

Аптечная сеть 36,6

2008 - ПРИБЫЛЬНЫЙ РОСТ

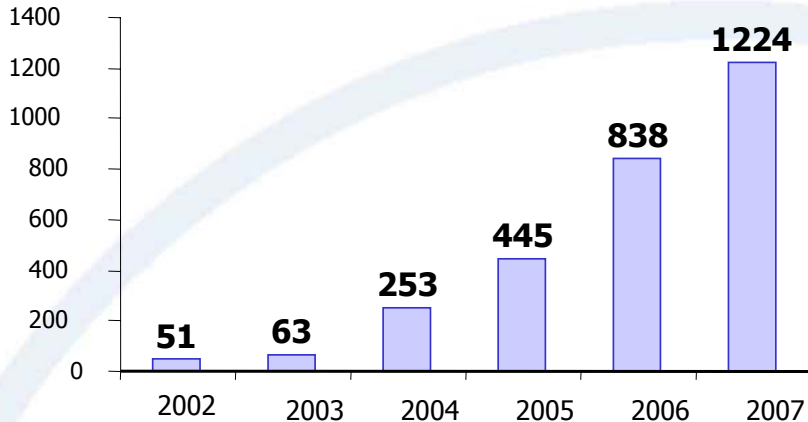
ДЖЕРИ КАЛМИС

Президент

ОАО «Аптечная сеть 36,6»

ОАО «Аптечная сеть 36,6» сегодня – это:

Количество аптек



Аптеки 36,6 работают в 29 регионах и более 90 городах России



- ✓ Доминирующий игрок на рынке торговли товарами для красоты и здоровья
- ✓ Первая публичная компания в секторе торговли товарами для красоты и здоровья
- ✓ Первая компания, предложившая открытый формат потребителю в секторе торговли товарами для красоты и здоровья
- ✓ Владелец привлекательных активов:
 - ГК «Европейский Медицинский центр» (EMC)
 - ОАО «Верофарм»
 - ООО «Куб-Маркет» (Early Learning Center)
 - ЗПИФ недвижимости

10 лет успеха и лидерства

36.6

1998-2001

1998 - основание 36,6

1998 – разработка стратегии совместно с McKinsey & Co.

1998 – открытие первой брендированной аптеки в Москве

2001-2004

2003 - IPO 36,6

2003 - основание РААС

2004 – начало региональной экспансии

2004 - открытие первой брендированной аптеки за пределами Москвы

2004 - 36.6 первая российская компания – член US National Retail Federation

2004 - 2008

2006 - облигационный займ 3 млрд. руб.

