

# ИНВЕСТИЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Общество с ограниченной ответственностью «КЛС-Трейд»

*Биржевые облигации процентные неконвертируемые бездокументарные с централизованным учетом прав, серии БО-01, номинальной стоимостью 1 000 (Одна тысяча) российских рублей каждая, со сроком погашения в 1 820-й (Одна тысяча восемьсот двадцатый) день с даты начала размещения, размещаемые по открытой подписке в рамках Программы биржевых облигаций серии БО-ПО1, имеющей регистрационный номер 4-00068-L-001P-02E от 01.12.2021 г. Регистрационный номер выпуска биржевых облигаций 4B02-01-00068-L-001P от 13.12.2021 г.*

В отношении указанных ценных бумаг не осуществлена регистрация проспекта ценных бумаг.

Информация, содержащаяся в настоящем инвестиционном меморандуме, подлежит раскрытию в соответствии с требованиями Правил листинга ПАО Московская Биржа к раскрытию информации эмитентами, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам без их включения в котировальные списки и без регистрации проспекта ценных бумаг.

Генеральный директор

Игнатьева В.Б.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

М.П.

Настоящий инвестиционный меморандум содержит сведения об эмитенте, о финансово-хозяйственной деятельности эмитента, финансовом состоянии эмитента, о размещаемых (размещенных) ценных бумагах и исполнении обязательств по ним, сведения о лице, предоставляющем обеспечение по облигациям эмитента. Инвесторы не должны полностью полагаться на оценки и прогнозы эмитента, приведенные в настоящем инвестиционном меморандуме, так как фактические результаты деятельности эмитента в будущем могут отличаться от прогнозируемых результатов по многим причинам. Приобретение ценных бумаг эмитента связано с рисками, описанными в настоящем инвестиционном меморандуме.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ ЭМИТЕНТЕ .....	3
1.1. Основные сведения об Эмитенте .....	3
1.2. Краткая характеристика, история создания и ключевые этапы развития Эмитента, адрес страницы в сети Интернет, на которой размещен устав Эмитента .....	3
1.3. Стратегия и планы развития деятельности Эмитента.....	9
1.4. Описание отрасли, в которой Эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность. Рынок и рыночные позиции Эмитента. Основные факторы инвестиционной привлекательности. Конкуренты Эмитента .....	10
1.5. Описание структуры Эмитента, имеющее по мнению Эмитента значение для принятия инвестиционных решений .....	19
1.6. Структура акционеров/участников, сведения об органах управления и сведения о руководстве Эмитента.....	19
1.7. Сведения о кредитных рейтингах Эмитента (ценных бумаг Эмитента).....	21
2. СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФИНАНСОВОМ СОСТОЯНИИ ЭМИТЕНТА .....	21
2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) Эмитента (основные виды, способы финансирования деятельности) в динамике за последние 3 года.....	21
2.2. Оценка финансового состояния Эмитента в динамике за последние 3 года.....	22
2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала Эмитента в динамике за последние 3 года .....	27
2.4. Кредитная история Эмитента за последние 3 года, действующий кредитный портфель .....	29
2.5. Основные кредиторы и дебиторы Эмитента на последнюю отчетную дату .....	30
2.6. Описание судебных процессов, в которых участвует Эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние Эмитента .....	31
3. СВЕДЕНИЯ О РАЗМЕЩАЕМЫХ (РАЗМЕЩЕННЫХ) ЦЕННЫХ БУМАГАХ ЭМИТЕНТА И ИСПОЛНЕНИИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО НИМ .....	31
3.1. Основные сведения о размещаемых (размещенных) Эмитентом ценных бумагах, в отношении которых составлен инвестиционный меморандум.....	31
3.2. Цели эмиссии ценных бумаг и планы по направлению полученных от размещения ценных бумаг денежных средств .....	31
3.3. Источники исполнения обязательств по ценным бумагам.....	31
3.4. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика Эмитента в области управления рисками.....	31
3.5. Сведения о лицах, предоставивших обеспечение (поручительство) по размещаемым облигациям Эмитента.....	32
3.6. Информация о всех размещенных ранее выпусках облигаций эмитента, с указанием информации об использовании привлеченных средств, поступивших от выпуска(ов) облигаций, а также приводится информация о выпусках облигаций, погашенных в течение последних 5 лет .....	33
Приложение №1 .....	34
Приложение №2.....	35

