VIRTEX FOOD®

тот самый вкус



BB+
Эксперт РА

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМИТЕНТА

ООО «ВТ Логистик»

6 мес. 2026 г.

Группа VIRTEX-FOOD — лидер в производстве соусов, приправ, маринадов и ингредиентов для азиатских и европейских блюд

ООО «ВТ Логистик» — основная операционная компания группы



ТОП 10

входит в топ-10 крупнейших компаний России на рынке приправ и пряностей

>25 лет

на рынке

8 место

по выручке

400

партнёров

B2B-покупателей и посредников

350

поставщиков

натурального сырья и материалов из Италии, Турции, Индии, Вьетнама, Кореи, Таиланда, Узбекистана, России

География продаж

6 мес. 2026 г.

вся Россия, страны СНГ, Израиль, Монголия

Россия	90%
Центральный ФО	34%
Сибирский ФО	18%
Северо-Западный ФО	9%
Приволжский ФО	9%
Прочие ФО	20%

Экспорт	10%
Казахстан	7%
Киргизия	1%
Беларусь	1%
Прочие страны	1%





Бренды «Чим-Чим», «Костровок» и «Гурмикс» широко представлены в торговых сетях «Лента», «Пятерочка», «Перекресток», «Магнит».

Бренд «ГУРМИКС B2B» востребован у предприятий HoReCa, и у производителей пищевой продукции: мясных изделий, салатов, закусок, фруктово-ореховых снеков, батончиков и напитков.

450 **уникальных товарных позиций**

Собственный отдел R&D из 75 технологов

Собственные технологические разработки, аналогов которым нет на рынке:

- легендарный «Жидкий дым»
- маринады и рассолы для копчения в домашней духовке
- маринады для шашлыка, гриля и барбекю
- заправки для корейских закусок и других азиатских блюд
- концентраты и сиропы для приготовления напитков — как в промышленных, так и в домашних условиях





4 **завода**

в России и в Белоруссии

11,5 **тыс. м²**

2 современных склада в Москве и Бердске

Высокотехнологичные площадки компании работают по мировым стандартам

FSSC 22000

Ключевые этапы развития группы VIRTEX-FOOD

ООО «ВТ Логистик» — основная операционная компания группы. История эмитента неразрывно связана с развитием экосистемы VIRTEX-FOOD.

2000–2003

Основание и выход на рынок

Создание компании «Виртекс» на базе Новосибирского научного центра. Разработка натурального «Жидкого дыма», развитие линейки коптильных приправ и выход на лидерские позиции в сегменте B2C.

2005–2010

Расширение продуктового портфеля

Запуск маринадов для шашлыка и гриля, развитие промышленных ингредиентов и соусов. Формирование бренда VIRTEX-FOOD, внедрение системы менеджмента безопасности пищевой продукции ISO 22000.

2012–2016

Формирование операционной структуры

Регистрация **ООО «ВТ Логистик»** как основной операционной компании группы. Расширение географии продаж, открытие филиала в Москве, развитие международного производственного сотрудничества.

2017–2019

Масштабирование производства

Запуск второго и третьего заводов, расширение производственных линий и продуктового портфеля. Удвоение оборота компании в рамках первой крупной стратегии развития.

2020–2021

Модернизация и повышение эффективности

Реализация стратегии автоматизации и цифровизации бизнес-процессов, внедрение бережливого производства, развитие онлайн-каналов продаж.

2022–2023

Развитие инфраструктуры и системы управления

Запуск современного склада готовой продукции с автоматизированной системой управления. Приобретение белорусского завода «Вителла». Разработка собственной системы управления «Цитономика».

2025

Усиление продуктового портфеля и стандартов качества

Внедрение системы маркировки «Честный знак» на всех заводах, прохождение аудита социальной ответственности и вступление в Союз производителей пищевых ингредиентов.

2026

Рост бизнеса и дебют на облигационном рынке

Выручка от продаж за I полугодие составила 3,9 млрд руб. (+6,9% к аналогичному периоду прошлого года). В октябре 2026 года «Эксперт РА» присвоил эмитенту первый кредитный рейтинг ruBB+ со стабильным прогнозом. Запланирован дебютный выпуск облигаций — 100 млн руб.

Отраслевые вызовы и тенденции

VIRTEX-FOOD работает на рынке производства пищевых продуктов в сегменте пряностей, приправ и соусов. Продукция группы закрывает сразу несколько ниш.

Азиатская кухня



Домашняя еда ресторанного уровня



Маринады и соусы для мяса



B2B-поставки ингредиентов



Вызовы и драйверы рынка



1 **Рост интереса к азиатской и паназиатской кухне**

Азиатская еда, в т.ч. соусы и приправы, набирает всё бóльшую популярность среди населения. Устойчивый рост спроса требует разнообразного предложения.

Решение

Компания заблаговременно заняла эту нишу и ушла далеко вперед по сравнению с конкурентами. Ещё в 2007 году был запущен бренд «Чим-Чим» — заправки для корейских салатов, соусы для фунчозы, воков и паназиатских блюд. Сегодня ассортимент включает основы для супов (например, Том Ям), наборы для приготовления азиатских блюд, вермишель фунчоза и другие ингредиенты.

Ассортимент направления регулярно прирастает: до 60 новых рецептур в год.

