

Отчет «ФЭС-Агро» по результатам 2022 года и первого полугодия 2023 года

Среди участников
семинара:

Александр МИХАЙЛОВ,
президент, «ФЭС-Агро»



Дмитрий ПЛЕСКОНОС,
член совета директоров,
«ФЭС-Агро»



Марина СОТНИКОВА,
вице-президент
по финансам, «ФЭС-Агро»



В июле Cbonds провел онлайн-семинар с компанией «ФЭС-Агро». Основатель Cbonds Сергей Лялин и представители компании обсудили финансовые результаты «ФЭС-Агро» по итогам 2022 года и первого полугодия 2023 года, планы по работе на долговом рынке, особенности деятельности компании и ее историю. Краткую сводку и ответы на самые интересные вопросы читайте в нашем материале.

Сергей Лялин:

— «ФЭС-Агро» — это дистрибьютор семян, средств защиты растений и удобрений. Компания начала свою деятельность давно, в 1996 году, как дистрибьютор немецкого химического концерна Bayer по Ставропольскому краю.

Компания росла, деятельность расширялась. Сейчас компания работает не только с Bayer, но и с большим кругом производителей и не фокусируется на Ставропольском крае, а работает в более чем 20 регионах России. И на определенном этапе деятельности — это случилось в 2019 году — компания выросла до выпуска облигаций. Был сделан первый дебютный заем на 1 млрд рублей. В 2021 году первый выпуск был погашен. Был размещен второй выпуск на 500 млн рублей, который сейчас находится в обращении. Компании присвоен рейтинг на уровне «ruBB+» от «Эксперт РА».

Александр Михайлов:

— Наша компания ведет свою родословную с создания коммерческого рынка средств защиты растений. Мы действительно начинали как очень небольшая компания в Ставропольском крае, и с тех пор там расположен наш центральный офис. Мы не планируем никуда переезжать, потому что считаем, что миссия нашей компании — быть рядом с нашими потребителями. Ставропольский край — наш родной

и традиционный регион. Но действительно, с того времени мы превратились в крупного регионального дистрибьютора, потому что изначально стратегия нашей компании опиралась на географическую экспансию. И мы по-прежнему видим очень большой простор для стратегии развития по расширению нашей доли на рынке.

С 2019 года мы стали публичной компанией. Это наш принципиальный выбор — мы хотели быть открытыми. Конечно, первоначально наши планы публичности были связаны с программой IPO. И та заветная цифра в 15 млрд, которой мы достигли по итогам 2022 года, для нас раньше являлась некоторым триггером для старта кампании по размещению. Сейчас мы посмотрим, насколько рынок будет для нас интересен и насколько интересные условия для размещения будет предлагать. Конечно, свою историю на рынке публичного долга мы однозначно будем продолжать и дальше.


У нашей компании простые корпоративные ценности — это клиенты и команда. Мы рады, что наша компания обладает примерно 25% от всей клиентской базы в РФ, что существенно выше тех 10%, которые мы занимаем по продажам на рынке, и показывает, что у нашей компании есть очень большой потенциал для роста с опорой на свою клиентскую базу. За первое полугодие 2023 года у нас насчитывается около 2.5 тысяч активных клиентов.

Под активными клиентами мы понимаем только тех, кто совершал покупку в этом году. Мы ожидаем, что к концу года их традиционно будет больше 3.5 тысяч, ближе к 4 тысячам. У нас 215 сотрудников. Большая часть из них занята в продажах и клиентском сервисе.

Также хотел бы обратить внимание на цифры, связанные с оборотом. По первому полугодю 2023 года мы вплотную приблизились к 10 млрд рублей. Это очень существенная цифра, которая позволяет нам говорить, что к концу года наш оборот составит примерно 14 млрд рублей. Сумма по чистой прибыли тоже демонстрирует хорошую динамику — 370 млн рублей. Мы ожидаем, что результат по году достигнет 500 млн рублей.

