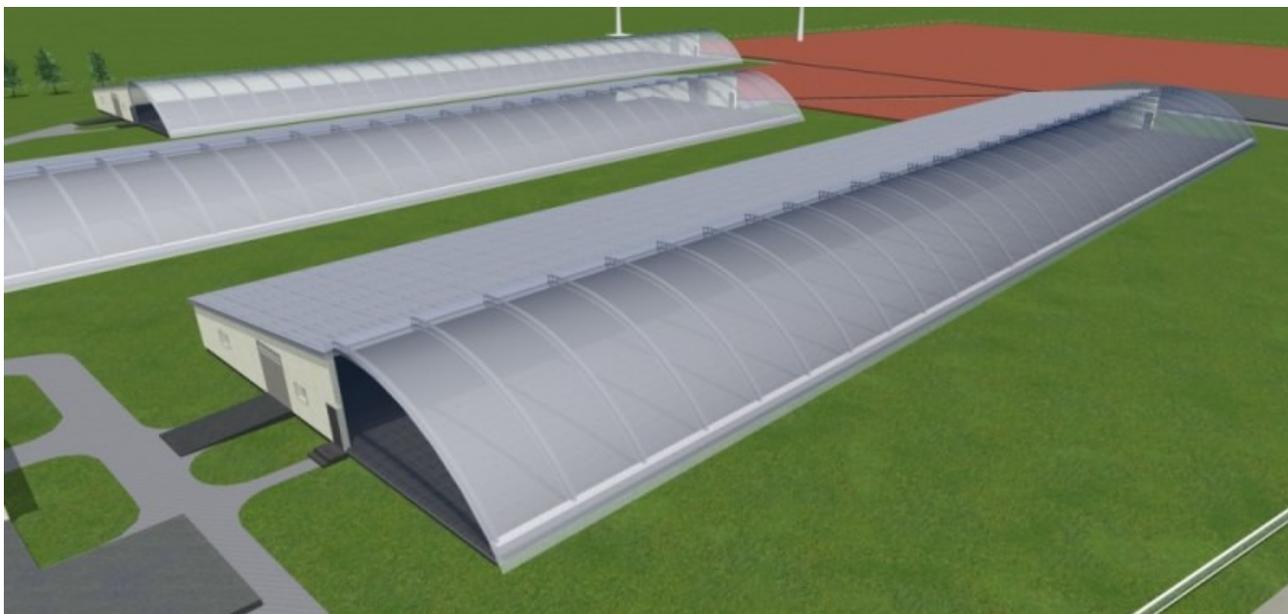


Инвестиционный проект «Зеленый супер-маркет» в Магнитогорске.
Строительство круглогодичных экотеплиц нового поколения
для производства биопродуктов с ежедневным урожаем и продажи
оптом и в розницу непосредственно с грядок.



Инвестору предлагается приобрести от 35% до 45% компании (объекта) **Зеленый супер-маркет**. Сумма инвестиций в один объект от 9 до 11 миллионов рублей, в зависимости от земельного участка. Прибыль объекта с момента выхода на проектную мощность от 5000 000 до 7000 000 рублей в год. Возврат инвестиций за 2-3 года. В дальнейшем прибыль от дивидендов от 2,5 до 4 млн. рублей в год и возможность продажи доли в 1,5-2 раза дороже.

Создатель проекта

Кудинов Сергей Александрович, 1983 г.р. С 2003 года занимается различными бизнес-проектами в сферах торговли, услуг, интернет. Организовывал интернет-продажи в Магнитогорском Центре Биоэкономики (производство биореакторов и биоудобрений). Соучредитель и член совета экологической общественной организации. Прошел обучающие курсы по созданию теплицы — солнечного био-вегетария, по пермакультурному саду, по альтернативному садоводству Железова. С детства всегда притягивала живая природа и растениеводство. Занимался садами на даче и на садовом участке. Экоферма — бизнес-проект мечты. Подробное бизнес-резюме в отдельном файле <https://yadi.sk/i/cIIUXOHLhxdt>