2 Конкуренция

Рынок пищевых ингредиентов и соусов в России насыщен. Конкурировать приходится не только с отечественными компаниями, но и с импортной продукцией, завозимой напрямую из Азии.



Решение

Эксклюзивные рецептуры

Компания выстроила конкурентные барьеры через эксклюзивные рецептуры под конкретных клиентов и глубокую интеграцию в производственные процессы партнёров. Модель B2B-направления: менеджеры-технологи проводят отработку на базе клиента, подбирают и разрабатывают рецептуры, адаптируют их на месте под нужды заказчика и проводят дегустации.

R&D-отдел

Для защиты от ценовой конкуренции компания использует собственный R&D-отдел как ключевое преимущество: скорость разработки новых продуктов и адаптации рецептур под конкретные задачи клиента создаёт барьер для перехода к другим поставщикам.

ТОП-1000 поставщиков B2B-Center

VIRTEX-FOOD также вошла в ТОП-1000 успешных поставщиков площадки B2B-Center и получила отличительный знак «Успешный поставщик».
Это подтверждает надёжность компании как партнёра для крупных закупок.

3 Повышение требований к качеству и натуральности продукции

56% россиян изучают состав перед покупкой, 46% выбирают продукты с пометкой «натуральный состав», 62% готовы отказаться от покупки с непонятными ингредиентами. Необходимость пересмотра рецептур и прозрачности состава.



Решение

Международная сертификация

Все заводы «VIRTEX-FOOD» сертифицированы по схеме FSSC 22000, что подтверждает соответствие систем менеджмента безопасности пищевой продукции мировым требованиям.

Собственные исследования и разработки

Компания развивает R&D-отдел из 70+ технологов, которые разрабатывают продукты с нуля, работая с поставщиками натурального сырья из более чем 15 стран. Такая экспертиза позволяет управлять составом продукции на всех этапах — от подбора ингредиентов до финальной рецептуры.

4 Рациональный подход к потреблению

Потребитель становится более осторожным, сокращает спонтанные покупки и фокусируется на базовых потребностях.

Решение

Компания закрывает запрос на рациональное потребление с двух сторон: **для конечного потребителя** — через доступные продукты для домашней ресторанной еды, **для бизнеса** — через готовые основы и соусы, снижающие издержки на разработку и запуск блюд.

B2C

Линейки продуктов, позволяющие потребителям готовить ресторанные и азиатские блюда дома, не отказываясь от качества и разнообразия, но экономя на походах в заведения. Под брендом «Чим-Чим» компания выпускает заправки, соусы и наборы для приготовления паназиатских блюд с возможностью воспроизвести «ресторанный» вкус на домашней кухне при минимальных затратах времени и денег.



B2B

Для ресторанов и производителей продуктов компания разрабатывает готовые соусы, маринады и основы для блюд. Под B2B-брендом «Гурмикс» VIRTEX-FOOD предлагает технологичные решения: основу для супов Фо Бо, Рамен, Том Ям и др. Продукты уже содержат выверенную рецептуру, не требуют дополнительных исследований и закупки множества ингредиентов. Клиент получает готовое решение, которое можно сразу использовать в производстве или на кухне, экономя на R&D, персонале и времени вывода блюда в меню.

5 Фондирование

Развитие бизнеса требует значительных вложений, однако высокая ключевая ставка делает заёмное финансирование дорогим и съедает прибыль компании. В результате развитие бизнеса затруднено.

Решение

Группа редко прибегает к заёмному финансированию — только в периоды значительных сезонных заказов на производство для закупки больших объёмов сырья и материалов. Кредиты на небольшие суммы и с погашением в течение года.

На текущий момент компания финансируется исключительно за счёт собственных средств, предоставленные банками кредитные линии не выбраны.

Облигационный выпуск будет направлен группой на реализацию стратегии обновления и расширения мощностей своих производственных предприятий.

Рынок

Производство приправ и пряностей играет важную роль в пищевой промышленности: специи формируют вкус, аромат и потребительские свойства готовой продукции. Отрасль обеспечивает потребности как розничного сегмента (B2C), так и сегментов HoReCa и пищевой переработки (B2B).

