

NAPPY CLUB

Владелец
бренда товаров
для беременных, мам
и новорожденных



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНВЕСТИТОРАМ

6 месяцев 2024

02

Ключевое о компании

ООО «Нэппи Клуб» реализует товары под собственным брендом NappyClub для беременных, мам и новорожденных: детская и женская гигиена, косметика и бытовая химия, детская одежда, посуда и игрушки.

Также компания предлагает информационные и образовательные онлайн-продукты, трекер беременности, персонализированные предложения по подписке.

65 – 70

млрд руб./год
Объем рынка средств
детской гигиены

Более 1%

доля ООО «Нэппи Клуб»
на рынке

Ежегодный
планируемый рост
финансовых показателей:
50%

более
350
товарных
позиций

Конкурентное преимущество:
**цены ниже, чем у других игроков
на 5-10%**

Прирост выручки за три года:
в 2,5 раза

Ожидаемый уровень выручки
по итогам 2024 года:
практически 1,0 млрд руб.

50%

постоянных покупателей

Успешно развивается на рынке
с 2017 года.

Без содержания цехов и закупа оборудования
реализует качественные товары.

Удовлетворяет широкий круг потребностей клиентов
по принципу «одного окна»*.

Использует только онлайн каналы продаж и обладает
высокими компетенциями в e-commerce.

Реализует ассортимент
по всей России.

* На одной площадке доступен широкий ассортимент продукции, а также информационные и образовательные продукты.

Кредитный рейтинг:
ruB, прогноз стабильный

Рейтинговое агентство:
«Эксперт РА»

03

Дебютный облигационный выпуск

Цель привлечения инвестиций:
**пополнение оборотных средств
и рефинансирование части банковских кредитов.**

Организатор/Андеррайтер:
ООО «Инвестиционная компания Юнисервис Капитал»
Представитель владельцев облигаций:
ООО «ЮЛКМ»

Номер выпуска:
4B02-01-00169-L от 20.08.2024
ISIN-код:
RU000A109KG1

Параметры

Способ размещения:
открытая подписка
Цена размещения:
100% от номинала
Амортизация:
**по 20% в 30 и 33 к.п.,
60% в дату окончания 36 к.п.**
Call-опцион:
в 24 к.п.
Кредитный рейтинг:
ruB, прогноз стабильный
Рейтинговое агентство:
«Эксперт РА»

Объем выпуска

150
млн руб.

Нэппи Клуб-БО-01

начало размещения
19 сентября 2024

Номинал:
1000 рублей

Ставка купонного дохода:
25,25% годовых

YTM к call-опциону:
28,39%

Купонный период:
30 дней

Срок обращения:
1080 дней

04

История развития

Начав историю развития в 2017 году с двух линеек подгузников, сегодня ООО «Нэппи Клуб» продает более 350 позиций по всей России.

Образование ООО «Нэппи Клуб» и начало продаж двух линеек подгузников и детских трусиков. Тестирование механизма продаж через сайт «по подписке»: через некоторое время после того, как клиент сделал первый заказ, формируется корзина на основе прошлых покупок.

2017 – 2018

Формирование стратегии продаж в России по принципу Direct-to-Consumer – напрямую к потребителю. Товары стали доступны по всей России, а годовая выручка превысила 100 млн руб.

Формирование стратегии роста матрицы товаров, закрывающей потребности молодых родителей в рамках «одного окна» посредством предоставления товаров, информационного контента, партнерских сервисов.

2019 – 2020

Запуск линеек домашней химии, натуральной косметики для детей и мам.

Перевод бизнеса в онлайн и преодоление логистического кризиса, на фоне которого стоимость доставки выросла в 4-5 раз.

2021 – 2022

Начало реализации продукции через Ozon. Запуск линеек детской одежды и посуды, женской гигиены для роддома.

ООО «Нэппи Клуб» стало лидером по темпам роста в сегменте детской гигиены на Ozon, а в сегменте женской послеродовой гигиены компания – продавец №1 на площадке. Создание первой версии мобильного приложения, сочетающей в себе трекер беременности и образовательную площадку.

2023 – 2024

Расширен ассортимент: запущена линейка специализированной косметики для беременных и кормящих, халаты для роддомов и две новые линейки детских трусиков. Проходит тестирование интеграции telegram-бота NappyClub и ИИ для обеспечения персонального сопровождения родителей по широчайшему кругу запросов на основе баз данных, рекомендаций экспертов.

05

Сильная команда

ООО «Нэппи Клуб» руководит сильная команда с многолетним опытом, благодаря слаженной работе которой только за последние три года эмитент показал увеличение выручки в 2,5 раз.



Роман Квиникадзе

Генеральный директор
и основатель компании, CEO, второй
по размеру доли
в уставном капитале акционер

Руководит ООО «Нэппи Клуб»
с момента его основания,
с 2017 года.

- Финансовая Академия,
специальность: финансовый
менеджмент.



Алена Вавилина

Операционный директор

С 2017 г. по настоящее время занимает
должность операционного директор в
ООО «Нэппи Клуб».

- Университет международных отношений
и туризма, специальность: социально-
культурный сервис и туризм.



Елена Решикова

Главный бухгалтер

С августа 2024 г.
работает главным бухгалтером
в ООО «Нэппи Клуб».

- Московский психолого-социальный
университет, факультет экономики,
специальность: финансы и кредит.

06

Сильная команда

Благодаря совместным усилиям сотрудников ООО «Нэппи Клуб» доля постоянных клиентов составляет порядка 50%.



Махотина Ольга
Директор по маркетингу

С апреля 2023 года работает в ООО «Нэппи Клуб». Начиная с 2021 года, работала на таких должностях, как smm-специалист и руководитель отдела маркетинга и рекламы.

- Институт управления в промышленности, энергетике и строительстве, специальность: менеджмент организации..



Людмила Торхова
Руководитель продаж
через маркетплейсы

С января 2023 г. по настоящее время является руководителем отдела продаж через маркетплейсы в ООО «Нэппи Клуб», отвечает за выручку, которую получает компания с помощью данных площадок.

- Удмуртский государственный университет, экономист по специальности «Финансы и кредит».



Виктор Соловьев
Начальник отдела маркетинга

С 2023 года по настоящее время работает в ООО «Нэппи Клуб» и отвечает за выручку, получаемую эмитентом от продаж через собственный сайт.

- Московский государственный университет печати, специальность: автоматизированные системы обработки информации и управления. Бизнес-школа RMA, специальность: менеджмент в спортивной индустрии.