2006 - IPO Veropharm

2006 - эксклюзивный договор с Boots

2006 - запуск СТМ

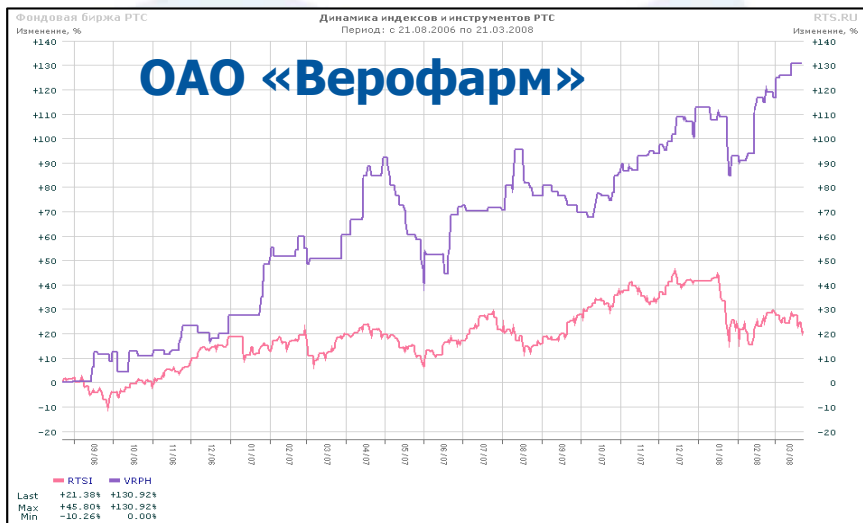
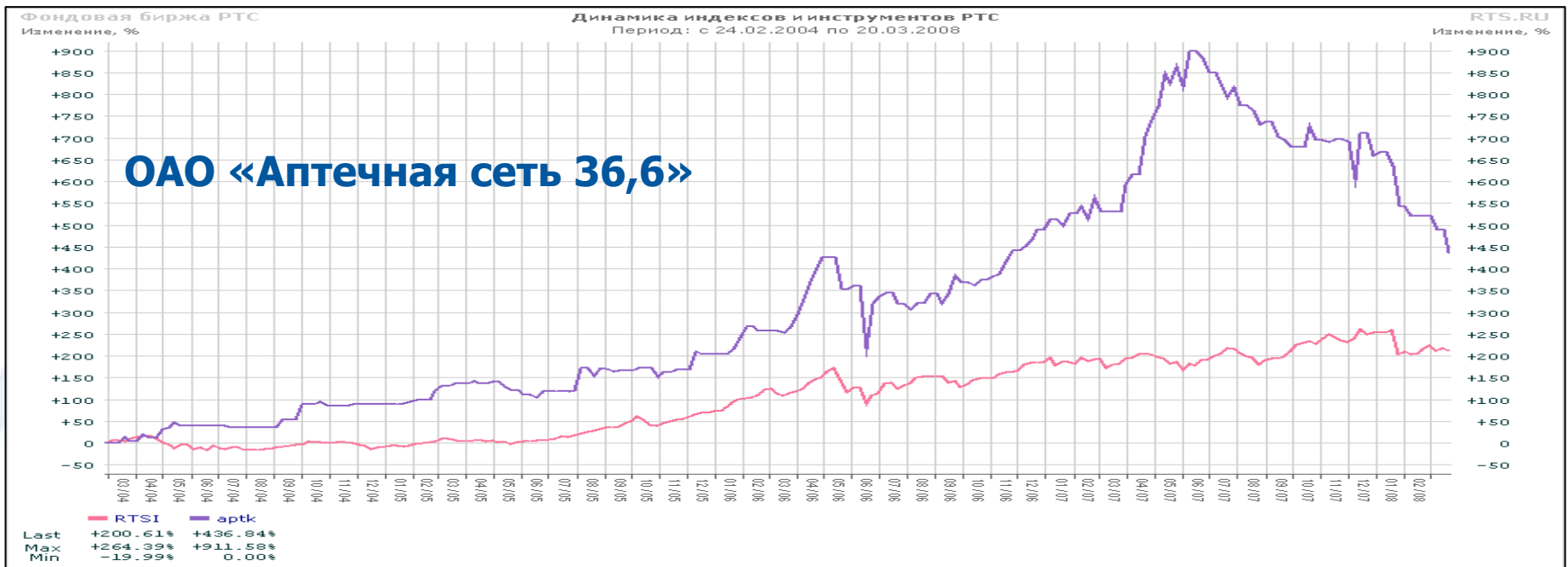
2006 - введение ERP системы