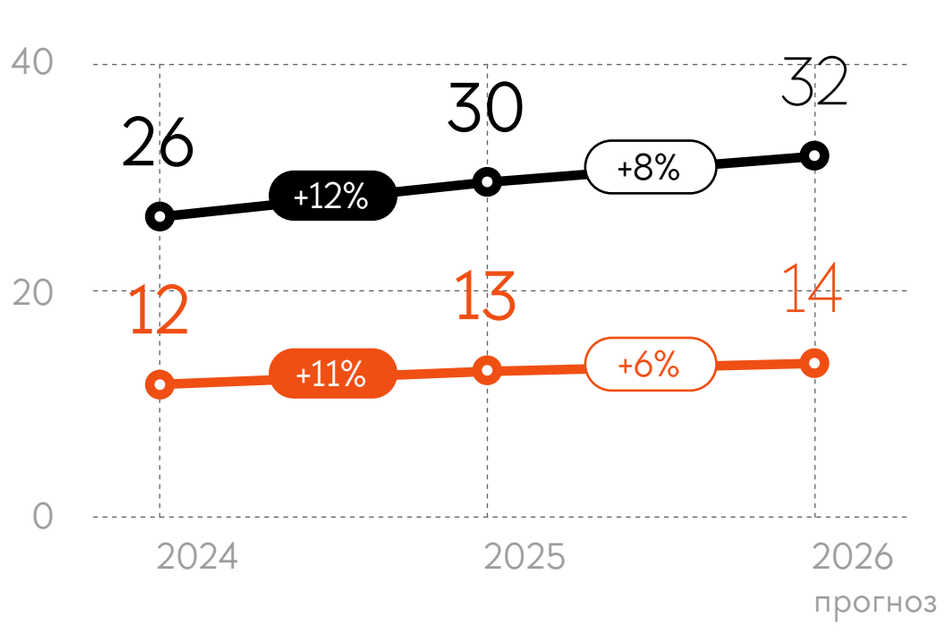
Объём и динамика рынка

Пищевая промышленность в структуре обрабатывающих производств в России устойчиво занимает 2-е место последние 2 года[1]. Отрасль стратегическая – обеспечивает продовольственную безопасность.

В 2024–2026 гг. пищевой рынок демонстрирует рост в стоимостном выражении по всем ключевым индикаторам. В 2026 г. данная тенденция продолжается.

Обороты рынка пищевой отрасли[2]

трлн ₽



- Розничная торговля пищевыми продуктами, напитками и табачными изделиями
- Производство пищевых продуктов

Производство приправ и пряностей формирует в среднем около 5% от совокупного объёма выпуска пищевых продуктов в России. При этом именно специи, пряности и соусы выступают тем звеном, без которого невозможно создание новых продуктовых решений.

Азиатская кухня

перспективное направление развития пищевой промышленности

Спрос растёт как на готовые блюда, так и на ингредиенты для их приготовления. Эмитент давно занял нишу азиатской кухни и развивается вместе с рынком. Прирост выручки эмитента опережает динамику рынка: +14,3% в 2025 г., ожидается +10–12% в 2026 г.

Рыночные позиции

ТОП 10

крупнейших компаний России на рынке приправ и пряностей

VIRTEX-FOOD уверенно занимает лидирующую позицию в нише производства соусов и маринадов для азиатских блюд (горячих и салатов), а также для копчения, гриля и барбекю, приготовления согревающих и прохладительных напитков.

Группа далеко ушла от прямых конкурентов именно по данным направлениям. И несмотря на «нишевость», **доля рынка «ВТ Логистик» близка к производителям самой массовой номенклатуры** — кетчупов, майонезов и сухих приправ и специй.

1 по доле в объёме отгруженных товаров собственного производства.

2 Росстат, прогноз «Юнисервис капитал»

Бизнес-модель

Структура группы

Компании группы обеспечивают полный цикл от разработки рецептур и технологических ноу-хау,
закупа сырья и собственно производства всего ассортимента продукции на собственных предприятиях до поставки потребителю, в том числе за рубеж.

ООО «ВТ Логистик» занимается снабжением сырьём и материалами производственных предприятий группы, транспортной логистикой, а также является держателем контрактов с покупателями, в т.ч. федеральными сетями.

Сырьё · Продукт · Лицензионный договор

ВТ Логистик
Операционный центр группы компаний

Вителла — Беларусь
Производство сиропов

Виртекс
Производство продукции

МТМ Групп
Стратегическое развитие
Разработка технологий и рецептур

Продажи товаров

ТЫС. ТОНН

2024	2025	2026
22,3	25,6 +15%	28,6 +12%
		законтрактованный план

Высокая операционная эффективность при низкой долговой нагрузке

30.06.2026

15,29 ICR

0,3 долговая нагрузка

Управление компанией

В Группе компаний действует уникальная система управления «Цитономика»