# 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОБ ЭМИТЕНТЕ

## 1.1. Основные сведения об Эмитенте

Полное фирменное наименование: *Общество с ограниченной ответственностью «КЛС-Трейд»*  
 (далее по тексту – *Эмитент, Компания, Общество, Предприятие*)  
 Сокращенное фирменное наименование: *ООО «КЛС-Трейд»*  
 ОГРН: 1167746780761  
 Место нахождения: *Российская Федерация, Московская область, г. Химки*  
 Почтовый адрес: *141402, Московская область, г. Химки, ул. Ленинградская, строение 25, помещение 10, этаж 17.*  
 Дата государственной регистрации: *18.08.2016 г.*  
 Количество сотрудников: *137 человек*  
 Аудитор: *ООО «ФинЭкспертиза» (ОГРН 1027739127734)*  
 Кредитный рейтинг: *16.07.2021 г. Рейтинговым агентством «Эксперт» присвоен кредитный рейтинг ruBB, прогноз по рейтингу – стабильный <https://raexpert.ru/releases/2021/jul16a/>*  
 Корпоративные сайты: <https://kls-trade24.ru/>, <https://www.interskol.ru/> (сайт бренда «Интерскол»)  
 Адрес страницы в сети Интернет, используемой Эмитентом для раскрытия информации: <https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38561&attempt=1>

## 1.2. Краткая характеристика Эмитента, история создания и ключевые этапы развития Эмитента, адрес в сети Интернет, на которой размещен устав Эмитента

### Краткая характеристика Эмитента

ООО «КЛС-Трейд» - компания, занимающаяся продажей и сервисным обслуживанием электроинструмента, средств малой механизации, промышленного оборудования на территории России и стран СНГ.

Структурная схема: «Упрощенная схема товарооборота по состоянию на 30.06.2021 года»



Источник информации: по данным Эмитента

## Структура оборотного капитала и цикл продаж. Потребность в оборотном капитале вследствие пандемии возросла: китайские производители увеличили сроки пр-ва с 30 до 90-120 дней

Производство в Китае – 90-120 дней



Источник информации: по данным Эмитента

### Ключевые компетенции Компании

- Закупка, логистика, сервисное обслуживание, дистрибуция электроинструмента;
- Разработка и производство электроинструмента;
- Он-лайн и офф-лайн маркетинг;
- Разработка цифровых приложений и сервисных платформ для осуществления транзакций;
- Большая база покупателей: крупные региональные дилеры, DIY-сети (Петрович, 220 вольт, OBI и т.п.), интернет-магазины (Citilink, Всеинструменты.ру и т.п.);
- Использование инновационных технологий цифровой дистрибуции (МСТ) в системе продаж электроинструмента.

**Система МСТ** - обеспечивает техническую возможность регистрации каждого действия, совершаемого с инструментом. Технически всё устроено следующим образом. В каждый новый инструмент встроена метка МСТ, куда «зашифрована» вся основная информация о данном конкретном экземпляре – модель, серийный номер, дата изготовления. Она легко читается не только специальными сканерами, но и современными смартфонами.

Для смартфонов создано специальное приложение, с помощью которого пользователь может зарегистрироваться в системе и указать, какой именно инструмент он приобрёл, где и когда, просто просканировав метку. Приложение отслеживает геотеги, оно может быть привязано к профилю пользователя в соцсетях – вся эта информация поступает в базу данных.

Экспертно-аналитический блок обрабатывает все эти данные, формируя не только разнообразные отчёты и визуализации, но и предлагая комплекс организационно-технических мероприятий для корректировки возникающих отклонений.