Проект и концепция

Строительство первого объекта — экофермы в формате **зеленого супер-маркета**, в будущей крупной сети агротуристических объектов. Экологически чистая натуральная продукция будет выращиваться в теплице нового поколения площадью 1200 кв. м. (15,5 м. х 78 м.), без применения каких-либо химикатов, круглогодично. На экоферме будет выращиваться исключительно растительная продукция — зелень, овощи, фрукты, ягоды. Возможно выращивать сотни видов и сортов, многие из которых отсутствуют на местном рынке. Но на первом проекте для снижения рисков будет производиться только самая востребованная продукция, которая легко обсчитывается и планируется — томаты, огурцы, зелень, салат, редис, клубника, пекинская капуста. А также на экоферме будет производиться биогумус и/или биоудобрения. Благодаря применению современных технологий в строительстве теплицы, стоимость продукции не будет значительно выше других продуктов на рынке.

Первый объект будет расположен на окраине Магнитогорска и работать в формате **зеленого супер-маркета** — продукция будет продаваться в розницу прямо в самой экоферме. Покупатели будут посещать экоферму и набирать необходимые продукты в нужном количестве прямо с кустов и грядок.

Сайт проекта www.bioural.ru



Готовая технология

Для минимизации рисков и расходов на проектирование принято решение на первых объектах использовать существующие готовые технологии, приобретаемые по лицензии или по франшизе.

Были изучены несколько вариантов готовой технологии строительства круглогодичной теплицы. По всем параметрам наиболее подходящий вариант — Солнечный био-вегетарий разработанный и запатентованный в компании Грин-ПИК. Проект био-вегетария уже продолжительное время работает в экопарке в городе Ковров и приносит прибыль. Компания предлагает приобрести лицензию и полную документацию для строительства био-вегетария. Покупателям обеспечивается обучающая и консультационная поддержка в реализации проекта **Зеленого супер-маркета**.

Видео действующего солнечного био-вегетария https://www.youtube.com/watch?v=CVkB_Lj2INE

Преимущества проекта

1. Есть готовая технология с проектно-сметной документацией и реализованным на практике форматом **зеленого супер-маркета**.
2. Инновационный и в то же время понятный, интересный и привлекательный формат.
3. Импортзамещение и даже вывод на рынок новой продукции.
4. Экологичная, органическая, полезная, здоровая продукция.
5. Производство и продажа в одном месте, не нужна логистика, нет лишних расходов.
6. Пищевое производство и фермерские проекты поддерживаются государством.
7. Легкая и быстрая раскрутка. Открытие **зеленого супер-маркета** станет инфоповодом для СМИ, сарафанное радио быстро разнесет новость по городу.

Рынок биопродуктов

На сегодняшний день это самый быстрорастущий рынок продуктов питания в мире. В ЕС с начала кризиса 2008 года наблюдается снижение потребления продуктов питания в целом, но одновременно значительный рост рынка биопродуктов (около 20% в год). Такая же тенденция наблюдается почти по всему миру. Все больше людей отказываются от химической продукции из супер-маркетов. По оценкам экспертов к 2020 году мировой рынок органических продуктов составит более 200 миллиардов долларов США.

Рынок биогумуса

Биогумус — насыщенная питательными веществами масса перегноя, производимая дождевыми червями и позволяющая значительно увеличить объемы и качество выращиваемой продукции. Полностью исключается использование химических удобрений.

По исследованиям РБК и других компаний рынок биогумуса является одним из самых перспективных в России. Неудовлетворенный спрос на биогумус составляет более 8 млн. тонн в год. Кроме того, биогумус является перспективным экспортным товаром. На сегодняшний день в России насчитывается около 200 мелких производителей биогумуса. В промышленных масштабах почти не производится.

Рынок России

В России сейчас наиболее удачный момент создания бизнеса по производству продуктов питания и овощей и фруктов в частности. Около 80% овощей, фруктов, ягод, зелени, корнеплодов, потребляемых в нашей стране — импортные. При этом качество ввозимой продукции крайне низкое.