1

Собственная разработка группы компаний

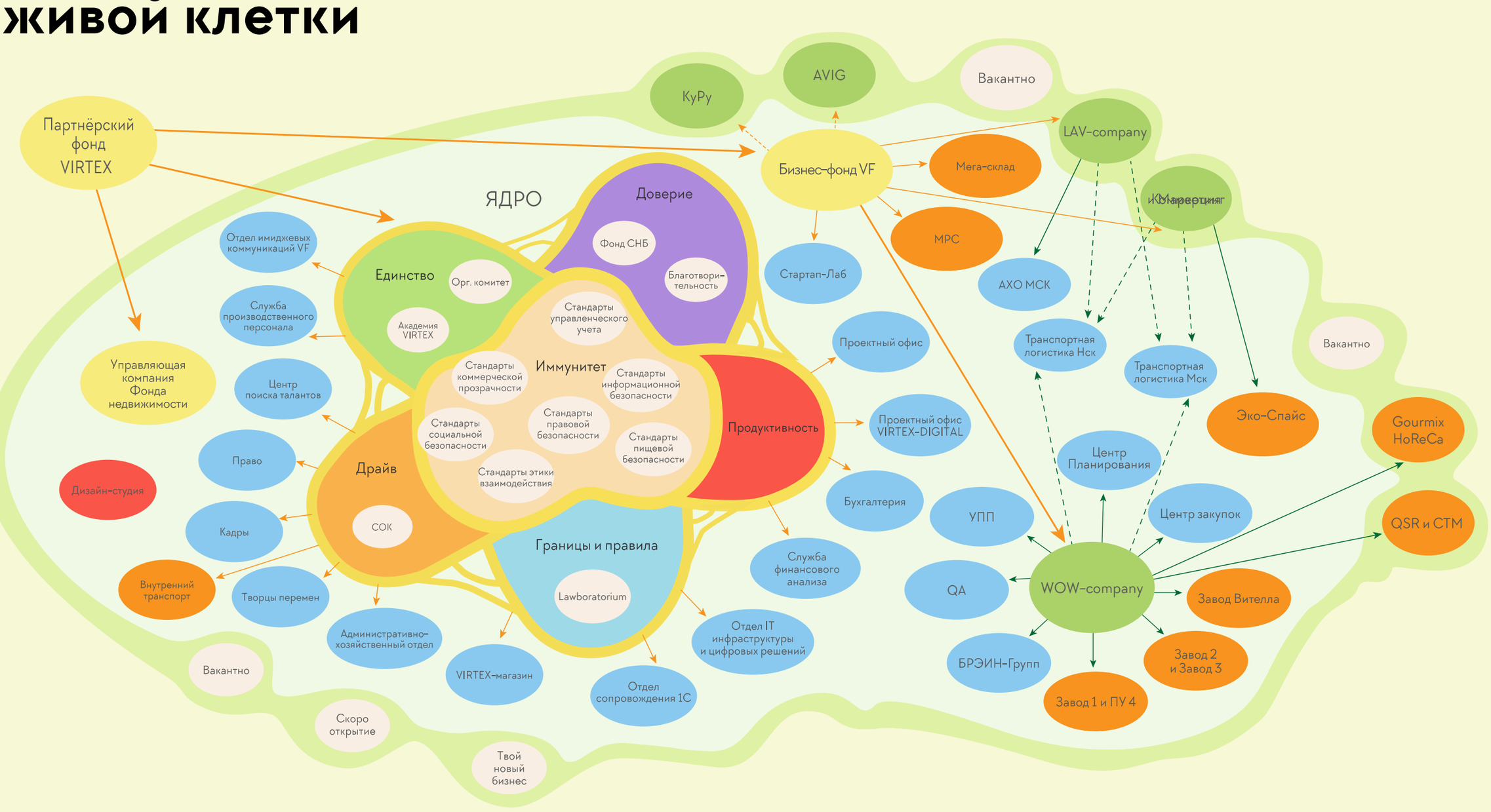
2

Учёт абсолютно всех бизнес-юнитов и процессов взаимодействия

3

Синергия современных подходов к управлению

Организационная структура живой клетки



Эффективность

Уникальное сочетание автономии бизнес-юнитов и единства в достижении целей.

Централизованное управление рисками осуществляет Совет директоров.

Цитономика включает принципы лучших систем управления

Бережливое производство

Управления и развитие «живых организаций»

Собственные наработки и ноу-хау

Команда

Топ-менеджмент

Опытная команда с глубокой отраслевой экспертизой, многолетней практикой совместной работы и доказанной способностью обеспечивать устойчивое развитие бизнеса.



Богданов Юрий Владимирович

Директор инновационно-производственного бизнеса



Сергеева Любовь Владимировна

Директор бизнес-направления производственной продукции



Ким Юрий Тимофеевич

Директор бизнес-направления потребительской продукции

20+ лет опыта	каждый из трёх директоров имеет более 20 лет опыта развития бизнеса в своей нише и подтверждённые результаты роста
Прозрачность управления	персональная ответственность за бизнес-сегменты, контроль P&L и коллегиальная проработка стратегических решений
Единая управленческая культура	слаженная работа, дисциплина исполнения и фокус на долгосрочной рентабельности









Ключевые показатели ООО «ВТ Логистик»

6 мес. 2025 г. | 6 мес. 2026 г.

Компания демонстрирует устойчивую положительную динамику выручки, что обусловлено ростом спроса на её продукцию как со стороны розничных покупателей, так и со стороны B2B-клиентов — предприятий, приобретающих продукцию для дальнейшей переработки и использования в собственном производстве.