## Технология цифровой дистрибуции инструмента МСТ

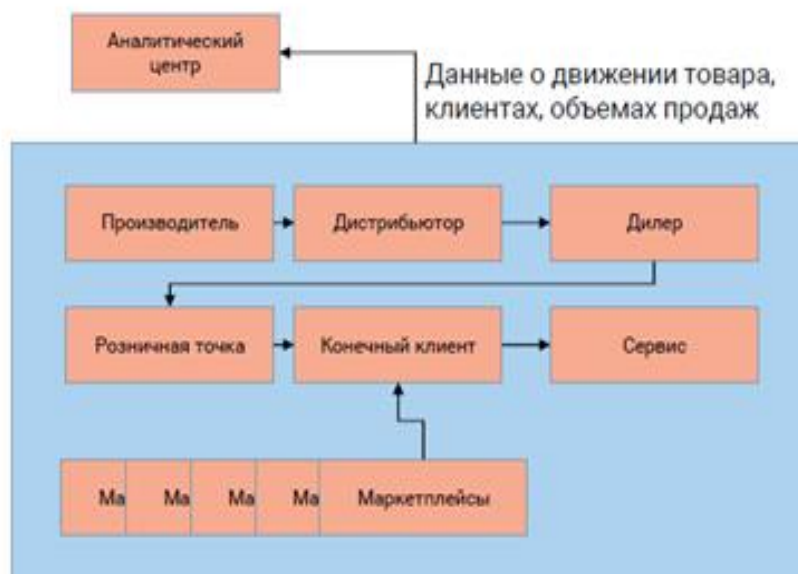
**МСТ: запатентованная технология цифрового управления продаж.**

**Мы собираем данные о движении товара, ценах, клиентах, их географии.**

**На сегодняшний день в системе уже свыше 10 тысяч клиентов**

**Система позволяет:**

- Управлять лояльностью продавцов
- Управлять лояльностью клиентов
- Анализировать статистику продаж
- Оптимизировать заказы дилеров
- Оптимизировать складские остатки
- Управлять каналами сбыта
- Отслеживать соблюдение дилерских Соглашений
- Анализировать ЦА и корректировать маркетинговые мероприятия



*Источник информации: по данным Эмитента*

Данное приложение стимулирует спрос на продукцию ИНТЕРСКОЛА, предлагая покупателям дополнительные условия, которые отсутствуют у конкурентов:

- специальную программу лояльности с бонусными баллами, электронный гарантийный талон с расширенной гарантией, руководство по безопасности и эксплуатации, сертификат, схему разборки, рекомендации по использованию и хранению, перечни ближайших розничных точек продаж и авторизованных сервисных центров, заказ запчастей, а также заказ доставки инструмента в выбранный магазин;
- привлекательность использования приложения для продавцов продукции ИНТЕРСКОЛ - получение вознаграждения по программе лояльности, возможность быстрой идентификации инструмента и получения электронной документации, получение информационных материалов о новинках и т.п., получение рекомендаций по продажам – на что обратить внимание, чтобы повысить продуктивность своей работы.

Сервисные центры могут также пользоваться платформой МСТ. Неоценимая польза - в простоте и лёгкости идентификации инструмента. С помощью метки МСТ сотрудник сервисного центра способен моментально определить, что за инструмент ему принесли (марка, модель, серийный номер, дату выпуска). Метка размещена на шильдике, но не снаружи, а внутри, и надёжно защищена от истирания, поэтому будет работать до тех пор, пока шильдик держится на своём месте.

## Поставщики

Компания «КЛС ТРЕЙД» является торговой компанией, бизнес по продаже электроинструмента имеет определенную специфику и сезонность. Так рост спроса продукции в весенне-летний сезон является трехкратным, а в осенне-зимний двукратным.