07

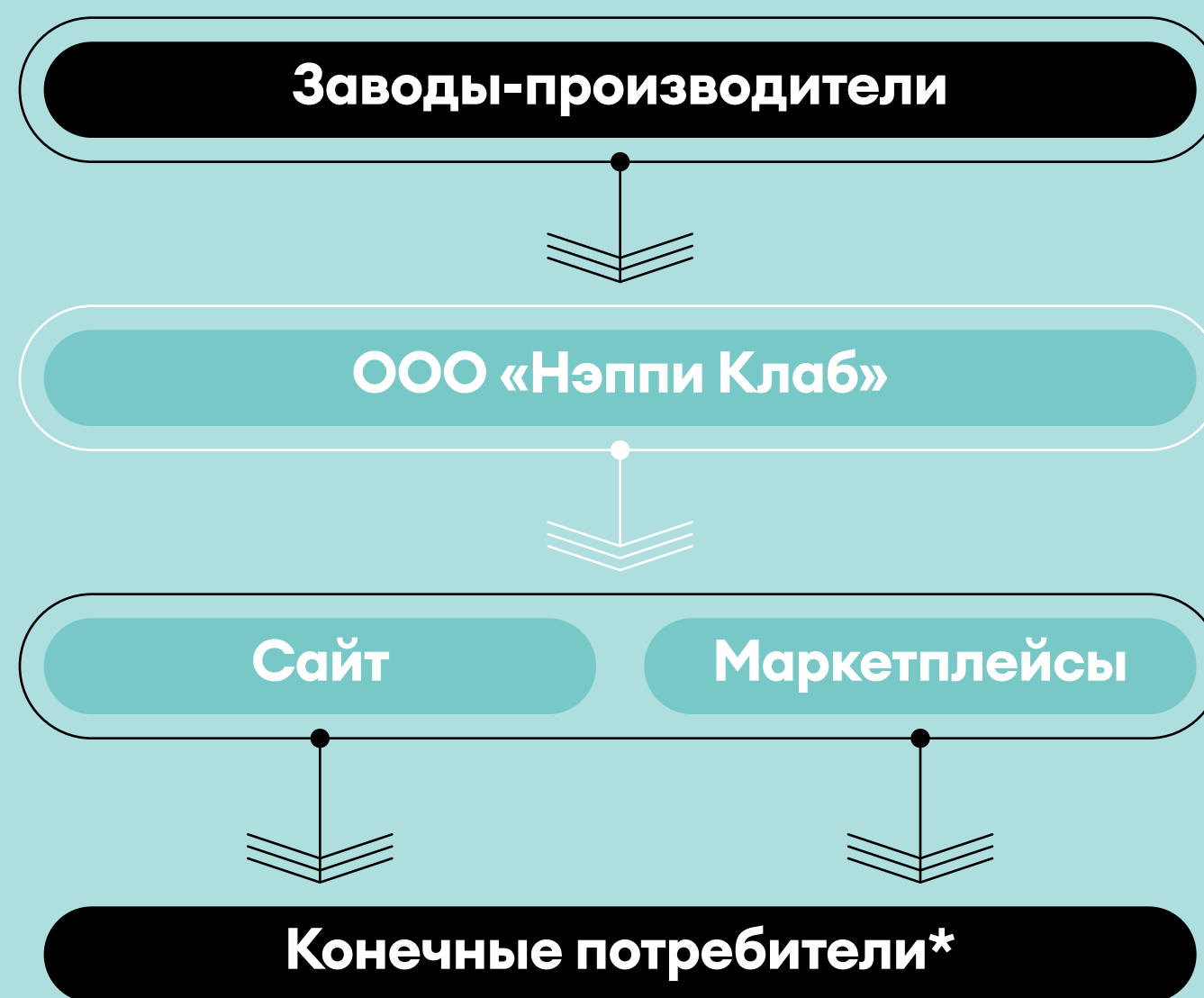
Уникальная бизнес-модель

Конкурентное преимущество ООО «Нэппи Клуб» в бизнес-модели, в том числе, благодаря которой компания заняла нишу, освободившуюся после ухода на фоне санкций западных игроков и быстро увеличивает долю на рынке средств детской гигиены (подгузников и пеленок), который оценивается в 65-70 млрд руб.

«Нэппи Клуб» реализует качественные товары широкому кругу потребителей по ценам ниже, чем у конкурентов, обходясь без содержания цехов и оборудования, офлайн ритейла с отсрочками и дорогостоящей логистикой.

Продукция производится заводами Китая и России по технологическим картам эмитента, который контролирует качество. Компания использует исключительно онлайн каналы продаж: собственные сайт и маркетплейсы.

Продукция бренда NappyClub производится на основе запросов клиентов, которые регулярно используют товары эмитента.



* Более 50% покупателей – постоянные.

08

Производство

Продукция производится на контрактной основе шестью заводами Китая и пятью предприятиями России под собственной торговой маркой NappyClub и по технологическим картам эмитента.

Сырье закупают заводы, поскольку цепочки поставок нелокализованные. «Нэппи Клуб» получает товары из материалов высокого качества, доставленных из разных стран, без дополнительных логистических расходов.

15%

Quanzhou Wehoo
Hygiene Care
Co., Ltd

13%

Jiangsu Debang
Sanitary Products
Co., Ltd

5%

Quanzhou Tianjiao Lady
Baby's Hygiene Supply
Co., Ltd

5%

Baron Union (Xaimen)
Health Care
Co., Ltd

3%

Baron (China)
Co.ltd.

59%

Прочие
включая
иные услуги

Хранение и логистика

Для транспортировки эмитент использует железнодорожные и автоперевозки, а также расширяет число маршрутов, например, подключает морские грузоперевозки.

Товары хранятся на арендуемых складских помещениях с полным циклом операционной обработки площадью порядка 1 000 м² в Москве и на складах маркетплейсов.