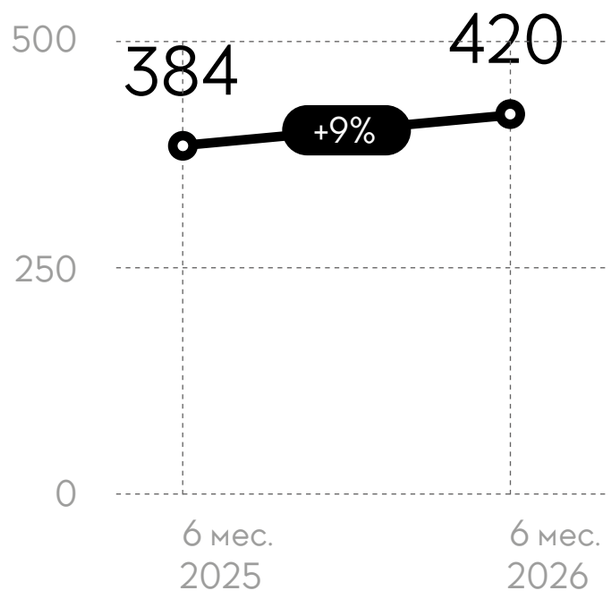


Выручка

3,9 +7% **млрд ₽**

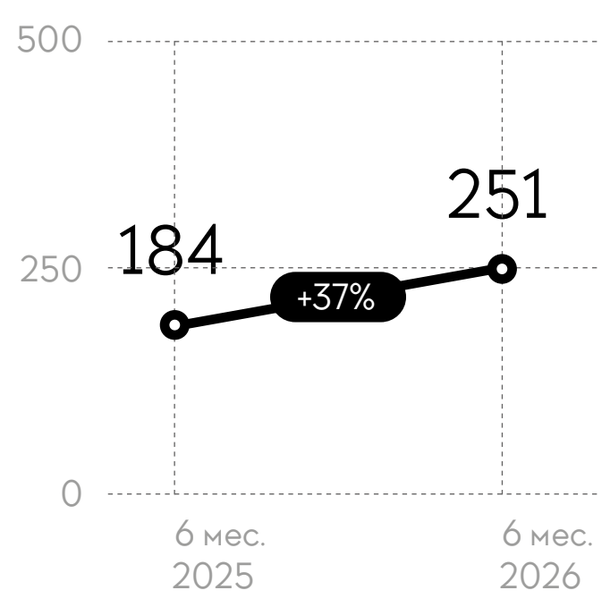
Операционная прибыль

млн ₽



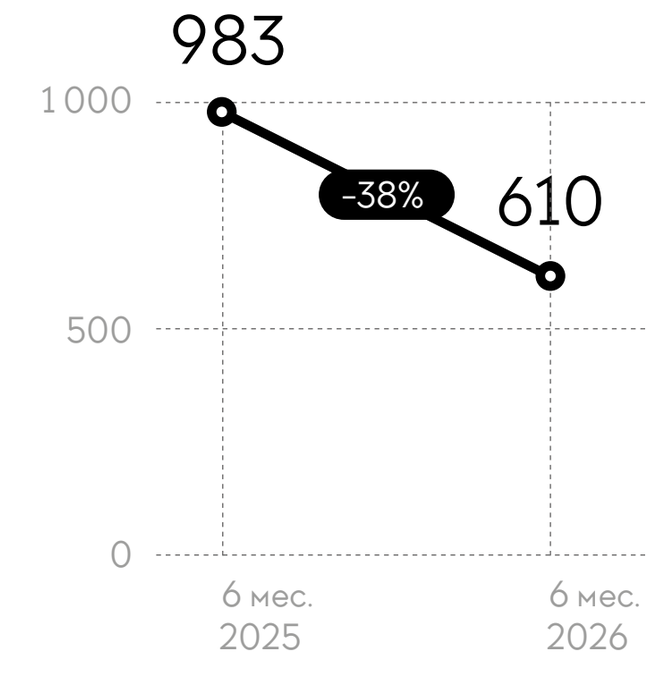
Чистая прибыль

млн ₽



EBITDA Adj LTM[1]

млн ₽



Основные драйверы роста операционной и чистой прибылей

- сокращение управленческих расходов
- снижение процентных платежей — погашена часть кредитного портфеля

Кредитный портфель

30.06.2026

310 млн ₽
финансовый долг

5%
годовых

Долг представлен займами от связанной компании

Квазикапитал

Займы регулярно пролонгируются и не оказывают существенного влияния на ликвидность

Выход на облигационный рынок диверсифицирует источники фондирования

[1] Снижение EBITDA Adj LTM в I полугодии 2026 г. обусловлено исключительно эффектом высокой базы предыдущего периода: в расчёт LTM входит II полугодие 2025 г., которое было затратным из-за исчерпания дешёвых складских запасов.

При этом текущий рост операционной прибыли на 9,4% уже начал формировать положительную траекторию, и по мере выхода «тяжёлых» кварталов из 12-месячного окна ожидается уверенное восстановление EBITDA в абсолютном и относительном выражении.

Долговая нагрузка

6 мес. 2026 г.

Долговая нагрузка сохраняется на комфортном уровне и соответствует текущему масштабу бизнеса. Зависимость от внешнего заёмного капитала остается минимальной, и компания обладает существенным запасом прочности для обслуживания долговых обязательств.

Чистый долг/ EBITDA Adj LTM

0,3

Долг/ собственный капитал

0,12

ICR

15,29

Портфель контрактов с ключевыми клиентами

Клиентская база эмитента характеризуется низкой зависимостью от ключевых контрагентов: совокупная доля пяти крупнейших покупателей в общем объёме продаж за 2025 год составила 26,4%.

Продукция группы присутствует во всех крупных торговых сетях, а также в небольших магазинах.

X5 · лента · Ашан · семья магазинов МАГНИТ · самокат · ВКУСВИЛЛ · SPAR · METRO CASH & CARRY · монетка



Предварительные финансовые результаты

9 мес. 2025 г. | 9 мес. 2026 г.

Предварительные результаты работы ООО «ВТ Логистик» за 9 месяцев 2026 г. отражают улучшение финансовых показателей. Выручка выросла на 7% к АППГ, что соответствует траектории достижения целевого роста продаж на 10–12% по итогам 2026 г. Чистая прибыль увеличилась до 358 млн руб. (+85% к АППГ) за счёт опережающего роста доходов над расходами, а также сокращения операционных расходов и снижения процентных платежей.

