



ЭКОФЕРМА

национальная торговая сеть
продовольственных
фрешмаркетов



Суть проекта

Проект **«ЭКОФЕРМА»** – это организационно-финансовый и коммерческий механизм запуска на территории России и стран Таможенного союза национальной фирменной гастрономической торговой сети по продаже экологически безопасных продуктов местного производства, состоящей из

- региональных оптово-распределительных центров
- розничных точек, открытых совместно с региональными инвесторами, как правило, на условиях франчайзинга
- розничных точек, открытых совместно с местными производителями экопродукции на условиях лицензионных договоров



Гастрономические фрешмаркеты «ЭКОФЕРМА» – это сеть современных и удобных магазинов у дома формата **street retail and shop in shop** на первых этажах зданий, в отдельных павильонах и секциях в торговой зоне супермаркетов (гипермаркетов), в которых до 80% торговой площади отдается отечественным продуктам категории **fresh food**.

Бренд - лицо проекта Александр Коновалов

Известный российский экофермер
создавший первый в России
агротуристический комплекс, работающий
на принципах органического сельского
хозяйства

Производит 85 наименований
сельхозпродукции: молоко, сыры, мясо
полуфабрикаты, овощи, фрукты, компоты,
соленья и др.

Основатель сети ЭКОФЕРМА



А Коновалов





Основная идея и ноу-хау

Сеть фрешмаркетов **ЭКОФЕРМА**:

- создается по **индивидуальному** проекту для рынка **отдельного** региона РФ
- для продаж **местных, преимущественно фермерских** продуктов по **доступным** ценам
- с **личными гарантиями** экологической безопасности от Александра Коновалова
- в формате магазина **свежих** российских продуктов **шаговой** доступности
- с **дружелюбным** сервисом **персональных** консультантов и программой лояльности



Ноу-хау проекта "ЭКОФЕРМА" в синергии трех форматов торговли - традиционный ритейл, фермерский рынок и система прямых продаж, при полной прозрачности всех процессов от "поля до прилавка" с гарантией экологической безопасности всей продукции и профессиональной рекламной и PR поддержке на федеральном уровне

Перспективы рынка экопродукции



Органическое сельское хозяйство – самый быстрорастущий сегмент рынка продовольственных товаров в России

58% россиян готовы покупать экологически безопасные натуральные продукты местного производства

динамика спроса + 30-35% в год;

динамика предложения + 15-20% в год

Потенциальный объем российского рынка натуральной экопродукции - **300-400 млрд.** рублей

Возможный экспорт Россией экопродукции - около **500 млрд.** рублей в год.

Обладая 20% запасов пресной воды, 9% пахотных земель планеты, 58% мировых запасов чернозема, Россия в течение ближайших лет Россия может занять от 10 до 25% мирового рынка экопродукции



Бизнес-стратегия

Стать лидером российского рынка экологически безопасной натуральной продукции, создать национальную торговую сеть, включающую 3000 фрешмаркетов и выйти на обороты не менее \$ 1,5 млрд. в год, при планируемой маржинальности в 25 % и брутто-маржой сети не менее \$ 370 млн. в год.

Проект находит поддержку на всех уровнях государственной власти: в Государственной Думе РФ, в Минсельхозе РФ, в Торгово-Промышленной Палате РФ, в Общественной палате РФ, в Совете Федерации РФ и региональных Правительствах в субъектах РФ



Единая федеральная сеть



Локальные территориальные
бренды с названием региона,
объединенные в федеральную
розничную сеть «Экоферма»

Возможность местным производителям
выходить на федеральный рынок

Возможность местным сетям продавать
продукцию по всей России и странам ТС

Общая структура торговой сети



Пакет франчайзи



- Разрешение на использование торговой марки «ЭКОФЕРМА», технологического оборудования, цветовой гаммы. Интеллектуальные права на товарный знак "ЭКОФЕРМА" защищены юридически Коноваловым А.С., свидетельство о регистрации No 472830 от 01.06.2011 года по 29 и 30 классам МКТУ.
- Бизнес бук - полный набор инструкций, бизнес- план, формы документов от выбора места торговли и до премирования/стимулирования персонала в процессе работы.
- Бренд бук - презентация для

эффективного общения с арендодателем, содержащая все необходимые рекламные материалы

- Полный консультационный пакет: от подбора торгового оборудования до рекомендаций в подборе персонала и ведения бухгалтерии
- Включение в единую региональную и федеральную сеть поставок продукции
- Зарегистрированный в Роспатенте лицензионный договор

Рекламная и PR-поддержка проекта



Трехлетняя PR и рекламная компания на всей территории России и стран Таможенного союза с солидным бюджетом

Генеральный партнер – известный российский медиахолдинг в сфере интегрированных коммуникаций

Продвижение проекта среди трех главных целевых групп: потребители, инвесторы/партнеры, органы власти

Системное продвижение проекта по всем основным каналам: традиционные СМИ, ТВ, социальные сети, блогосфера, экспертное сообщество, гос. органы, образовательная среда, конференции и выставки

Создание собственного сетевого журнала «Экоферма» и на его основе - корпоративной социальной сети