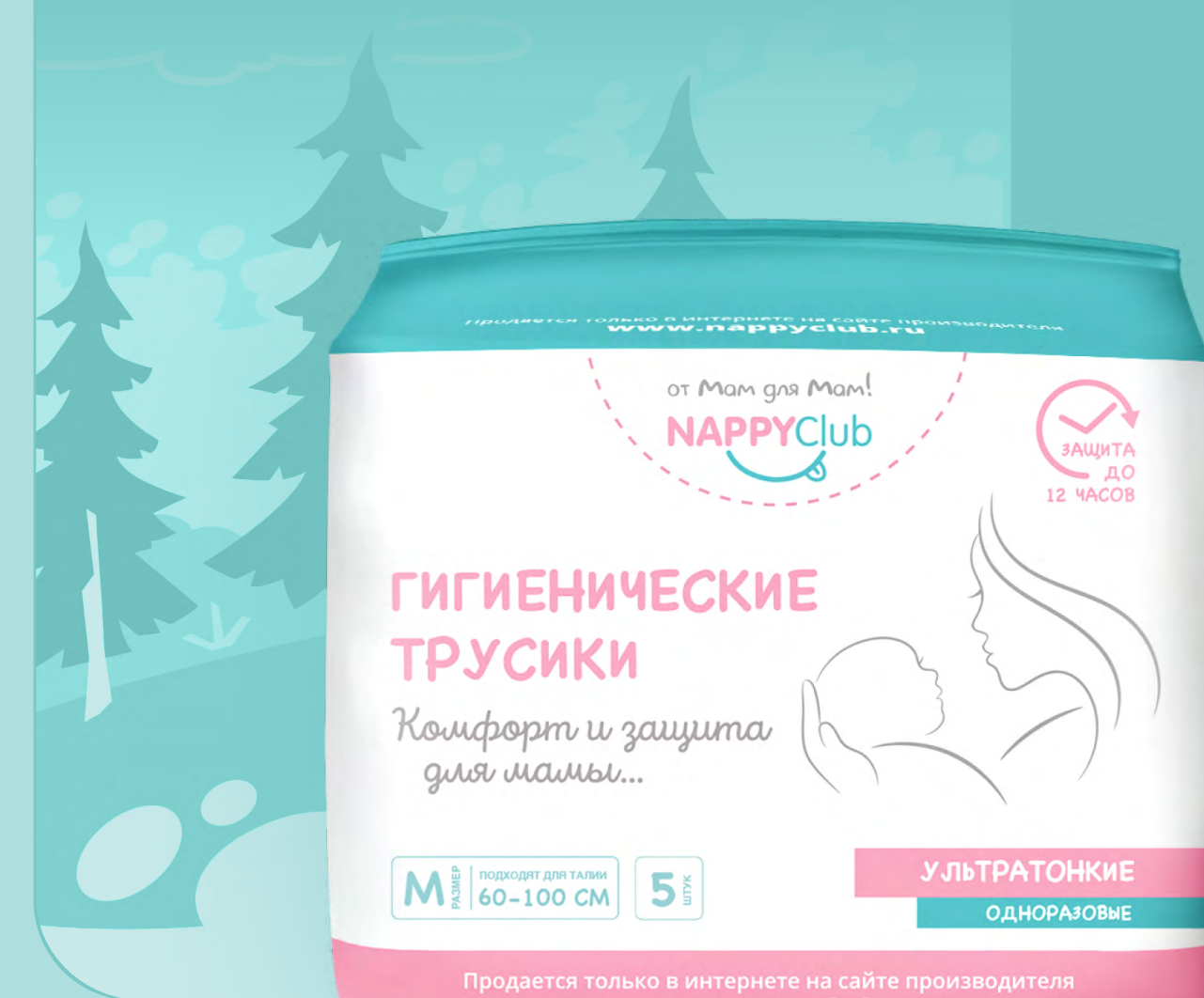
09

Ассортимент

Ассортимент — более 350 позиций: детская и женская гигиена: подгузники, трусики, салфетки, косметика и бытовая химия, детская одежда, посуда, игрушки.

Продукция соответствует необходимым требованиям и стандартам качества. Товары сертифицированы, компания проводит испытания компонентов и контролирует производство.

«Нэппи Клуб» удовлетворяет широкий круг потребностей родителей по принципу «одного окна»: с помощью продукции, образовательных курсов, трекара беременности, персонализированных предложений по подписке, которые доступны на одной площадке – сайте эмитента.



Структура выручки по категориям*

млн руб.



Эмитент постепенно увеличивает диверсификацию продуктовой корзины.

Наибольшую долю в структуре выручки занимают детские подгузники и трусики – около 71% по итогам 2023 г. и 67% за 6 мес. 2024 г. В планах компании к концу 2024 г. – нарастить удельный вес таких позиций, как косметика и уход, одежда, которые суммарно на текущий момент занимают менее 2% в общем объеме выручки. Также эмитент намерен нарастить долю от оказания информационных услуг.

* Без продаж информационных услуг: образовательных программ и курсов.

10 Реализация продукции

ООО «Нэппи Клуб» реализует продукцию с помощью e-commerce инструментов: собственные сайт и маркетплейсы: Ozon, Wildberries, «Яндекс. Маркет».

Каналы продаж

Собственный сайт

26%

Доля физических лиц, покупающих продукцию через сайт.

Компания получает обратную связь напрямую от покупателей, благодаря собственным площадкам и формирует ассортимент на основе запросов родителей.



Маркетплейсы

72%

Совокупная доля маркетплейсов

Ключевой агрегатор Ozon – **67%**
Wildberries – **3%**
«Яндекс. Маркет» – **2%**

ООО «Нэппи Клуб» регулярно выходит на новые площадки.



Динамика продаж

6 мес. 2024

В 2020 г. возросла популярность онлайн-шоппинга – это позитивный фактор для эмитента, который с основания использует e-commerce инструменты.

В 1 полугодии 2024 года ООО «Нэппи Клуб» реализовал более 700 тыс. товаров. Наибольшим спросом пользовались такие виды продукции, как подгузники PREMIUM – 42,5 тыс. трусики Comfort – 40,3 тыс., трусики женские гигиенические – 39 тыс.