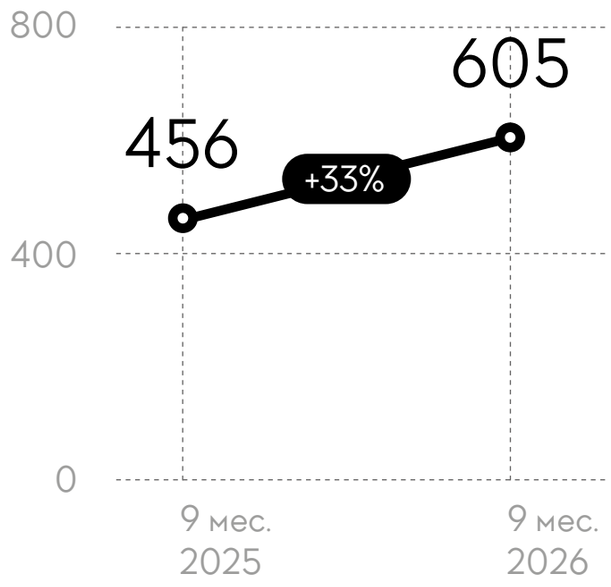


Выручка

5,7 +7% **млрд ₽**

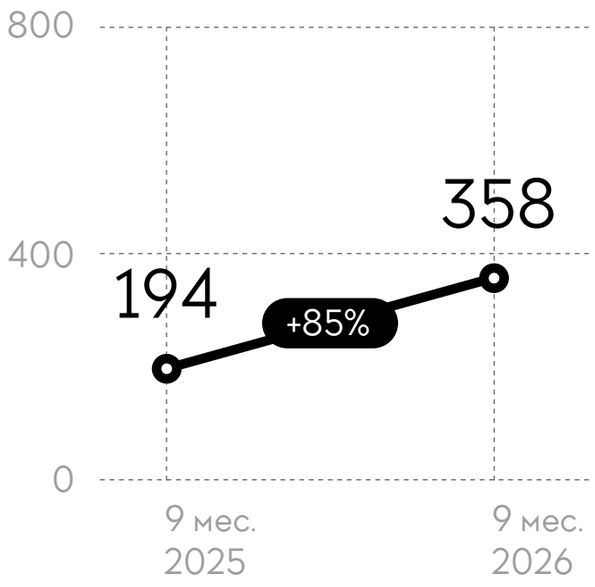
Операционная прибыль

млн ₽



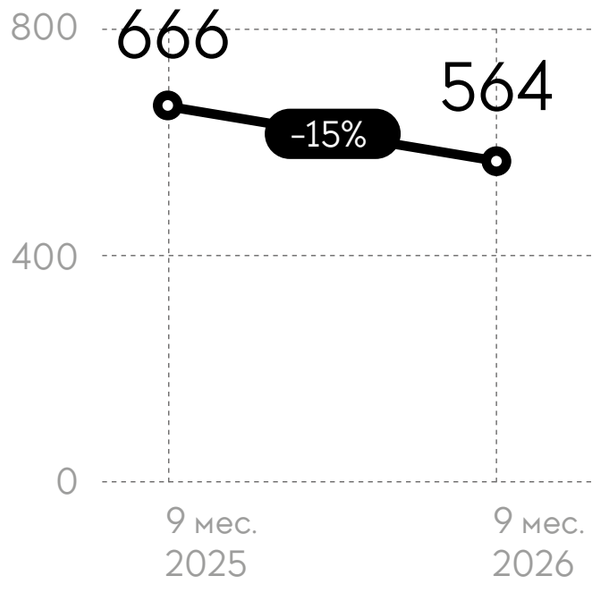
Чистая прибыль

млн ₽



EBITDA LTM

млн ₽



Долговая нагрузка

9 мес. 2026 г.

По итогам 9 месяцев 2026 г. **внешние банковские кредиты у эмитента отсутствуют** — компания сохраняет финансовую независимость от банковского кредитования.

По состоянию на конец 3 квартала 2026 г. компания сохраняет низкую долговую нагрузку и высокий запас по обслуживанию процентных платежей.

Финансовый долг

млн ₽

314

Чистый долг/ EBITDA LTM

0,25

ICR

15,33

Структура баланса

30.06.2026

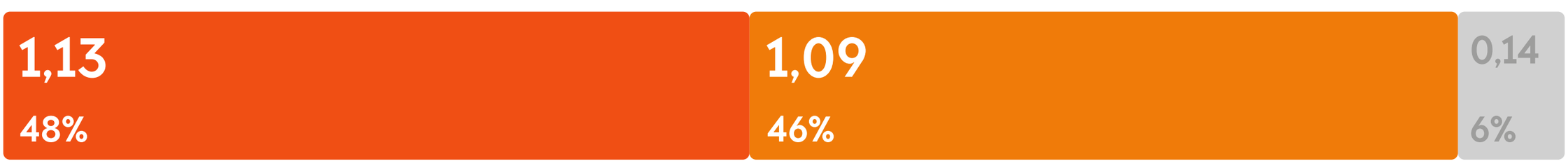
Активная часть баланса практически полностью сформирована за счёт двух статей оборотных активов: запасов и дебиторской задолженности.

