

АПТЕЧНАЯ СЕТЬ 36,6 – ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 2007 ГОДА

ОФИЦИАЛЬНЫЕ КОММЕНТАРИИ - ДЖЕРИ КАЛМИС, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР, АПТЕЧНАЯ СЕТЬ 36,6

Дамы и господа!

Мы видим из пресс-релиза, опубликованного ранее сегодня, что результаты деятельности нашей Группы за 2007г. разочаровывают. Определяющее влияние на наши консолидированные финансовые результаты оказывает розничный бизнес (Аптечная сеть 36,6) и фармацевтическое производственное подразделение («Верофарм»). Негативные тенденции, отмеченные в отношении валовой прибыли, коммерческих, общих и административных расходов, EBITDA и чистой прибыли, являются следствием, в первую очередь, неудовлетворительной работы розничного подразделения.

Позвольте мне рассказать вам о некоторых событиях прошлого года и изложить свою точку зрения на то, что произошло в 2007 г., и что мы намерены по этому поводу предпринять. В России по-прежнему существуют большие возможности для розничного фармацевтического бизнеса, ожидаемые годовые темпы роста составляют почти 20%, и поэтому мы должны использовать 2008 год для того, чтобы вывести эту часть нашей Компании (розничный сегмент) из кризиса.

Обзор за 2007 г.

В 2007 г. Аптечная сеть 36,6 продолжала стремительно расширяться по всей России, занимая наиболее выгодно расположенные места и развивая наш бренд в регионах. В прошлом году сеть аптек выросла на 46% по количеству торговых точек и на 65% с точки зрения роста продаж. На конец года наша сеть насчитывала более 1 200 аптек в 29 регионах и 90 городах России. В 2007 г. 95 млн. клиентов выбрали для совершения покупок аптеки 36,6; согласно последним независимым исследованиям («Фармэксперт»), по состоянию на 1 квартал 2008 г. доля 36,6 составляет 6,6%.

Наряду со стремительным ростом и увеличением доли рынка в развитии сети отмечен ряд существенных недостатков, которые необходимо устранить, а именно:

- 1) Неудовлетворительное функционирование на операционном уровне, включая ключевые проекты Компании по централизованной логистике / закупкам и связанное с ними внедрение ERP системы
- 2) Снижение валовой маржи
- 3) Рост коммерческих, общих и административных расходов
- 4) Более низкие темпы выхода на прибыльность торговых точек, открытых органическим путем, и
- 5) Растущие расходы по финансированию и процентные расходы.

Начиная с 2006 г. и на протяжении всего 2007 г. произошел ряд событий, повлекших за собой многочисленные трудности для Компании. Не вдаваясь в подробности, назову лишь дезорганизацию работы на складах Компании в конце 2006 г., неудовлетворительную реализацию ключевых логистических процессов, управления складами и финансовыми системами в 2007 г. в

сочетании с проблемами интеграции некоторых вновь приобретенных сетей, все более конкурентным окружением и ухудшающимися условиями кредитного рынка – все это создало своего рода «порочный круг» для деятельности и финансового положения Компании.

В Компании был отмечен необычайно высокий уровень дефицита товара (до 50% от всего ассортимента), ошибки в ценообразовании и чрезмерно высокий уровень складских запасов товаров с низкой оборачиваемостью на ключевом московском рынке. Это привело к снижению объема продаж и рентабельности московского подразделения – основного подразделения с точки зрения поступления свободных средств и финансирования деятельности по расширению Компании.

Результаты говорят сами за себя. В 2007 г. показатель роста в сопоставимых аптеках (L-F-L – Like-for-like) 20,2% снизился из-за результата московского подразделения на уровне 5,8%; в рублевом выражении это означает, что московские показатели фактически были отрицательными. Наша валовая маржа снизилась (хотя отчасти это объясняется также растущей консолидацией региональных операций с более низкой прибыльностью и оптовой деятельностью в Екатеринбурге) до 25,4% в связи с тем, что Москва потеряла 1,6 пункта, т.е. 32,9% за целый год и 31.2% в 4 квартале 2007 г.

К сожалению, некоторые из этих тенденций продолжали действовать в первом квартале 2008 г. Хорошая новость - эти проблемы можно решить, и они уже успешно решаются. В марте мы определили приоритетные направления по изменению ситуации к лучшему:

1. Исправление ситуации и улучшение операционной деятельности в Москве
2. Фокус на проблемных регионах
3. Снижение общих и административных расходов
4. Обеспечение положительных изменений в реализации централизованных закупок и логистики
5. Решение проблемы с задолженностью / финансированием

Позвольте мне вернуться к обсуждению конкретных мер после того, как мы закончим обзор показателей за 2007 г.

2007 был очень успешным годом для «Верофарма», который показал хорошие финансовые результаты - растущий спрос на онкологические препараты, успешное участие в программе ДЛЮ и запуск в производство оригинальных лекарственных средств, отпускаемых по рецепту, таких как «Экзорум» и «Церебро».