Производство био- и эко-продуктов находится в зачаточном состоянии. По площадям занимаемым теплицами Россия на порядок отстает от всех развитых и развивающихся стран. Рынок биопродуктов России к 2020 году по самым скромным оценкам составит более 300 миллиардов рублей. То есть мы имеем гигантский рынок и большой спрос, удовлетворяемый импортной некачественной («химической» и ГМО) продукцией, при возрастающей потребности населения в здоровой пище. Создание местных производств натуральных продуктов по новым технологиям, позволяющим производить качественный и недорогой продукт, имеет колоссальные перспективы.

Рынок Магнитогорска

Магнитогорск — промышленный город с населением более 400 тысяч человек со средним доходом 25000 рублей в месяц. Объем розничной торговли только крупных сетей в Магнитогорске за 2014 год по официальной статистике составил более 20,5 миллиардов рублей. Общий оборот оценивается деловыми изданиями в сумму более 60 миллиардов рублей. Доля продовольственных товаров составляет 42,8%. В первые месяцы 2015 года наблюдается падение оборота на 11% к аналогичному периоду прошлого года. При этом падение реальных доходов населения совсем незначительное, около 0,7%. Эксперты отмечают дефицит в городе торговых площадей. Прямо сейчас достраиваются два новых больших торговых центра в центре города и строятся еще несколько на окраинах. То есть несмотря на снижение оборотов торговли, бизнес видит высокий спрос и ожидает скорое возобновление роста. Строительство новых торговых площадей не замораживается, в город заходят новые крупные сети, в

частности Лента и Ашан.

Конкурентная среда

На рынке присутствует сельскохозяйственная продукция различных производителей. Расположенные в пригородах Магнитогорска хозяйства поставляют преимущественно овощи и корнеплоды, небольшой процент клубники и других ягод. Много продукции из других регионов и стран, отчасти по ценам ниже местных поставщиков. Никаких брендов нет, относительной узнаваемостью обладает продукция тепличных хозяйств Агаповки и Наровчатки, но и их продукция не брендирована, выращиваются овощи в теплицах, построенных по устаревшим технологиям с применением химии. Импортные экопродукты можно найти в супер-маркетах по высоким ценам. Возможно на рынке присутствует продукция местных фермеров, которую можно отнести к категории эко или био, но она никак не обозначается, не рекламируется и не выделяется на рынке.

Маркетинг

Большое преимущество на рынке даст новый формат продаж — **зеленый супер-маркет**, новая для местного рынка продукция и введение бренда. На начальном этапе запланированы значительные вложения в рекламу для информирования потребителей о новом продукте и формирования узнаваемого бренда **БиоУрал**.

Потребители

Оптовые покупатели: торговые точки, мелкие магазины, кафе, рестораны.
Розничные покупатели: жители близлежащих районов города, любители здоровой пищи, вегетарианцы, службы доставки еды, гости города, для которых экоферма может быть объектом туристической привлекательности.

Стратегия эффективного поведения группы компаний в конкурентной среде включает в себя:

постоянные рекламные и стимулирующие продажи мероприятия;
интерактивное взаимодействие с потребителями онлайн через создание и распространение полезного, обучающего и развлекательного контента и активное присутствие в социальных сетях;
таргетированное взаимодействие с выделенными группами потребителей и сообществами (например сообщества вегетарианцев);
проведение просветительских, развлекательных, коммерческих мероприятий от локальных на отдельных объектах до массовых городского масштаба;
собственные общественные инициативы и поддержка других в категориях экологии, здорового питания, здорового образа жизни и т. п.;

постоянное введение инноваций и самых передовых технологий во все бизнес-процессы для поддержания и увеличения эффективности бизнеса.

Ценообразование

В бизнес-план закладываются цены на продукцию минимальные на местном рынке. Оптовые цены значительно варьируются в течение года от 30-50 рублей летом до 150-200 рублей зимой. Фактически брендированная биопродукция в новом формате продаж может стоить на 20% дороже среднерыночных цен. При этом продукция будет позиционироваться как массовая, но не как премиум-сегмент. Продукция премиум-категории планируется к введению в перспективе.