2007 - SPO 36,6

2007 - открытие 1000-й аптеки

Динамика курса акций

36.6



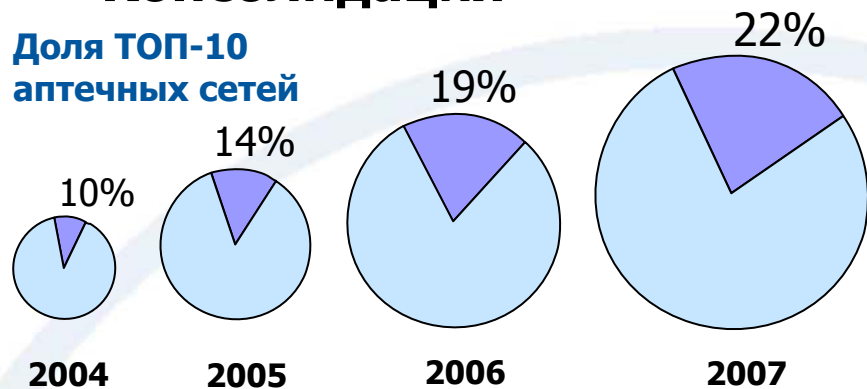
- ✓ **Капитализация** (на 25.03.2008, по данным РТС):
 - **АРТК \$ 484,5 mln**
 - **ВРФН \$ 570 mln**
- ✓ **Динамика курса акций опережает индекс РТС**

36,6 и основные тенденции на рынке

36,6

✓ Консолидация

Доля ТОП-10 аптечных сетей



Источник: Данные DSM Group и собственные расчеты компании

Рост рыночной доли 36,6



Источник: Данные ЦМИ «Фармэксперт» и собственные расчеты компании

✓ Рост продаж

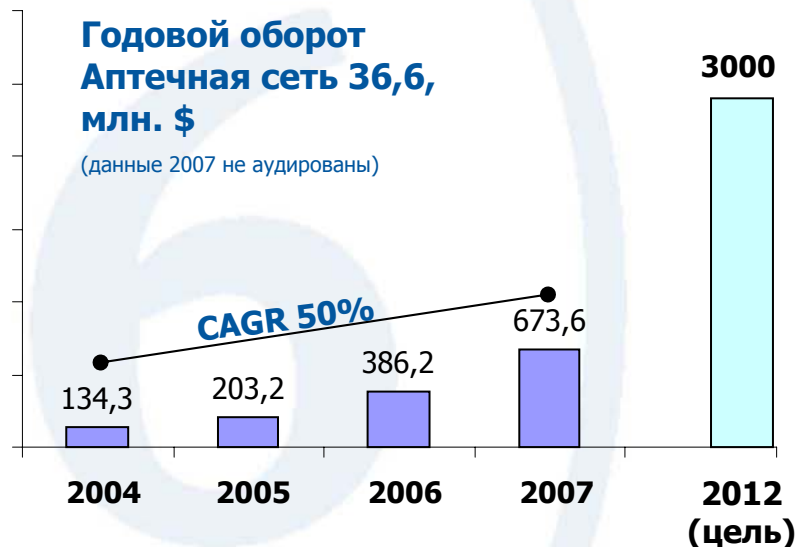
Прогноз динамики объема рынка 2003-2012, млн. \$

Источник: Данные ЦМИ «Фармэксперт»



Годовой оборот Аптечная сеть 36,6, млн. \$

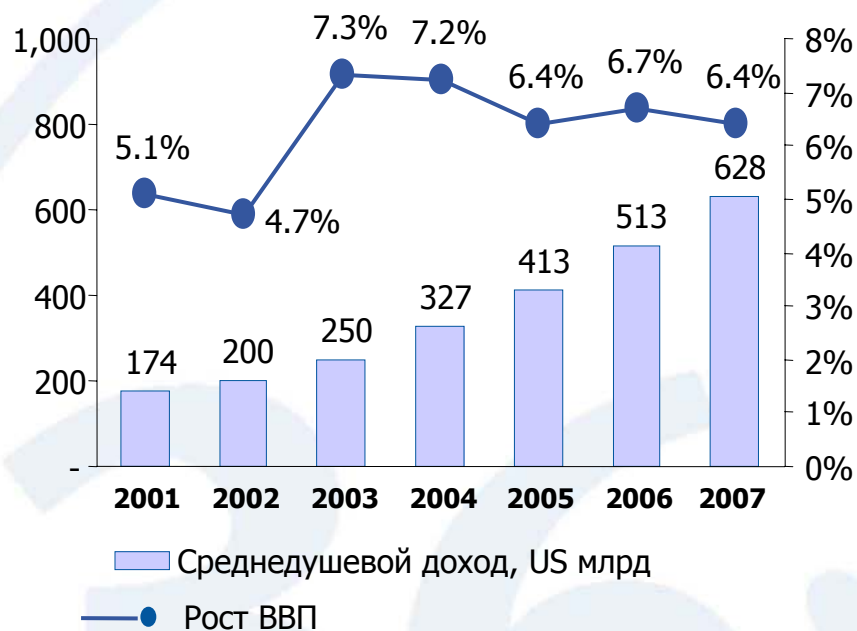
(данные 2007 не аудированы)