700
тыс.
товаров

6,1% подгузники PREMIUM
5,7% трусики Comfort
5,6% трусики женские гигиенические

11

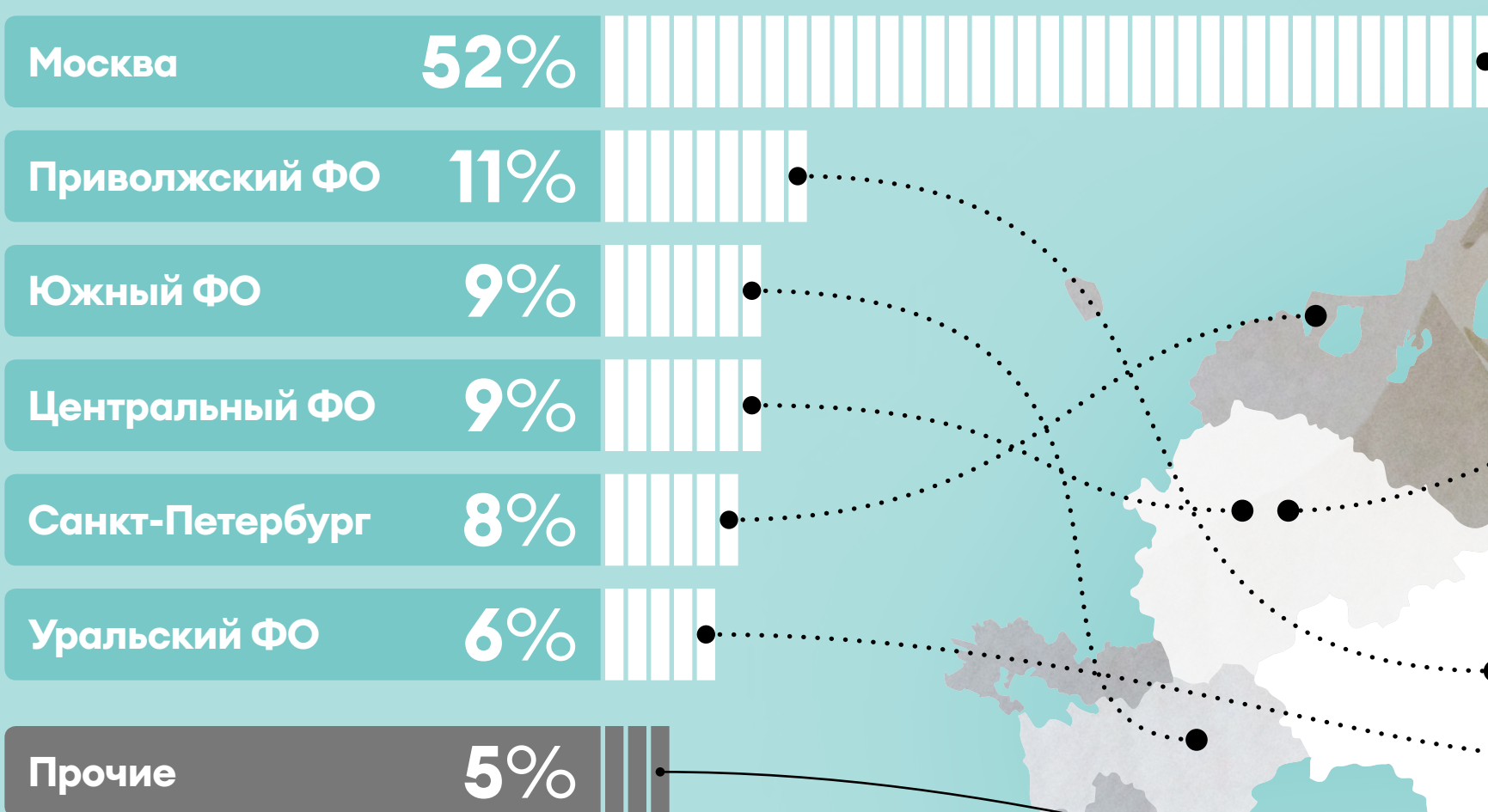
География продаж

География присутствия ООО «Нэппи Клуб» охватывает всю Россию: Приволжский, Южный, Центральный, Уральский и Сибирский федеральные округа.

Чуть более 50% выручки приходится на Московский регион. Приволжский, Южный, Центральный, Уральский федеральные округа и Санкт-Петербург занимают порядка 6-11% каждый. В будущем компания планирует внедрение экспортного направления и выход за пределы России.

Структура выручки по регионам

6 мес. 2024



12

Целевая аудитория

ООО «Нэппи Клуб» сформировало постоянный круг лояльных покупателей. Ядро аудитории, которое приобретает почти весь ассортимент, — мамы детей в возрасте до трех лет. Компания продолжает расширять круг целевой аудитории, вводя новые категории продукции в производство.

Стоимость привлечения клиента не превышает 1 600 руб., в свою очередь средний чек на одного покупателя в 2023 г. достиг 3 200 руб., в 1 полугодии 2024 г. – 3 400 руб. Средняя прибыль с одного покупателя за весь период работы, с 2017 года, достигла 25 000 руб.*
Доля постоянных покупателей в общей структуре продаж за 2023 год и 1 полугодии 2024 г. – более 50%.

целевую аудиторию ООО «Нэппи Клуб» можно разделить на 4 категории



Девушки
(20-24 года)



Будущие мамы



Мамы детей
(до 3 лет)



Мамы детей
(4-5 лет)



* Расчет производился по собственному сайту без учета маркетплейсов.

13

Стоимость продукции

Одно из конкурентных преимуществ компании — возможность реализовывать качественные товары по ценам ниже, чем у конкурентов в среднем на 5-10%. Такой подход к ценообразованию возможен благодаря бизнес-модели: эмитент экономит на содержании цехов, аренде оборудования, отсутствии офлайн ритейла с отсрочками для клиентов и дорогостоящей логистикой.

При этом компания, конечно, не работает в убыток. Так, средняя наценка достигает значения 135%. Самые высокомаржинальные товары – бытовая химия, косметика и уход, одежда. Средняя маржинальность продукции с наибольшим удельным весом (подгузники и трусики) – около 50%, средняя наценка – почти 100%.



Основные операционные показатели продаж

руб.

Средняя наценка	Средняя маржинальность	Категория товара	Средняя себестоимость	Средняя чистая цена
94%	49%	Подгузники	655	1 273
99%	50%	Трусики	627	1 245
140%	58%	Салфетки и гигиена	83	200
138%	58%	Детская посуда	200	475
149%	60%	Бытовая химия	124	308
161%	62%	Косметика и уход	192	500
167%	63%	Одежда и прочее	409	1 091

14

Финансовые показатели

По итогам работы в 1 полугодии 2024 года компания показала положительную динамику финансово-хозяйственной деятельности: выручка составила 327,5 млн руб., что выше аналогичного периода прошлого года на 22%.

Рост вызван активными розничными продажами, заключением новых контрактов с маркетплейсами, пересмотром ценовой политики. Положительное влияние оказал и уход иностранных конкурентов. Чистая прибыль составила 2,5 млн руб.