Базовые условия сотрудничества по созданию региональной сети «Экоферма»



	Эко кластер	Местный партнер	Эко кластер	Местный партнер	Эко кластер	Местный партнер
Доля сторон в бизнесе	70 %	30 %	50 %	50 %	30 %	70 %
Инвестиции	+		+		+	
Управление проектом (создание торговой точки, управление)	+		+		+	
Организация поставок экопродукции и контроль стандартов	+		+		+	
Продвижение и бренд сети в России и странах ТС	+		+		+	



Базовый ассортимент

Мясо и птица

Колбасные изделия и деликатесы

Молочные продукты и сыры

Рыба и морепродукты

Бакалея

Кулинария

Овощи, фрукты, сухофрукты и специи

Зелень, компоты, варенье и соленья

Кондитерские изделия

Национальные халяльные и кошерные продукты

Продукты для сыроедов и для вегетарианцев



Стандарты качества сети и маркировка

	Маркировка продукции	
	Экокластер. Одобрено	Рекомендую. Александр Коновалов
натуральный вкус	+	+
свежесть	+	+
ясная прослеживаемая история производства		+
сертификация и контроль всех производственных факторов (от «семян до упаковки готовой продукции») на соответствие органическим стандартам		+
производство в экологически безопасном районе		+
переработка по максимально безопасным для природной среды технологиям		+
отсутствие консервантов и химических добавок	+	+
жесткий контроль за недопущением применения генетически измененного сырья, продукции и ингредиентов	+	+
жесткий контроль соблюдения государственных стандартов и нормативных документов	+	+
сохранение всех заявленных свойств продукции в		



Ценовое позиционирование



Ассортимент	СТОИМОСТЬ В РУБЛЯХ					
	Рынки Москвы	Азбука Вкуса	Избенка	Зеленый перекресток	Фрешмаркет Экоферма	Средняя цена
Молоко 1 л жирностью 2,5%	70	110	60	80	75	79
Огурцы 1 кг	100	200	70	150	110	122
Картофель 1 кг	50	100	40	90	65	68
Судак свежий 1 кг	300	500	200	400	280	330
Свинина	280	450	240	380	350	346
Говядина	400	700	340	600	420	480
Баранина	380	750	300	600	450	496
Мед	500	1000	400	800	600	660
Яйцо (1 десяток)	120	200	90	170	150	146
Курица 1 кг	280	450	180	350	320	316
Яблоки	80	180	60	130	95	108
Морковь	50	100	40	80	70	68

Целевая аудитория



Женщины 30-55 лет: здоровое питание, как «эликсир молодости»

Предприниматели и управленцы, чиновники: здоровое питание, как стиль жизни в «сословии» и необходимый фактор поддержания профессионального тонуса; подтверждение патриотизма («поможем своим рублем нашим производителям»)

Корпоративные столовые и кафе: здоровое питание, как забота о сотрудниках и демонстрация успешности бизнеса

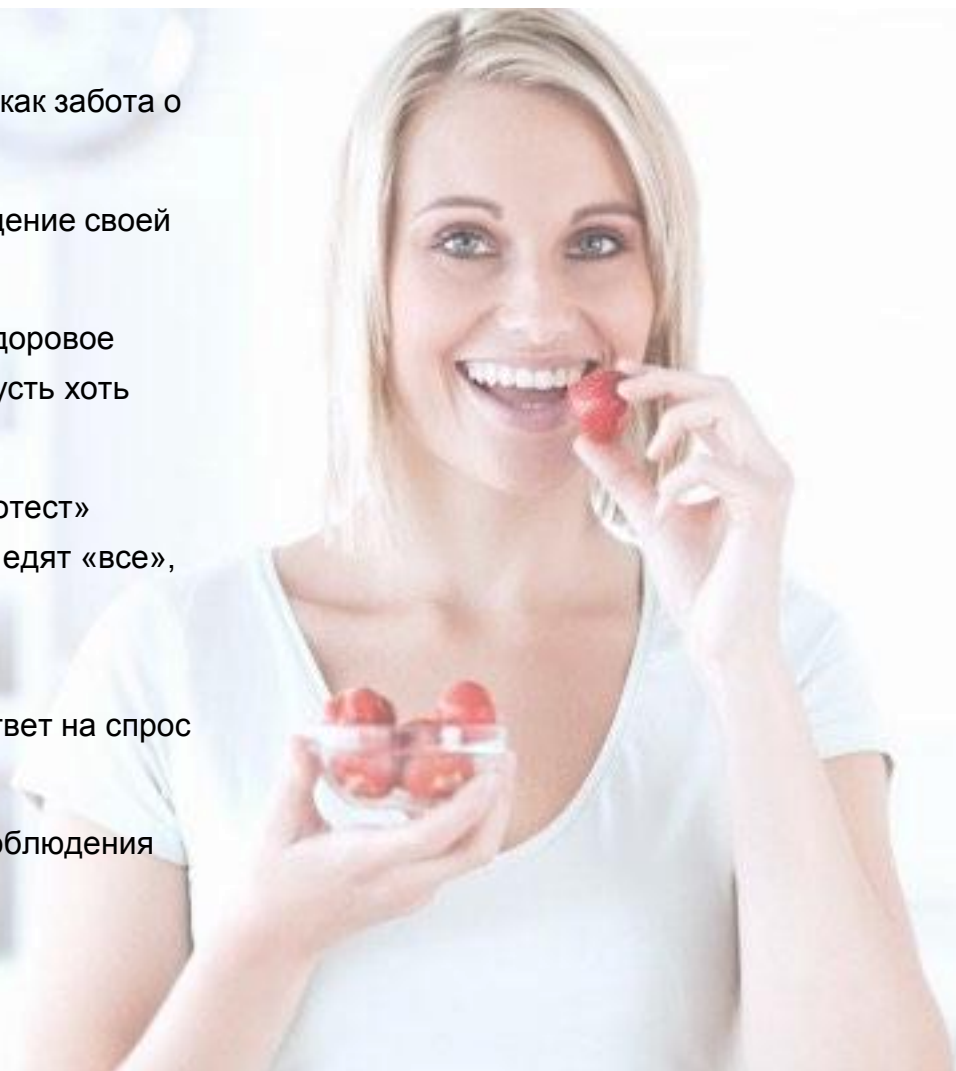
«Креативный класс»: здоровое питание, как подтверждение своей индивидуальности и отстройки от «толпы»