2022 год был хоть и непростым, но стал одним из самых успешных в жизни нашей компании и по обороту, и по прибыли, поэтому очень интересно сравнить первое полугодие 2023 года с очень высоким базисом первого полугодия 2022 года. Мы видим, что мы почти на миллиард выше по продажам. У нас очень хорошая динамика по чистой прибыли, и прирост по чистой прибыли в процентах превышает прирост по обороту, что говорит о хорошей эффективности, с которой растут наши продажи.

Появился новый показатель — средний чек. Я немного говорил о том, что мы видим наш бизнес как перемножение двух простых показателей: количества клиентов и размера среднего чека. И мы себе поставили стратегию, в рамках которой средний чек выходит на первый план. Невозможно бесконечно драйвить объем клиентской базы. Кроме того, он и так у нас существенно превышает нашу рыночную долю. Поэтому, после того как мы получили обширную и лояльную клиентскую базу, совершенно естественно для нас теперь заниматься улучшением качества этой базы. И средний чек — главный показатель качества и эффективности клиентской базы.

Следующие три года мы по-прежнему планируем фокусироваться в первую очередь на чистой прибыли. Согласно нашему прогнозу, чистая прибыль по итогам 2023 года будет составлять полмиллиарда рублей. Мы планируем довольно прилично расти — на 15% каждый год, то есть поддерживать стабильный двузначный ежегодный прирост по выручке. Целевой показатель — 18 млрд выручки к концу 2025 года. Мы планируем поддерживать наш EBITDA на уровне 6%. 



Запись
онлайн-семинара
на YouTube

— Существует ли какой-то государственный контроль за вашим бизнесом? У вас есть лицензии?

Александр МИХАЙЛОВ:

— На деятельность по дистрибуции, как и на большинство видов деятельности, не связанных с опасным производством и т. д., не нужно специальных лицензий. Но, конечно, движение товара, движение средств защиты растений, движение семян подлежат очень строгому ступенчатому контролю. Это многочисленные свидетельства, сертификаты качества. Наша компания к этому готова. Но государство очень жестко контролирует каждый мешок семян и каждый литр средств защиты растений. В последнее время контроль в области семян был практически идеальным, контроль в области средств защиты растений становится таким же. Для нас это очень позитивный момент. Безусловно, это означает определенные затраты и специально выделенных людей, но мы видим от этого процесса пользу для себя как крупного системного игрока.

— У вас за первый квартал примерно 250 млн рублей долгосрочных займов и 2.5 млрд рублей краткосрочных. Краткосрочные займы — это что? Это банковские кредиты? Если да, то с какими банками вы работаете? С чем связан очень большой перекос в сторону краткосрочного фондирования — 10:1?

Марина СОТНИКОВА:

— Структура нашего портфеля на 20% состояла из долгосрочных обязательств и на 80% из краткосрочных. Больше краткосрочных, потому что деятельность наша замкнута внутри одного года, поэтому это оборотные короткие кредиты.

Основной наш банк-партнер — это Сбербанк. В работе мы используем не только деньги, но и инструменты в виде аккредитивов с отсрочкой платежа, в виде векселей с отсрочкой. Это существенно снижает стоимость наших заимствований. Для примера: наша средневзвешенная ставка по прошлому году меньше 6%.

— Куда планируете направить деньги от размещения облигаций? Это замещение части банковского долга облигационным или это увеличение долга? Если это увеличение долга, то на что пойдут эти деньги? Какие проекты этими деньгами рассчитываете профинансировать?

Дмитрий ПЛЕСКОНОС:

— Мы для своей компании занимаем на публичном рынке небольшие средства, особенно в сравнении с нашим текущим оборотом и текущим портфелем со Сбербанком, который уже превышает 4 млрд рублей. Для нас в первую очередь важен зонт публичности, чтобы мы находились в публичном поле, публиковали свою отчетность, придерживались определенных стандартов, чтобы у нас была открыта дверь на публичный рынок, к инвесторам. Поэтому мы зарегистрировали программу. Если на рынке возникнут обстоятельства, которые приведут к тому, что мы захотим занять большую сумму или решим все-таки размещаться на IPO, то у нас уже будут открытые двери, нам не нужно будет их открывать заново.