Убыток в ретро-периоде обусловлен исторически высокими инвестициями в маркетинг и раскрутку бренда. Только по итогам 2023 года было инвестировано более 100 млн руб., что позволило ООО «Нэппи Клуб» нарастить выручку более чем в двукратном объеме относительно 2022 года: 651 млн руб. против 284 млн руб.

Компания продолжает и дальше активно развивать продажи через собственный сайт, маркетплейсы (OZON, Wildberries), планирует выйти на иные платформы: «Детский мир», «Купер» (бывший «СберМаркет»). Также в планах у ООО «Нэппи Клуб» – развитие информационных услуг: организация онлайн обучения, проведение образовательных семинаров.

По итогам 2024 г. компания планирует выйти на значение выручки близкое к 1 млрд руб. Благодаря оптимизации расходной части эмитент планирует нарастить рентабельность деятельности до уровня в 4%, достигнув чистой прибыли, кратно превышающий показатель прошлого года.

В 2025 году благодаря продолжающему сотрудничеству с маркетплейсами, активным продажам через собственную платформу, а также маркетинговым кампаниям уже за 1 полугодие компания планирует продемонстрировать результат, в 2 раза превышающий фактические данные за 1 полугодие 2024 года.

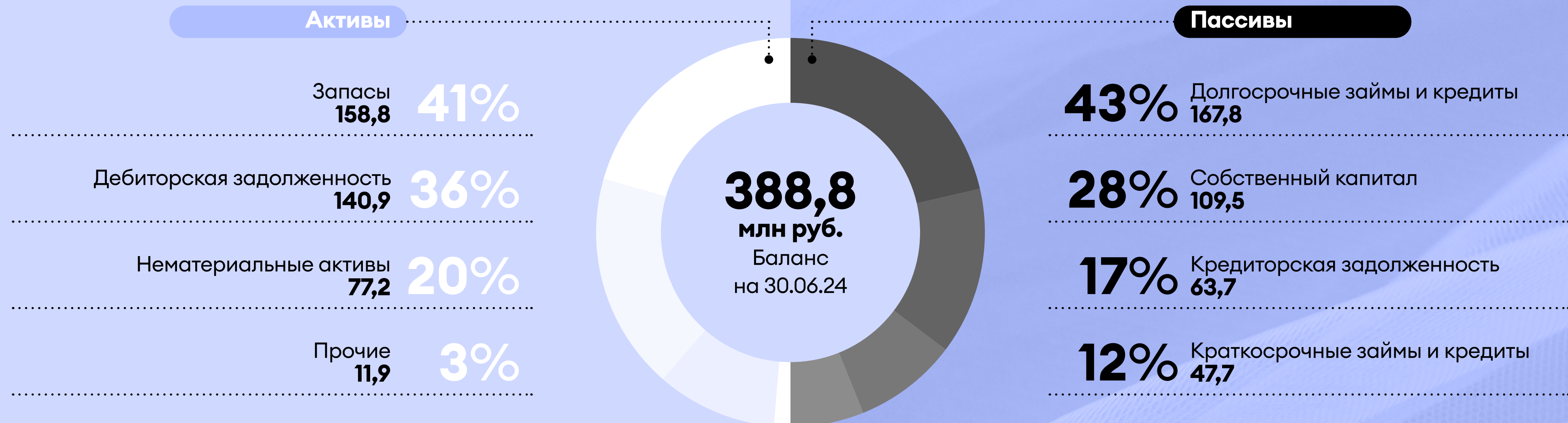
Ключевые показатели (тыс. руб.)	31.12.21			31.12.22			31.12.23			30.06.23			30.06.24			дельта			прогноз
	31.12.21	31.12.22	31.12.23	30.06.23	30.06.24	дельта	31.12.24												
Валюта баланса	180 690	230 892	349 923	343 184	388 765	13%	-												
Нематериальные и прочие внеоборотные активы	277	239	75 614	7 652	77 181	>100%	-												
Собственный капитал	32 374	39 475	107 099	32 610	109 530	>100%	-												
Запасы	90 829	104 802	84 920	152 022	158 833	4%	-												
Дебиторская задолженность	88 872	124 168	184 303	161 901	140 889	-14%	-												
Кредиторская задолженность	60	79 731	26 526	168 435	63 718	-62%	-												
Финансовый долг																			
Долгосрочные займы и кредиты	59 690	68 500	156 641	102 396	167 793	64%	-												
Краткосрочные займы и кредиты	88 567	43 126	59 597	39 684	47 725	20%	-												
Выручка	254 636	283 862	651 107	269 028	327 515	22%	950 000												
Валовая прибыль	126 692	161 212	318 674	164 250	182 802	11%	475 000												
Чистая прибыль	-18 501	11 999	5 187	-6 916	2 464	>100%	40 000												
EBITDA Adj. LTM	-	-	-	-	51 763	-	80 000												
Валовая рентабельность	49,0%	56,8%	48,9%	61,1%	55,8%	-5,3 п.п.	50%												
Рентабельность деятельности	-7,27%	4,23%	0,80%	-2,57	0,9%	3,3 п.п.	4%												

15

Структура баланса

Структура активов ООО «Нэппи Клуб» высоколиквидная, доля оборотных активов в балансе — более 80%. Запасы и дебиторская задолженность составляют основную часть активного баланса, что характерно для компании и отрасли, в которой она функционирует.

Пассивная часть на треть представлена собственным капиталом. 55% пассивной части – это заемные средства, при этом на краткосрочную часть приходится лишь пятая часть всех займов, а значит, компания не испытывает трудности в отношении ликвидности.



16

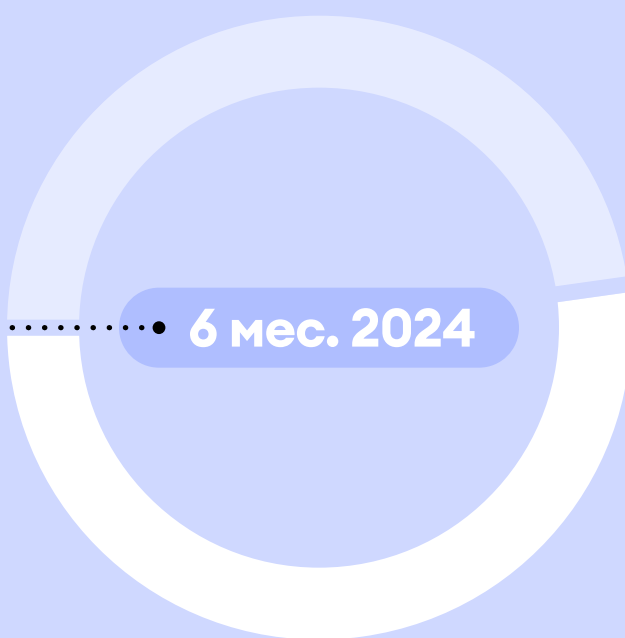
Кредитный портфель

Структура кредитного портфеля на текущий момент состоит на 48% из банковских займов и на 52% из займов собственников и аффилированных лиц. Цель компании — дифференцировать фондирование, в том числе за счет выпуска облигационного займа.