В эти периоды возникает дефицит оборотных средств, поэтому, часть товара «КЛС ТРЕЙД» закупает напрямую у производителей в Китае (в рамках ВЭД) таких как: SHANGHAI JOYE IMPORT AND EXPORT CO.,LTD, Zhejiang Benyu Tools CO.,LTD, NINGBO TMG TOOLS CO., LTD, другая часть товара, приобретается на рынке РФ. По сути это та же самая продукция Китайского производства, которая была приобретена на территории РФ, но уже не в рамках ВЭД.

Таблица: «Основные поставщики по состоянию на 31.12.2020 г.\*»

Наименование	Доля, %	Объем, тыс. рублей
Контрагент 1	37,14	1 578 545
Контрагент 2	18,10	769 428
Контрагент 3	10,95	465 304
Контрагент 4	6,89	292 775
Контрагент 5	4,47	190 117
Прочие (с долей менее 5%)	22,44	953 763
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	<b>4 249 932</b>

Источник информации: по данным Эмитента

\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны Эмитент не раскрывает информацию о своих поставщиках.

Как видно из представленной таблицы номенклатура поставщиков многообразна, таким образом, отсутствует однополярная зависимость от какого-либо поставщика (производителя, консолидатора). Основное свойство - гибкий и обширный конкурентный рынок, на котором все решается путем наиболее выгодных условий и доступных предложений.

## Покупатели и заказчики

Таблица: «Основные покупатели и заказчики (клиенты) по состоянию на 31.12.2020 г.\*»

Наименование	Доля, %	Объем, тыс. рублей
Контрагент 1	5,76	201 615
Контрагент 2	4,34	151 814
Контрагент 3	3,15	110 389
Контрагент 4	2,92	102 199
Прочие (с долей менее 5%)	83,83	2 932 921
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>	<b>3 498 938</b>

Источник информации: по данным Эмитента

\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны Эмитент не раскрывает информацию о своих клиентах.

Структура потребителей продукции (услуг) глубоко диверсифицирована, что способствует стабильному и сбалансированному денежному потоку от реализации продукции, а также сводит к минимуму риски значительного сокращения поступлений в случае банкротства (финансовой несостоятельности) некоторой части из них.

Таблица: «Долгосрочные финансовые вложения по состоянию на 31.12.2020 г.»

Контрагент	Краткая характеристика финансовых вложений	Текущая стоимость, тыс.руб.	Дата приобретения/возникновения	Дата возврата/погашения	Аффилированность контрагента с Компанией
ООО "Электротул" (розничный интернет-магазин)	Займ (возвратный)	2 571	11.10.19	10.10.24	есть
ООО "СБК ИНСТРУМЕНТ"*	Займ (выкуп товарного знака Интерскол)	196 626	02.10.20	23.09.22	есть
<b>ИТОГО</b>		<b>199 196</b>			

Источник информации: по данным Эмитента

\*SPV созданное ООО «КЛС-трейд» совместно с дочерней структурой «Сбербанк капитал» ООО «СБК-Ритейл»

### История создания и ключевые этапы развития Эмитента, бренда «Интерскол»

#### История бренда «Интерскол»

Научно-производственная фирма «Интерскол» возникла в 1991 году на базе НПО Всероссийского НИИ Строительного Механизированного ручного инструмента и строительно-отделочных машин, сокращённо ВНИИСМИ — основного советского института по электро и вибро-инструменту. В 1992 году на рынок вышел бренд «Интерскол». В 1998 году было организовано совместное производство с Ижевским механическим заводом (ИМЗ).

В 2002 году в городе Быково Московской области был построен собственный завод полного цикла по производству электроинструмента (Быковский Электроинструментальный завод, БЭЗ). Выведение завода на проектную мощность позволило удвоить производственные возможности Интерскола, так что в 2003 году он вышел на первое место в России по количеству продаваемого электроинструмента. В 2008 году годовой объём производства и продаж превысил 2 миллиона единиц, что выше общего производства электроинструмента всеми советскими предприятиями до распада СССР.