Рост доходов населения ведет к увеличению потребительского спроса, и в том числе на фармацевтику

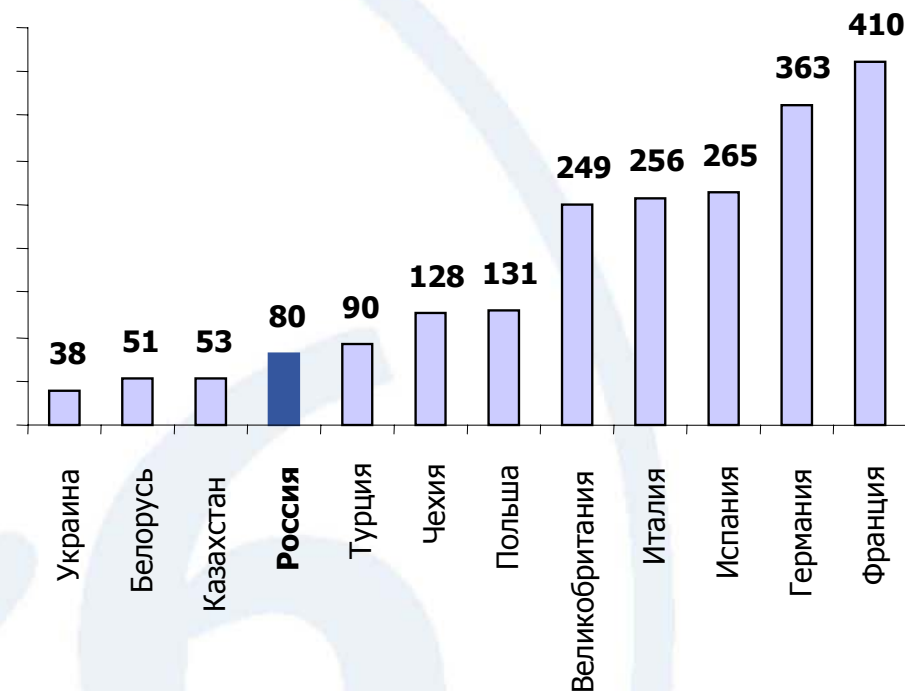


Рост доходов населения и ВВП (\$ млрд.)



Источник: Euromonitor

Расходы на фармацевтику на душу населения (2007, \$ розничные цены)

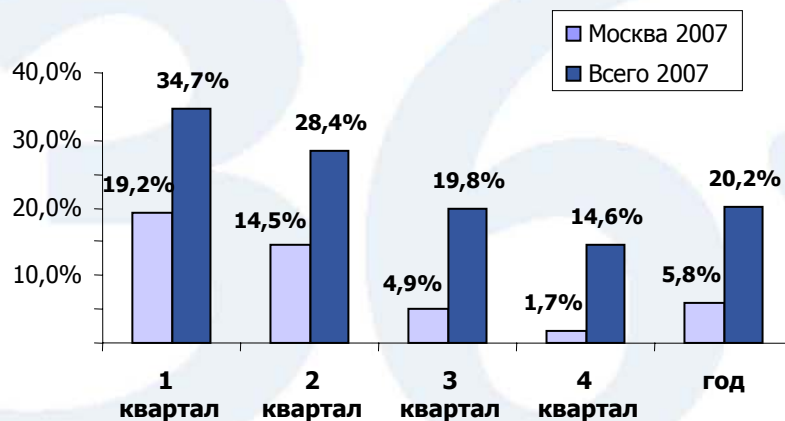


Источник: Данные ЦМИ «Фармэксперт»