Молодые родители, молодые бабушки и дедушки: здоровое питание для детей/внуков («мы питались отравой, так пусть хоть дети кушают на здоровье»)

Молодежь «новой волны»: здоровое питание, как «протест» против засилья стандарта «быстрого питания» (которое едят «все», а мы - «не все») и подражание «успешным взрослым», демонстрация патриотизма («наша продукция»)

HoReCa класса * и выше:** «фермерское меню», как ответ на спрос со стороны целевых клиентов

Больные: излечение болезни требует обязательного соблюдения здоровой диеты



Динамика роста сети



	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Свои торговые точки	15	30	50	15					
Франшиза		10	50	400	420	450	480	520	560
Итого	15	40	100	415	420	450	480	520	560
Всего своих	15	45	95	110	110	110	110	110	110
Всего франшиз	0	10	60	460	880	1330	1810	2330	2890
Всего торговых точек	15	55	155	570	990	1440	1920	2440	3000

Планируется открытие сети фрешмаркетов, семейных экоферм и агротуристических комплексов с ТМ «ЭКОФЕРМА» в 37 городах:

Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Самара, Омск, Челябинск, Ростов на Дону, Уфа, Волгоград, Красноярск, Пермь, Воронеж, Саратов, Краснодар, Тольятти, Тюмень, Ижевск, Барнаул, Ульяновск, Иркутск, Владивосток, Ярославль, Хабаровск, Махачкала, Оренбург, Новокузнецк, Томск, Кемерово, Рязань, Астрахань, Пенза, Набережные Челны, Липецк, Симферополь, Минск, Астана, Ереван



Основные экономические показатели, тыс.руб/год

	1 торговая точка площадь 12 кв.м.	Региональная сеть из 100 торговых точек и распределительных центров
Выручка	15 000	2 200 000
Себестоимость	8 800	1 250 000
Валовая прибыль	6 200	950 000
Валовая рентабельность	41 %	43 %
Коммерческие расходы	500	
Доставка продукции	200	
Списание по остаткам	400	
Аренда	1 100	
Расходные материалы, связь, сервисы и др.	70	
Персонал	720	
Операционные расходы всего	2 990	450 000
EBITDA	3 210	500 000
Рентабельность EBITDA	21 %	23 %

Данные для 1 фрешмаркета

Средний чек - 600 руб

Количество чеков/день - 80

Торговая наценка - 50%

Штат сотрудников - 2 продавца

Срок запуска - 2 месяца

Инвестиции

торговое оборудование - 600 тыс. руб.

касса и ИТ-система - 60 тыс. руб.

локальная реклама - 90 тыс. руб.

оборотный капитал - 300 тыс. руб.

прочие инвестиции - 100 тыс. руб.

Итого инвестиции в открытие
фрешмаркета S 12 кв.м - 1150 тыс. руб.

Контакты

Центральный офис
ООО ЭКОКЛАСТЕР

г. Москва, ул. Лобачевского 98 к.3/62
+7 985 920 08 92, info@ecocluster.ru
www.ecocluster.ru, www.konovalovo.com

Офис
проектного
центра

г. Екатеринбург, бизнес-центр «Высоцкий», оф. 1418
+7 9222 667 555, bannych@gmail.com

Региональные
представители
проекта

Московская область: Шпинталь Виталий, +7 910 424 55 55
Санкт-Петербург: Попович Виталия, +7 921 633 27 35
Екатеринбург: Банных Олег, + 7 922 266-75-55
Киров: Андрей Меньшов, +7 912 375-75-75
Башкортостан: Замесин Павел, +7 927 088-40-01
Тюмень: Пьянков Александр, +7 929 261 04 032
Курган: Показаньев Сергей, +7 922 572-32-00