В 2009 году было создано совместное с крупнейшим китайским производителем электроинструмента предприятие ICG — Interskol Crown Group. На новой производственной площадке было организовано производство зубчатых колёс, редукторов, алюминиевых и магниевых корпусов (с литьём и расточкой на обрабатывающих центрах), пластикового литья. Тогда же генеральный секретарь ЕРТА (The European Power Tool Association) Клаус Гриф объявил о вступлении «Интерскол» в ассоциацию. Интерскол приобрёл итальянскую компанию «Felisatti» — одного из мировых лидеров в сегменте профессиональной техники для деревообработки. Чтобы оптимизировать производственные ресурсы, Интерскол полностью перевёл производство Felisatti из итальянской «Феррары» на площадку Быковского завода в Подмоскowie. В IV квартале 2009 года началось производство профессиональных торцовочных пил Felisatti на новом заводе в России.

В 2010 году «Интерскол» стал членом Российского Союза промышленников и предпринимателей (РСПП) и приобрёл завод в Испании, который производит профессиональный инструмент FREUD Industrial.

В 2013 году «Интерскол» вошёл в десятку самых быстрорастущих и высокотехнологичных компаний России.

В настоящее время, бренд «Интерскол» принадлежит совместному предприятию (SPV) ООО «КЛС-трейд» и дочерней структуре «Сбербанк капитал».

### *История создания и развития Эмитента*

Компания образована в 2016 году, но свою текущую деятельность начала с декабря 2018.

Исторически компания ООО «КЛС-трейд» занималась разработкой программного обеспечения для управления сбытом товаров на масс-маркете. Пилотное внедрение проекта «МСТ», созданного специалистами КЛС-трейд было решено опробовать на сбытовой системе компании АО «Интерскол».

Параллельно, в 2018 году видя дефицит товара в компании АО «Интерскол», компания КЛС-трейд заключила соглашение с ней и ввезла за свой счет и своими силами небольшой объем инструмента. После реализации партии инструмента, осознавая продолжающийся дефицит, компания завезла больше товара, так постепенно она стала крупным игроком на данном рынке.

Используя передовой опыт ведущих специалистов компании «Интерскол» позволило в кратчайшие сроки превратиться в одного из ведущих отечественных игроков на рынке электроинструмента.

Логичным продолжением развития деятельности стал выкуп бренда «Интерскол» (товарного знака) у дочерней структуры Сбербанка РФ (новым правообладателем бренда). Так в соответствии с достигнутым соглашением выкуп бренда «Интерскол» производится в рассрочку в течении 2 лет. Основным требованием по совершению сделки стало создание совместного SPV (ООО «СБК-Инструмент») на балансе которого будет учтен товарный знак «Интерскол». По истечении указанного периода по условиям дополнительного опционного соглашения к Эмитенту в полном объеме переходит право собственности совместного предприятия, таким образом «КЛС-трейд» в ближайшее время станет единственным правообладателем бренда.

Кроме того, в стадии исследования и разработки находится проект по локализации (частичной) производства электроинструментов и комплектующих к ним на территории России.

### *Участие в проектах «MARS-500» и «SIRIUS-21»*

Компания ООО «КЛС ТРЕЙД» реализующая на рынке бренд «Интерскол» является инновационной во всех смыслах этого слова. Электроинструменты бренда «ИНТЕРСКОЛ» применялись в ходе двух экспериментальных космических программ «MARS-500» и «SIRIUS-21».

«MARS-500» <http://mars500.imbp.ru/partners.html> - это эксперимент по максимально реалистичной имитации управляемой экспедиции на Марс с высадкой на нём и последующим возвращением. Проект был разработан и реализован Организацией РОСКОСМОС, РАН и ЕКА (Европейским космическим агентством) в три этапа. В ходе эксперимента был создан модуль «Имитатор марсианской поверхности», команда трижды выходила на имитированную марсианскую поверхность, чтобы собрать с поверхности пробы, осуществить забор камней, образцов грунта и скальных пород. Именно с помощью перфоратора Интерскол были добыты образцы скальных пород с «марсианской поверхности».