Технико-экономическое обоснование проекта

На строительство **зеленого супер-маркета** и начальные расходы на организацию бизнеса требуется от 9 до 11 миллионов рублей, в зависимости от расположения и цены земельного участка.

Срок строительства **зеленого супер-маркета** 3-4 месяца. Выход на проектную мощность (140 кг. продукции в сутки) через 2-3 месяца после запуска.

Прибыль после выхода на проектную мощность и раскрутки от 5 000 000 до 7 000 000 рублей в год. Стоимость объекта с момента выхода на проектную мощность от 30 000 000 рублей.

Объем производства и выручка за год:

Овощи, зелень, фрукты, ягоды — 50 тонн, средняя оптовая цена продажи 100 рублей/кг., итого 5000000 рублей.

Расходы в среднем около 40% выручки. Таким образом прогнозируемая прибыль более 3 000 000 рублей в год при продаже только выращенной продукции оптом.

При продаже по розничным ценам с наценкой 50% прибыль возрастает до 5000000 рублей.

Биогумус — производство 250 тонн в год, минимальная оптовая цена продажи 11000 рублей за тонну, итого 2750000 рублей.

Таким образом при самом пессимистичном сценарии (продажа всей продукции оптом) прибыль составит более 5000000 рублей в год. При оптимистичном сценарии (продажа продукции в розницу) более 7000000 рублей в год.

Цели привлечения инвестиций

Приобретение документации для строительства биоветеринарии.

Покупка или аренда земельного участка. Строительство биоветеринарии. Реклама.

Источник финансирования проекта — частный инвестор или инвестиционный фонд.

Этапы реализации проекта

Этап	Срок выполнения	Сумма финансирования
Регистрация ООО	2 недели	10000
Покупка документации (доставка почтой бумажной версии)	2 недели	150000
Подбор земельного участка	2 недели	0
Покупка или аренда земельного участка	1-3 месяца	1500000
Согласование строительства	2-6 недель	0
Подведение коммуникаций, закупка комплектующих и материалов, строительство солнечного био-вегетария, обустройство прилегающей территории	3-4 месяца	7500000
Запуск работы био-вегетария — внутреннее обустройство, найм сотрудников, засев, предварительные маркетинговые мероприятия, первый период вегетации, сертификация	2-3 месяца	650000
Получение первого урожая, выход на проектную мощность, запуск рекламы и продаж		200000

Так как некоторые этапы по времени накладываются друг на друга, но в тоже время приходится иметь дело с муниципальными органами, общее время с момента начала реализации проекта до первых продаж составит 8-10 месяцев. Финансирование поэтапное. Большая часть вложений требуется на этапе строительства в среднем за 6 месяцев до начала работы объекта. Сроки выдерживаются при условии попадания этапа строительства в строительный сезон.

Вклад инициатора

Разработка маркетинга и рекламы. Интернет-продвижение. Создание, поддержка и раскрутка сайтов и сообществ в соц. сетях. Большой опыт создания и ведения бизнеса. Накопленные знания и опыт по созданию и ведению хозяйства. Налаженные связи с профессионалами. Работа непосредственно в вегетарии. Реинвестирование в бизнес своей доли прибыли.

Дополнительные возможности для увеличения прибыли

Продажа рассады и продукции от уплотненной посадки.

Открытие интернет-магазина с доставкой по городу.

Проведение на Экоферме мероприятий — семинары, тренинги, выставки, ярмарки.

Оказание дополнительных услуг на ферме, например, кедровая бочка, солярий.

Продажа других товаров, например, непродовольственные экотовары, товары для сада и огорода.

Дилерство технологий строительства теплиц и других продуктов компании Грин ПИК.

Перспективы развития группы компаний

Планируется создание крупной сети объектов в концепции «здоровье и экология» с различным наполнением по направлениям производства, туризма, развлечений. Примеры планируемых объектов, помимо **зеленых супер-маркетов**: экоферма + эко-спа отель, база отдыха + экоферма, кластер экоферм для промышленного производства продукции.