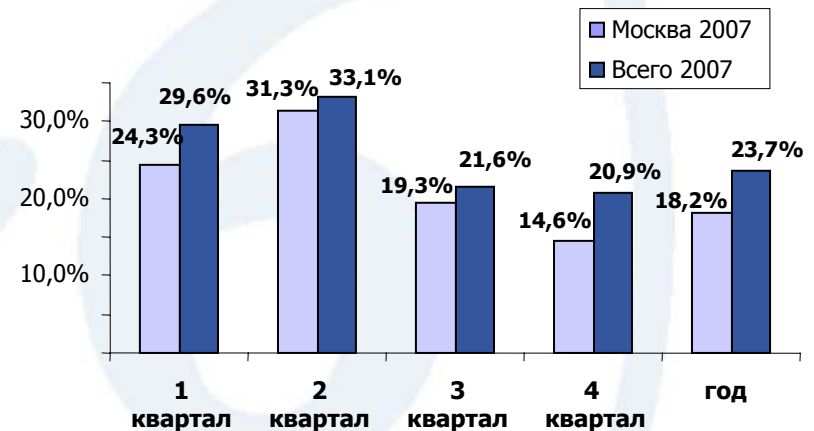
Что произошло в 2007 году?

- ✓ Темпы розничных продаж снизились в связи с проблемами во внедрении ERP системы в БЕ «Москва», являющейся ключевой в структуре продаж
- ✓ Конкуренция со стороны других аптечных сетей продолжила расти
- ✓ Для 36.6 это привело к:
 - Снижению консолидированных L-F-L продаж
 - Снижению темпов роста среднего чека в Москве
 - Потере части трафика в Москве

L-F-L продажи (долл. США)



Рост среднего чека (% , долл. США)