Дебиторская задолженность отражает объём неоплаченных отгрузок. В среднем, отсрочки платежей с клиентами составляют до 40 дней для федеральных сетей и до 25 дней для B2B сектора.

48% запасов приходится на сырьё и материалы (от ингредиентов до упаковки для транспортировки), а 46% — на готовую продукцию, которая реализуется покупателям. Группа поддерживает неснижаемый страховой запас сырья и материалов, который позволяет гасить внешние шоки, при этом запасы регулярно обновляются, а средняя оборачиваемость составляет около 100 дней.

Структура запасов

млрд ₽



Активы

млрд ₽

2,4 (63%)	Запасы
1,2 (31%)	Дебиторская задолженность
0,3 (7%)	Прочие активы



Пассивы

млрд ₽

2,5 (66%)	Собственный капитал
1,0 (25%)	Кредиторская задолженность
0,3 (8%)	Финансовый долг
0,1 (1%)	Прочие пассивы

Пассивная часть баланса на конец 1 полугодия 2026 г. представлена двумя основными источниками — собственным капиталом и кредиторской задолженностью.

Кредиторская задолженность эмитента в основном сформирована обязательствами перед поставщиками в рамках текущей производственно-хозяйственной деятельности. Платы поставщикам производятся, в среднем в течение 40 календарных дней.

Стратегия развития

5 лет

Производство

Увеличение производственных мощностей по выпуску соусов на 50% от показателей 2025 г.

Финансы

Совокупный оборот экосистемы по итогам 2030 г. должен составить ~20 млрд руб.

Требуемые инвестиции планируется обеспечивать за счёт растущих финансовых ресурсов группы, а также при помощи целевого внешнего финансирования, в том числе, выпусков биржевых облигаций.



Рыночные перспективы

VIRTEX-FOOD стремится к закреплению лидерства в существующих категориях соусов, маринадов, основ для бульонов и основ для напитков.

1

Развивает новые направления

- готовая еда
- ЗОЖ, полезные снеки и super-food
- сухие приправы
- ингредиенты для быстрого и легкого приготовления блюд
- напитки нового поколения
- порционные продукты, single serve, товары для магазинов формата convenience store

2

На российском рынке группа стремится стать ключевым игроком, способным предложить уникальное сочетание ассортимента и сервиса торговым сетям, HoReCa и QSR.

3

Усиливается вектор экспортных продаж в СНГ и на Ближний Восток.

4

В качестве основного источника финансирования стратегии рассматривается собственный капитал компании.

По дебютному выпуску предусмотрен оферент

АО «Виртекс» – крупный российский производитель продуктов питания, входящий в одну группу с эмитентом — VIRTEX-FOOD. Именно на АО «Виртекс» приходится производственный комплекс VIRTEX-FOOD, расположенный в Новосибирской области (3 завода).

ООО «ВТ Логистик» обеспечивает поставку сырья и материалов контрагенту — основной производственной компании группы АО «Виртекс». Используя переданное сырьё, АО «Виртекс» производит готовую продукцию и передает её ООО «ВТ Логистик» для реализации конечным покупателям.

Компания обеспечивает значительный объём реализации продукции, сохраняя прибыльность операционной деятельности.

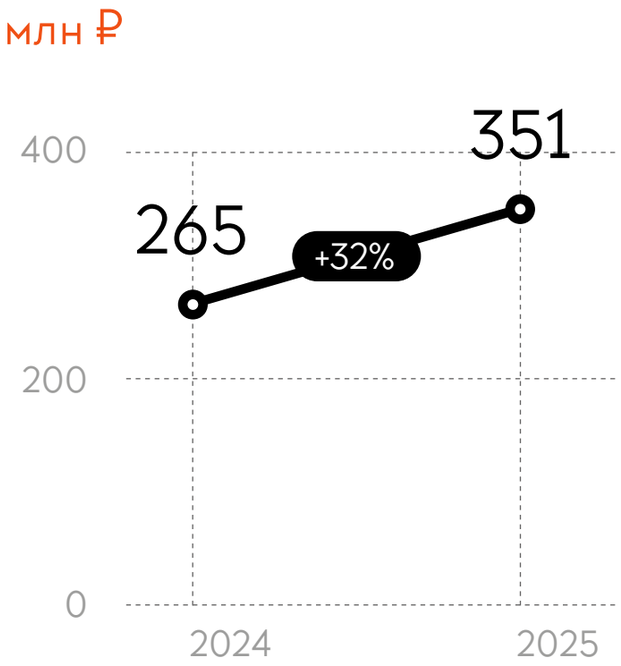
Финансовые результаты АО «Виртекс»

2024 г. | 2025 г.