Европейский медицинский центр, хотя и был продан в мае этого года, в 2007 г. оправдал наши ожидания: 57 000 больных, принятых в стационар, и более 25 000 клиентов. Центр перевыполнил плановые показатели по доходу и прибыли, получив 25,9 млн. долларов США и 2,7 млн. долларов США, соответственно.

И наконец, наш проект Early Learning Center: первый магазин был открыт в конце 2006 г., в течение 2007 г. открылись еще 6 магазинов, продажи выросли до 3 млн. долларов США.

А сейчас я хотел бы предоставить слово новому финансовому директору Компании Дмитрию Анисимову, который более подробно расскажет о финансовых результатах за 2007 г. Дмитрий.....

Стратегия

Спасибо, Дмитрий. Как уже говорилось выше, наша краткосрочная стратегия состоит в том, чтобы сосредоточить внимание на повышении операционной эффективности, управлении долговой нагрузкой и реструктуризации для обеспечения устойчивого и прибыльного роста в будущем. Наша цель - сделать 2008 год поворотным пунктом для компании с точки зрения EBITDA и восстановить необходимое доверие к работе нашего розничного бизнеса.

Позвольте мне вкратце остановиться на каждом из наших краткосрочных приоритетов:

По вопросу исправления ситуации и улучшения операционной деятельности в Москве

Хотя некоторые негативные тенденции 2007 г. сохранились и в начале 2008 г., мы начинаем видеть признаки оздоровления ситуации в Москве с точки зрения покупательских потоков, среднего чека и валовой прибыли.

Мы закончили реорганизацию Центрального московского бизнес-подразделения, и 14 июля Алексей Скрипников, ранее генеральный директор сети аптек «Старый лекарь», примет на себя обязанности директора бизнес-подразделения и продолжит уже начатую работу по решению проблем.

После разрешения системных проблем мы сосредоточимся на совершенствовании логистических операций, повышении производительности, комплектации штата наших торговых точек, оптимизации их ассортимента, включая развитие нашей собственной торговой марки, а также разрешим проблемы, связанные с коммерческими, общими и административными расходами и товарно-материальными запасами.

Что касается проблемных регионов

В марте 2007 г. мы установили, что немедленные улучшения необходимы в Екатеринбурге, Перми и Санкт-Петербурге. Мы сменили региональных руководителей в Екатеринбурге и Перми и в настоящее время успешно осуществляем планы по выводу из кризиса к концу года этих регионов, обладающих высоким потенциалом, но на сегодняшний день убыточных. В мае мы закрыли убыточный оптовый бизнес в Екатеринбурге, а в Санкт-Петербурге мы решили закрыть четыре убыточных торговых точки.

Обеспечение положительных изменений в процессе централизованных закупок и логистики

Теперь, когда ключевые системы отлажены, в центре нашего внимания оказывается оперативное управление, совершенствование производственных процессов, развитие собственной торговой марки и предложение эксклюзивного ассортимента, а также стратегия работы напрямую с производителями, которую мы будем использовать для увеличения валовой прибыли и завоевания покупательской лояльности.

По состоянию на конец 2007 г. логистическая система Компании включала в себя один национальный распределительный центр и 12 региональных дистрибьюторских центров. Через эту инфраструктуру проходило всего (4%) нашего общего товарооборота, в том числе товары под нашей собственной торговой маркой, составившие 1,8% от объема продаж в 4 квартале.

Мы уже начинаем видеть дальнейшие улучшения в продажах товаров под нашей собственной торговой маркой, наш портфель расширился и теперь включает в себя более 500 наименований.

По вопросу снижения общих и административных расходов

В 2007 г. отношение коммерческих, общих и административных расходов к продажам выросло до 34,5% и стало основной заботой руководства. В начале 2008 г. мы сократили количество персонала головного офиса Управляющей компании почти на 25%, и это только начало.

В дальнейшем Компания будет стремиться заключать договоры аренды на более длительный срок, осуществлять аутсорсинг и консолидацию определенных операций на базе менее затратных регионов и продолжать интеграцию приобретенных компаний для обеспечения дополнительной синергии за счет количества сотрудников и эффекта масштаба.

Разрешение проблемы с задолженностью и финансированием

Мы уже начали осуществлять ранее объявленную программу финансирования и 12 мая объявили о полной продаже медицинского направления, включавшего в себя Европейский Медицинский Центр; сумма сделки составила 110 млн. долларов США. 3 июля мы полностью выполнили свои обязательства по опциону на облигации пут (Серия 1). Мы достигли значительных успехов в продаже 49% нашего закрытого фонда недвижимости.

Полученные средства будут направлены на погашение и рефинансирование задолженности и инвестиции в наши текущие операции.

В заключение подчеркну, что операционные проблемы в розничном сегменте и финансовые трудности Группы должны быть разрешены и уже разрешаются. Я уверен, что мы поможем Компании преодолеть этот сложный период, и она вновь станет лидером российского розничного рынка товаров для здоровья и красоты.

Спасибо.