Стратегические цели остаются прежними. Новый фокус на прибыльный рост

36·6

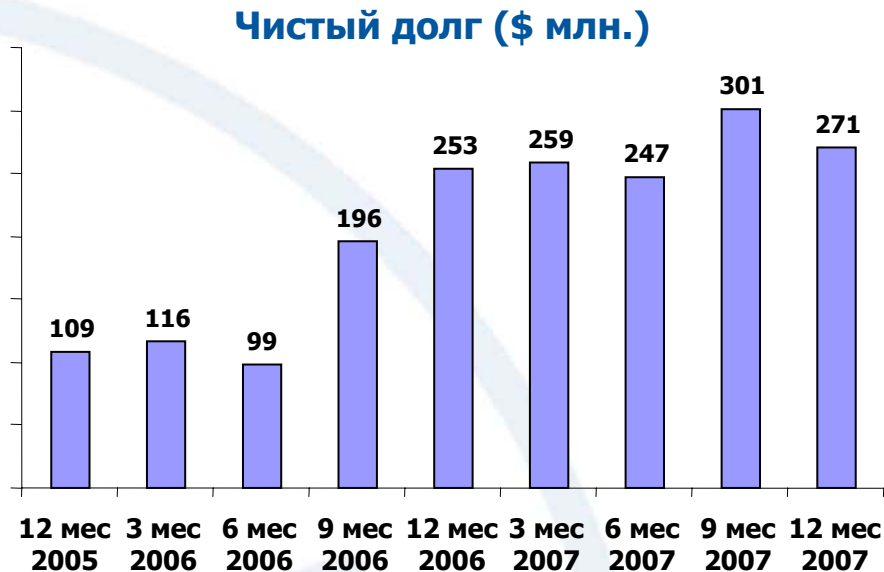
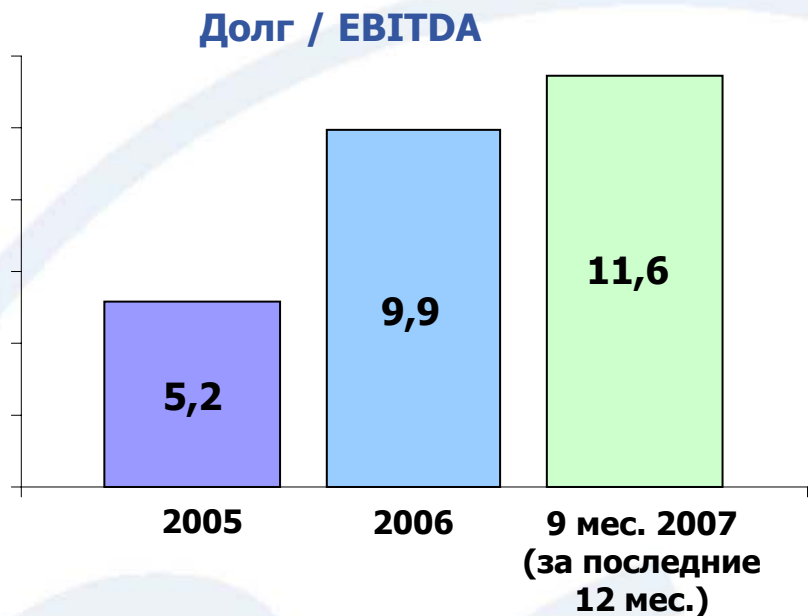
- ✓ Сохранить и укрепить лидирующие позиции на рынке торговли товарами для красоты и здоровья в России
- ✓ Занять 10-15% долю рынка в ближайшие 3-5 лет
- ✓ Обеспечить прибыльный рост компании

36·6

<h2>Региональная экспансия и консолидация рынка</h2>	<h2>Повышение операционной эффективности</h2>	<h2>Расширение спектра услуг</h2>
<ul style="list-style-type: none"> • Фокус на дальнейшее укрепление позиций в регионах присутствия • Увеличение рыночной доли: <ul style="list-style-type: none"> ○ 2008 преимущественно органический рост ○ 2009-2010 вернуться к высоким темпам роста. M&A при выходе в новые регионы и органический рост в регионах, где позиции 36,6 сильны • Селективный подход к выбору мест для открытия аптек и объектов для поглощения 	<ul style="list-style-type: none"> • Сокращение общих и административных расходов • Использование эффекта «экономики масштаба» и централизация закупок • Оптимизация операционной платформы: <ul style="list-style-type: none"> ○ Внедрение современных IT технологий ○ Активная интеграция и ребрендинг существующих аптек ○ Оптимизация ассортимента ○ Контроль наличия товаров на полках ○ Эффективное использование стратегий ценообразования 	<ul style="list-style-type: none"> • Уникальное предложение потребителю: <ul style="list-style-type: none"> ○ Расширение портфеля СТМ ○ Программы CRM («Малина») ○ Ввод новых эксклюзивных брендов и товаров ○ Лаборатории красоты ○ Центры «Ароматерапии» • Совершенствование уровня сервиса и квалификации персонала • Опора на сильный бренд для привлечения новых покупателей и роста лояльности к бренду

ПРИБЫЛЬНЫЙ РОСТ !

✓ Текущее состояние



✓ Источники рефинансирования

- Продажа непрофильных бизнесов
- Реализация паев ЗПИФ недвижимости
- Рефинансирование на рынке капитала

- ✓ Рефинансировать долговую нагрузку
- ✓ «Turn Around» в Москве
- ✓ Сократить накладные расходы и соблюдать жесткую дисциплину в отношении оптимизации затрат
- ✓ Стабилизировать ситуацию в отстающих регионах
- ✓ Обеспечить значительный прогресс в процессах централизации закупок и внедрения логистических проектов