Структура фондирования

48%
Банковские кредиты

52%
Займы от собственников и аффилированных лиц (займы полученные)



25%
Банковские кредиты

33%
Займы от собственников и аффилированных лиц (займы полученные)



42%
Облигационные займы (прогноз)

Кредитный портфель

30.06.2024

	Сумма тыс. руб.	Дата погашения	Тип кредита
Долгосрочные кредиты			
ПАО «Сбербанк»	72 727	13.12.26	Банковские
ПАО «Сбербанк»	12 000	03.06.27	Банковские
ООО «МКК Озон Кредит»	11 565	25.11.24	Банковские
ООО «МКК Озон Кредит»	8 000	23.05.25	Банковские
Займы собственников и аффилированных лиц*	63 500	–	Займы получ.
Краткосрочные кредиты (тело долга)			
Займы собственников и аффилированных лиц*	33 000	–	Займы получ.
Займы собственников и аффилированных лиц	9 500	05.08.24	Займы получ.
Краткосрочные кредиты (проценты)			
Краткосрочная часть долгосрочных кредитов (проценты)	1 093		

* Будет субординирован – срок гашения будет перенесен.

Займы собственников и аффилированных лиц будут субординированы.

Общая сумма субординирования (прогноз при прочих равных условиях) – **96 500 000 руб.**

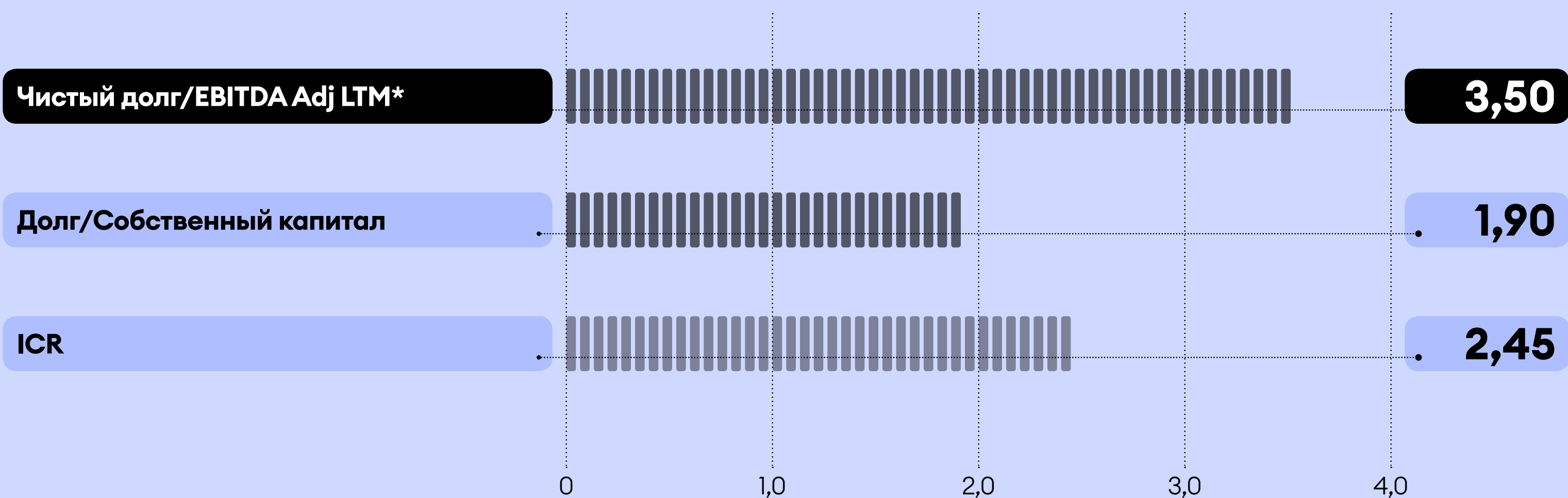
17

Показатели долговой нагрузки

Целевое использование дебютного выпуска предполагает пополнение оборотных средств на развитие деятельности, а также рефинансирование части банковских кредитов. Отсюда долговая нагрузка (Чистый долг/EBITDA Adj LTM) будет на уровне — 3,5. А далее долговое давление будет снижаться по мере масштабирования компании.

Показатели долговой нагрузки

30.06.2024



* С учетом субординирования и рефинансирования займов и нового облигационного выпуска.