SIRIUS (Scientific International Research In Unique Terrestrial Station) <http://sirius.imbp.info/> – это международный проект, который проводится в настоящее время в уникальном наземном комплексе совместно с Институтом медико-биологических проблем РАН и Программой исследований человека NASA (Human Research Program). Проект подразумевает проведение серии изоляционных экспериментов продолжительностью 4, 8, 12 месяцев в течение пяти лет. В ноябре 2021 стартовал 3-й этап проекта «SIRIUS-21». Сценарий миссии «SIRIUS-21» основан на моделировании долгосрочной лунной миссии и включает апробацию элементов пилотируемой экспедиции к более удаленным космическим объектам.

Эксперимент включает следующие этапы: выход за орбиту Земли, перелет до условной планеты с последующим орбитальным облетом для поиска места приземления, планетарная посадка экспедиционного модуля для проведения научных исследований, пребывание на орбите для выполнения операций по приему транспортных кораблей и по дистанционному управлению робототехническими средствами для строительства базы, возвращение на Землю.

Во время выходов на лунную поверхность исследователи выполняли операции по забору проб грунта. Инструментом для плановых и внеплановых работ по забору грунта также послужил бренд «Интерскол».

В частности, для проекта «SIRIUS-21», были использованы самые топовые позиции ассортимента ряда бренда «Интерскол», модели с бесщеточным вентиляльным приводом.

*Адрес в сети Интернет, на которой размещен устав Эмитента*

С уставом Общества можно ознакомиться на корпоративном сайте <https://kls-trade24.ru/>

### **1.3. Стратегия и планы развития деятельности Эмитента**

*Стратегия и планы развития на ближайшие 5 лет*

Основной стратегической задачей Компании на ближайшие 5 лет является восстановление объемов продаж продукции марки «ИНТЕРСКОЛ» на Российском рынке электроинструментов. Увеличение к 2023 году доли продукции марки «ИНТЕРСКОЛ» на отечественном рынке электроинструментов и средств малой механизации до 15-16%, а по итогам 2025 года до 18-20%, за счет повышения эффективности системы продвижения и организации продаж нового инновационного электроинструмента.

Реализация стратегии развития бренда потребует решения целого ряда стратегических задач, направленных на повышение имиджа компании в целом и её продукции среди оптовых и розничных партнеров, а также конечных потребителей, включая:

- Устранение дефицита (повышение уровня доступности) товарной продукции марки «ИНТЕРСКОЛ» и запасных частей необходимых для комплексного сервисного гарантийного и послегарантийного ее обслуживания;
- Расширение сети предприятий розничной торговли (розничных точек – РТ), реализующих продукцию марки «ИНТЕРСКОЛ» в регионах сбыта, как в целом по бренду, так и по отдельным наиболее перспективным моделям, что приведет к повышению коэффициента дистрибуции бренда;
- Расширение представленности продукции марки «ИНТЕРСКОЛ» в ассортиментной линейке оптовых и розничных партнеров компании в регионах сбыта за счет вытеснения с полок продукции конкурентов и увеличения собственного уровня SKU;
- Повышение лояльности розничных продавцов и конечных потребителей.

Привлечение облигационных заимствований позволит Компании увеличить денежные вливания, направленные на развитие бизнеса, расширив тем самым финансовые возможности предприятия.

*Прогноз движения денежных средств приведен в Приложении №1*

#### 1.4. Описание отрасли, в которой Эмитент осуществляет свою основную операционную деятельность. Рынок и рыночные позиции Эмитента. Ключевые факторы инвестиционной привлекательности. Конкуренты Эмитента

В разделе приводятся сведения, основанные на маркетинговом исследовании рынка ручного электроинструмента и садовой техники РФ и прогнозе его развития до 2026 года, проведенного по заказу ООО «КЛС-Трейд» компанией «Strategy Partners». По тексту приведены отдельные эскизы данного исследования, весь материал не публикуется и отсутствует в открытом доступе, поскольку является объектом коммерческой тайны.