Идеология и миссия группы компаний

Мы создаем группу компаний призванную делать людей здоровыми без врачей и лекарств. Мы ищем и создаем технологии, позволяющие удовлетворять все потребности человека без вреда для себя и окружающей среды и жить здоровой полноценной жизнью в гармонии с природой.

Идеальный конечный результат — обеспечение доступа всего человечества к здоровой пище, натуральным товарам первой необходимости, экологичному жилью, оздоровительным услугам, здоровому отдыху.

Риски и меры по их снижению и преодолению

Недостаток начальных средств из-за ошибок первоначальных расчетов, непредвиденных обстоятельств, резких изменений рыночных условий. Решение

— заложить возможность дофинансирования инвестором проекта в обмен на увеличение доли в компании.

Дальнейшее ухудшение экономической ситуации может снизить спрос. Пути снижения риска — снижение расходов, оптимизация ассортимента.

Формат **зеленого супер-маркета** может не обеспечить достаточный объем продаж. В этом случае продукция будет продаваться оптом и через интернет-магазин с доставкой на дом.

Проблемы технического и технологического характера, включая человеческий фактор, которые могут привести к снижению качества или урожайности продукции. Решается путем внедрения эффективного контроля, включающего систему датчиков, ежедневные проверки всех технических систем и здоровья растений, а также заготовленные методы и средства лечения растений.

При наработке узнаваемости бренда на рынке возможно появление мошенников незаконно использующих бренд. Пути решения проблемы: регистрация товарного знака, информирование потребителей о наличии фальсификата, мониторинг рынка и защита своих прав.

Появление конкурентов. Ввиду стратегии разностороннего и диверсифицированного развития группы компаний, влияние конкурентов на бизнес в целом возможно минимальное, ввиду роста рынка биопродуктов и необходимых объемов импортозамещения измеряемых в миллионах тонн. Заметная конкуренция может возникнуть в пределах конкретных форматов объектов. Снижение этого риска достигается путем выстраивания сильного бренда и взаимоотношений с потребителями.

Предложение инвестору

Долевое участие инвестора в проекте — 35% за 9000000 р., 40% за 10000000 р., 45% за 11000000 р. На период возврата инвестиций прибыль распределяется в пропорции 80% инвестору, 20% инициатору. В дальнейшем распределение дивидендов пропорционально долям в компании.

Возврат инвестиций за 2-3 года с момента выхода на проектную мощность. В дальнейшем прибыль инвестора от 2,5 до 4 млн. рублей в год. То есть 25%-40% годовых на вложенные средства.

Бонус для инвестора. Государственные гранты и субсидии, которые удастся получить будут распределены следующим образом: 80% сразу выплачивается инвестору (в счет возврата инвестиций), 20% тратится на развитие бизнеса для увеличения прибыли. В Челябинской области возможно получить до 3000 000

рублей на возмещение до 50% затрат на оборудование.

Целевыми показателями определяем пессимистичный вариант — продажа всей продукции по оптовым ценам.

В случае недостижения целевых показателей в первые два года более чем на 10%, доля инвестора в дивидендах увеличивается.

Построенный объект является залогом до возврата инвестиций инвестору.

Такие условия предлагаются только инвесторам первых объектов. Для последующих объектов условия будут изменены, в частности доля инвестора в объекте будет снижаться. Только у первых инвесторов есть возможность не просто разово заработать на инвестициях, а получить долю в проекте и отличный источник дохода пожизненно, защитив свои вложения от инфляции, скачков курса валют, кризисов.

Финансовую модель предоставляю перед скайп-презентацией. Пишите письмо для согласования времени скайп-сессии.

Контакты

hypercomru@gmail.com

+7 906 854 01 46

skype kudinovbiz

www.bioural.ru

актуальная версия проекта здесь <https://yadi.sk/i/6m3jWw-MiApcj>