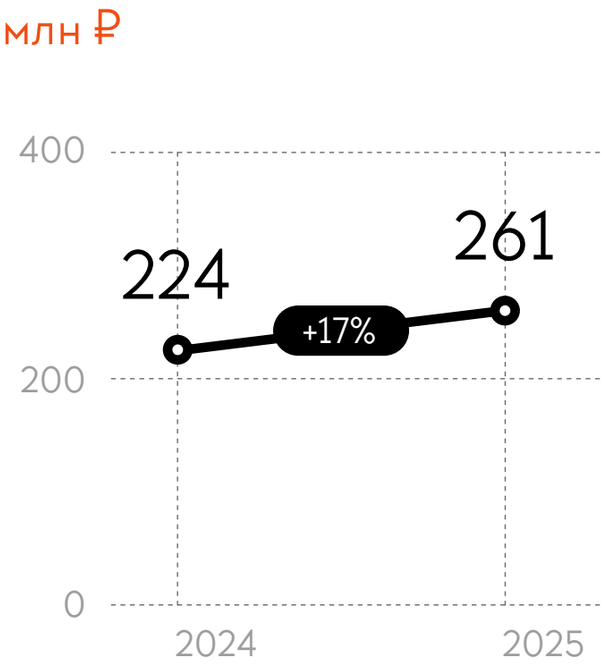
Выручка

1,5 млрд ₽ +22%

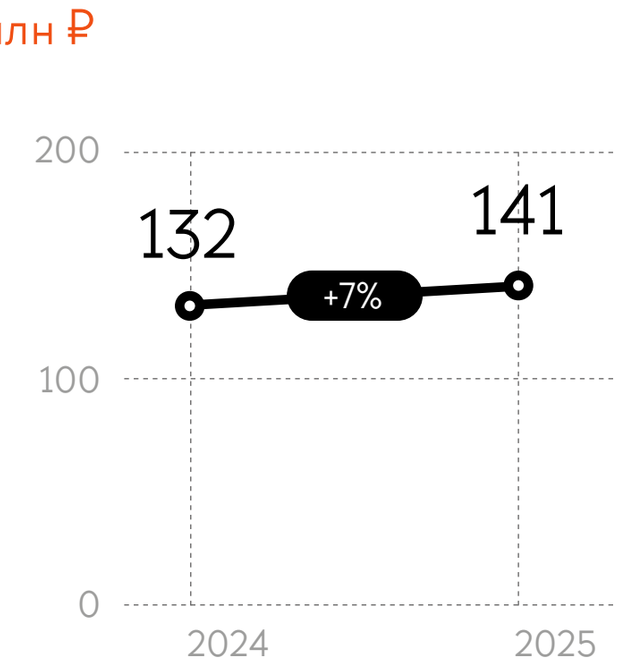
Валовая прибыль



Операционная прибыль



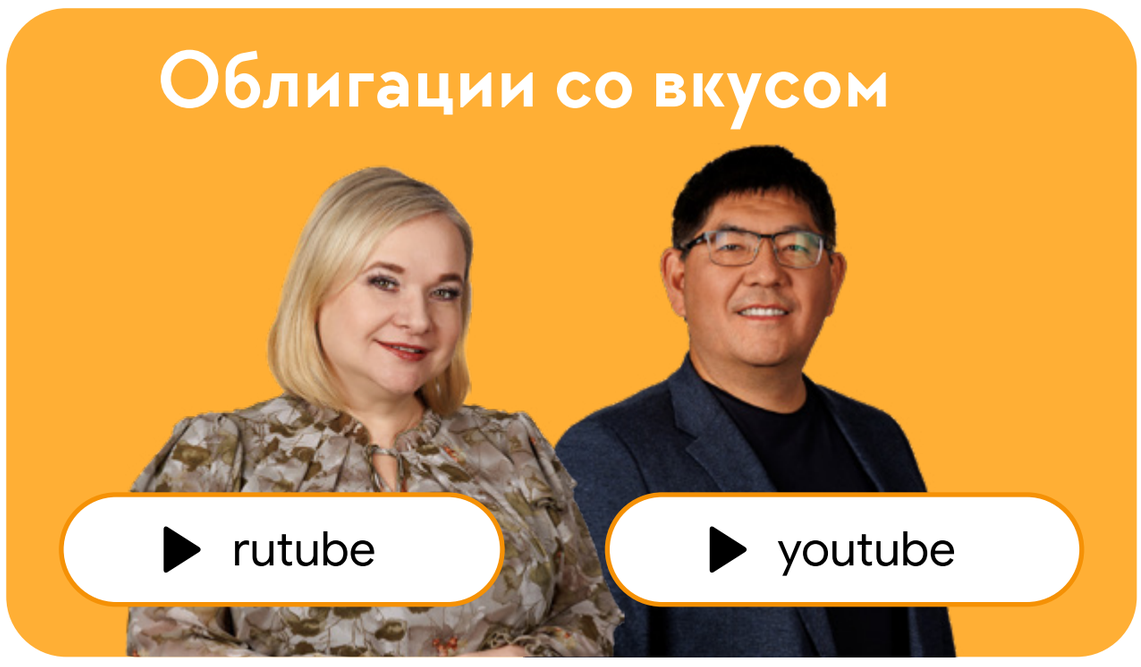
Чистая прибыль







VIRTEX FOOD®



Запись прямого эфира с разбором дебютного выпуска

ООО «ВТ Логистик»

633004, Россия, Новосибирская область, город Бердск, ул. Химзаводская, д. 11/7, офис 521

+7 (383) 212-59-44

vt-logistik.ru

Юнисервис Капитал

АО «Инвестиционная компания Юнисервис Капитал»

Россия, 630099, г. Новосибирск, ул. Романова, 28, 5 этаж

primary@uscapital.ru

+7 (383) 349-57-76

uscinvest.ru

uniservicecapital