##### Описание отрасли

Диаграмма: «Отрасль электроинструмента и средств малой механизации»



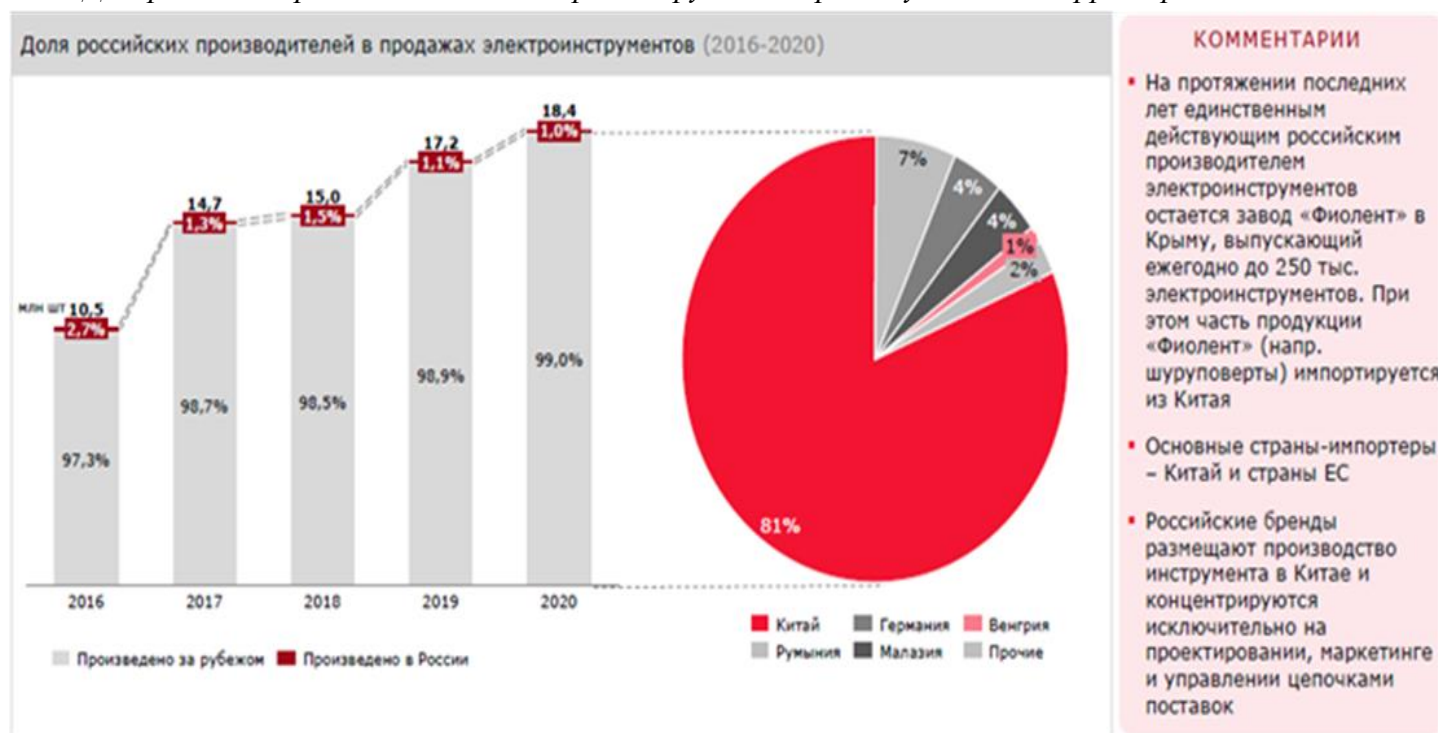
Источник информации: по данным Эмитента

Российский рынок электроинструментов и средств малой механизации стал стремительно развиваться со второй половины 90-х годов прошлого века, достигнув своего пика – максимального объема в 2013 году, претерпев при этом за прошедшие 15-20 лет серьезные изменения как со стороны производителей и продавцов, так и со стороны потребителей.