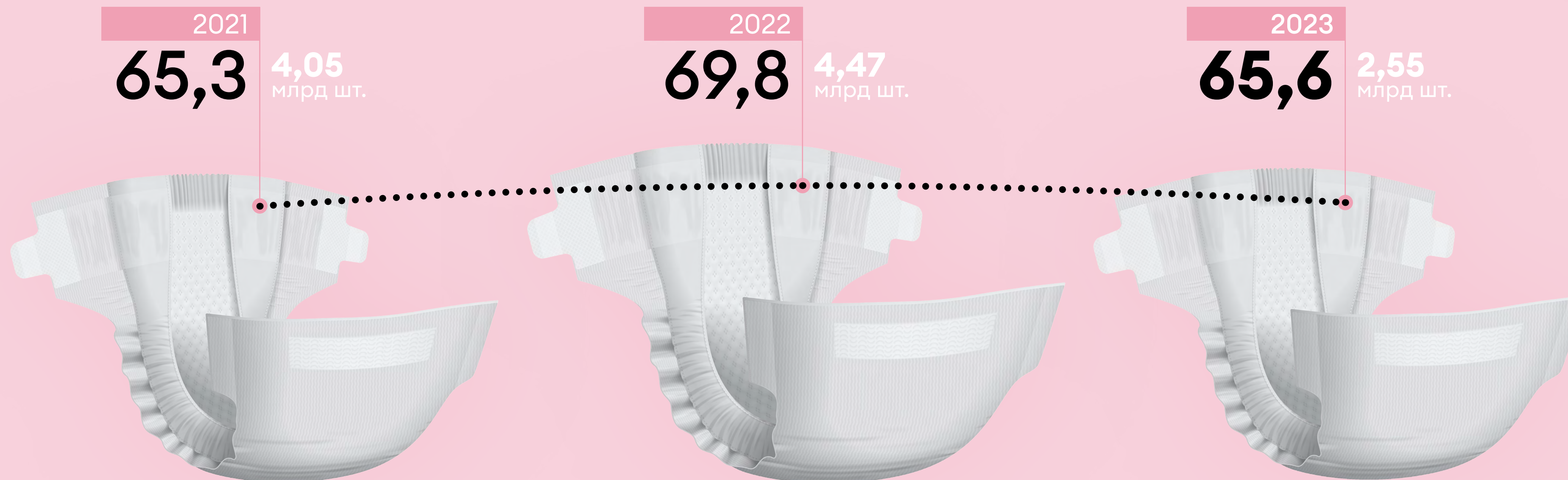
18 Рынок средств детской гигиены

Основную деятельность ООО «Нэппи Клуб» ведет на рынке детских подгузников.

На фоне санкций и ухода из России зарубежных производителей в 2023 г. отечественное производство подгузников и пеленок сократилось в натуральном выражении практически в 2 раза. В денежном же выражении рынок потерял 6%.

Рынок подгузников и пеленок по данным ЕМИСС*

млрд руб.



* Номенклатура: подгузники и пеленки детские из бумажной массы, бумаги, целлюлозной ваты и полотна из целлюлозных волокон.

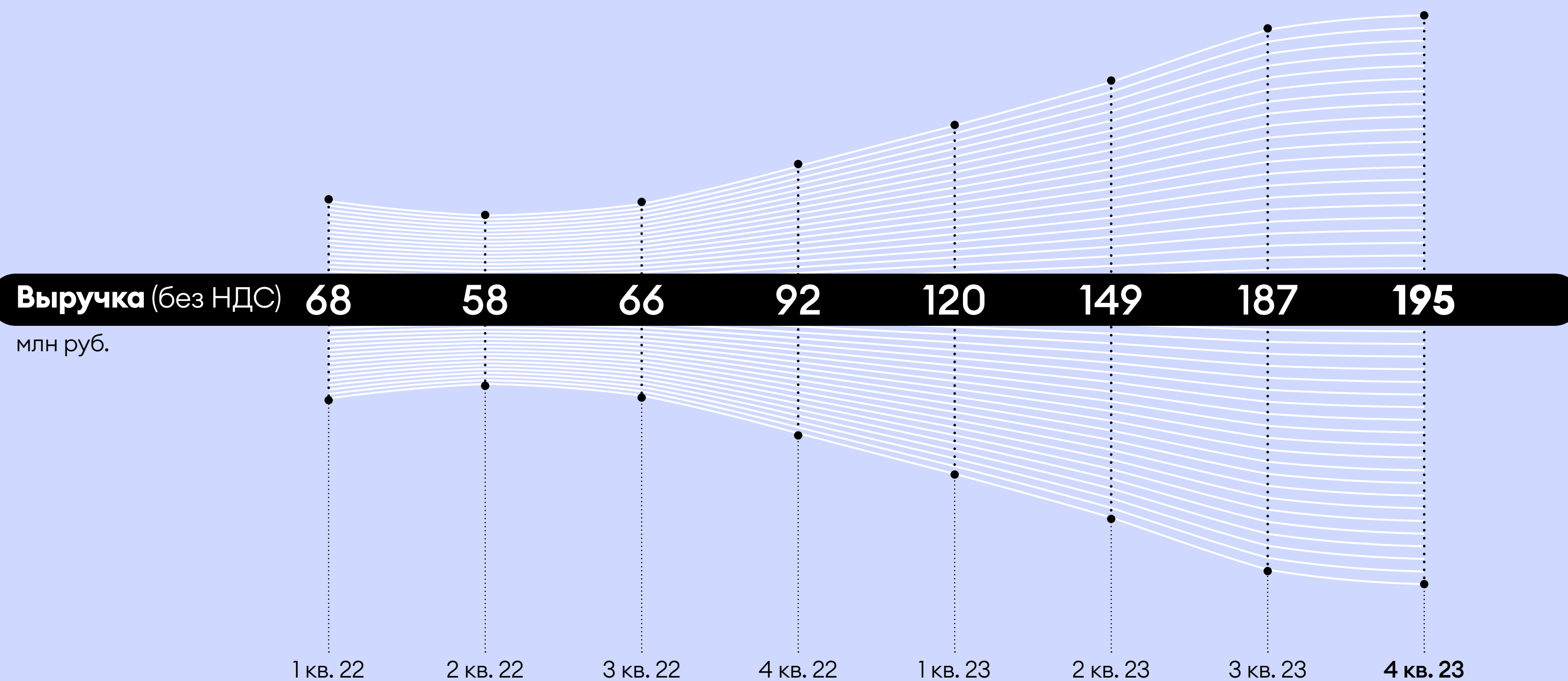


Рыночные позиции

Доля ООО «Нэппи Клуб» на рынке детских подгузников — более 1%.

Цель — усилить присутствие до 10%.

Для эмитента уход зарубежных конкурентов на фоне санкций – позитивный фактор, поскольку ниша, которую ранее занимали иностранные компании, освободилась. От квартала к кварталу ООО «Нэппи Клуб» наращивало объёмы выручки, квартальный CAGR – 16%, а выручка 4 кв. 2023 г. к 4 кв. 2022 г. увеличилась в 2 раза.



ООО «Нэппи Клуб» сохранило позитивную динамику финансовых показателей и в 2024 году.

Выручка с НДС по итогам 2 кв. 2024 г. составила 188 млн руб., что выше АППГ на 26%.

В 3 и 4 кв. 2024 г. компания планирует показать результаты, превышающие показатели АППГ, в том числе с помощью наращивания продаж через маркетплейсы.

20

Преимущества и сильные стороны

ООО «Нэппи Клуб» обладает рядом конкурентных преимуществ, которые выделяют компанию на фоне конкурентов.

Сильный узнаваемый бренд

Бренд представлен на рынке с 2017 года, за это время он успел обзавестись кругом лояльной аудитории.

Эмитент инвестирует в собственный бренд и повышает его узнаваемость, что создает потенциал для увеличения цен в среднесрочной перспективе. Компания привлекает в качестве амбассадоров лидеров мнений (Елизавета Арзамасова), использует различные рекламные каналы, включая телевидение, сотрудничает с крупными клиниками «Мать и Дитя», «Медси», DocDeti.

Высокое качество продукции

Компания реализует товары, изготовленные по собственным технологическим картам, кроям, производственным составам. Вся продукция сертифицирована, эмитентом проводятся соответствующие испытания компонентов и контролирует все этапы производства.

Принцип «одного окна»

Возможность закрыть максимальное число потребностей родителей. На одной площадке потребителям доступны широкий ассортимент товаров – более 350 позиций, образовательные и информационные продукты от специалистов клиник «Докдети», «Мать и Дитя», «Медси», трекер беременности, персонализированные предложения по подписке.



Доступная стоимость товаров

Компания ориентируется на ценовую политику близких по качеству продукции конкурентов и выставляет стоимость, ниже других рыночных предложений, в том числе, благодаря бизнес-модели, которая позволяет экономить на содержании цехов и оборудовании, отсрочках клиентам и логистике.

Широкая география присутствия

Ассортимент ООО «Нэппи Клуб» реализуется по всей России.

21

Стратегия развития

Глобальная цель ООО «Нэппи Клуб» — сформировать ассортимент товаров и услуг, который будет закрывать максимально широкий спектр потребностей родителей в периоды подготовки к рождению ребенка, родов, взросления.

Планы на ближайшие 3-5 лет

Расширение ассортимента продукции, выпускаемой под единым брендом NappyClub, для формирования «идеальной потребительской корзины», с помощью которой целевая аудитория сможет удовлетворить широкий спектр регулярных потребностей.

Расширение спектра информационно-образовательных продуктов, услуг:

в 2023 году эмитент выпустил первую версию приложения, которая будет дорабатываться и улучшаться. Также к запуску компания готовит интеграцию telegram-бота и ИИ для сопровождения родителей в вопросах организации отдыха и досуга ребенка.

Увеличение доли в структуре продаж

таких позиций, как косметика и уход, одежда.

Увеличение числа потребителей товаров и услуг:

вовлечение порядка 20% беременных и недавно родивших женщин России с помощью web-инструментов, приложения, образовательных продуктов.

Усиление команды

по каждому из продуктовых направлений.

Расширение числа площадок,

используемых для реализации продукции, – вывод товаров на все каналы онлайн продаж.

Внедрение экспортного направления

реализации продукции.

Увеличение капитализации бренда NappyClub

для повышения узнаваемости и снижения стоимости привлечения клиентов на рынке средств детской гигиены.

Финансовые цели (при консервативном прогнозе)

В 2024 и 2025 гг.

достичь выручки

близкой к 1 млрд руб. и 1,7 млрд руб. соответственно за счет инвестирования в категории товаров, которые пользуются наибольшим спросом.

В 2027 году

ООО «Нэппи Клуб» планирует достичь результата по продажам на уровне 4-6 млрд руб.

при показателе EBITDA margin в 20-25%.



Риски и факторы устойчивости

Ключевые риски

Способ нивелирования

Валютный

- Риск нивелируется возможностью регулирования ценообразования, розничной стоимости.

Логистический

- Эмитент регулярно расширяет каналы поставок, пробует новые маршруты.

Повышенная зависимость от контрагентов (заводов-производителей)

- Портфель фабрик-производителей, с которыми работает эмитент, состоит из долгосрочных контрактов. За нарушение сроков подрядчиками предусмотрены неустойки. Производственные мощности каждой из фабрик позволяют закрыть план продаж эмитента до 2026 года. ООО «Нэппи Клуб» диверсифицирует портфель партнеров, 33% в себестоимости распределены между тремя крупнейшими партнерами.

Перебои в поставках сырья

- Большую часть сырья для производства продукции закупают заводы-партнеры. Риск дефицита сырья и перебоев поставок на его фоне нивелируется возможностью использования альтернативных материалов. Также заводы контрактуются с поставщиками на долгосрочной основе и диверсифицируют портфели поставщиков.

Рост конкуренции

- Компания работает на рынке товаров детской гигиены с 2017 года, она успела сформировать круг лояльных потребителей. Продукция отличается высоким качеством и ценами ниже рыночных благодаря бизнес-модели эмитента. Заняв нишу ушедших на фоне геополитических потрясений европейских конкурентов, ООО «Нэппи Клуб» регулярно расширяет ассортимент и круг целевой аудитории, а также и планирует ежегодно увеличивать финансовые результаты как минимум на 50%, чтобы в ближайшем будущем кратно нарастить удельный вес на рынке.

Риск снижения рождаемости

- Пока эмитент занимает более 1% рынка детской гигиены, колебания рождаемости не ощутимы. Также за счет того, что компания реализует товары разных категорий, ей удастся расширять круг потенциальных потребителей.

23

Как стать инвестором

1 Открыть

брокерский счет

Лично в офисе
брокерской компании;
Дистанционно
через сайт брокерских компаний
при наличии подтвержденной
регистрации на портале «Госуслуги».

2 Приобрести

облигации ООО «Нэппи Клуб»

по номеру выпуска:
4B02-01-00169-L от 20.08.2024

С помощью:
брокера, менеджера банка,
где открыт ваш счет, оставив поручение
по телефону или лично в отделении;
Специализированного
программного обеспечения
(программа QUIK);
Личного кабинета на сайте
(такую возможность предоставляют
некоторые брокеры/банки).

Перед покупкой необходимо
пополнить свой брокерский счет
на сумму покупки с учетом
комиссии банка/брокера.

3 Получать

купонный доход
согласно условиям выпуска

Выплата дохода по купону:
ежемесячно

**По вопросам
покупки биржевых облигаций
ООО «Нэппи Клуб»**

вы можете проконсультироваться
со специалистами компании
«Юнисервис Капитал»:

primary@uscapital.ru

+7 (383) 349-57-76

24

КОНТАКТЫ

ООО «Нэппи Клуб»

Россия, 125212, Москва,
вн. тер. г. муниципальный округ Войковский,
ул. Выборгская д. 16, стр. 1, помещ. 1/1
mail@nappyclub.ru



ПО ВОПРОСАМ ПРИОБРЕТЕНИЯ ОБЛИГАЦИЙ

ООО «Инвестиционная компания Юнисервис Капитал»

Россия, 630099, Новосибирск,
ул. Романова, 28, 5 этаж
primary@uscapital.ru
+7 (383) 349-57-76