Резкий рост потребления электроинструментов на начальном этапе и вплоть до 2013 года, был обусловлен рядом факторов, в том числе:

- спрос на большинство видов электроинструментов существенно превышал предложение, вследствие отсутствия его у основной части населения страны;
- восстановление экономики страны привело к началу роста покупательской способности населения в целом и интенсивному формированию среднего класса – группы населения с более высокими финансовыми возможностями;
- ростом индивидуального жилищного и дачного строительства, определенный объем которого обеспечивался за счет использования собственных сил населения.

Диаграмма: «Производители электроинструментов реализуемых на территории РФ»



1 - для сегментов аккумуляторные дрели, дрели, УШМ, шуруповерты (доля данных сегментов превышает 50% рынка)

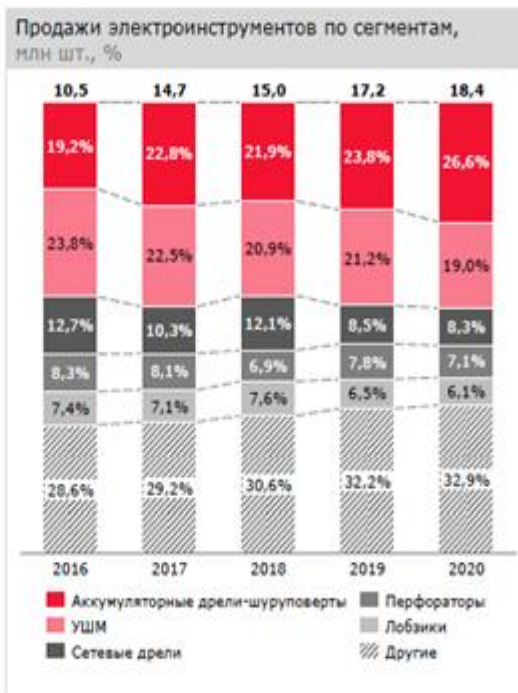
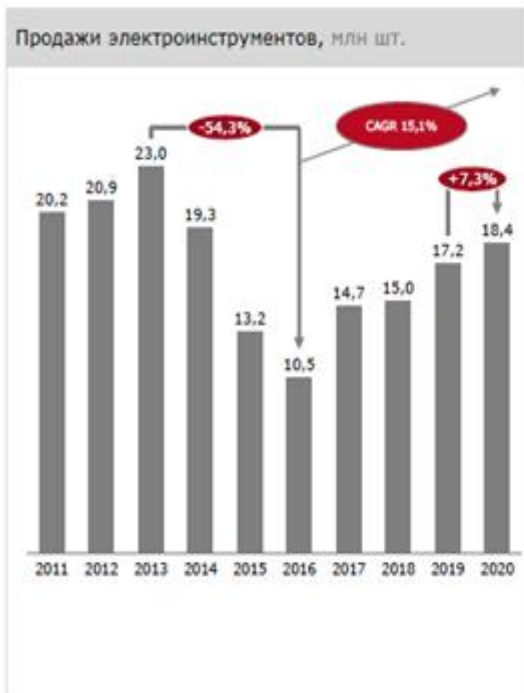
Источник информации: по данным маркетингового исследования «Strategy Partners»

На начальном этапе рассматриваемого периода времени на рынке превалировала продукция известных мировых брендов электроинструментов, преимущественно профессионального уровня и относительно высоким уровнем цен, а также не большим количеством продукции отечественного производства с ограниченным ассортиментом, худшей эргономикой и др. потребительскими свойствами, кроме того с ограничением по объемам производства.

Начавшийся в Российской Федерации в конце 2014 года экономический кризис, основной причиной которого послужила санкционная политика «Запада», привел к резкому падению объемов продаж на рынке электроинструментов, пик которого пришелся на 2016 год, после чего начался медленный процесс восстановления рынка.

В целом рынок электроинструмента показывает стабильный рост в среднем на 8% в год после падения в 2015-2016 гг., ключевой драйвер - аккумуляторные инструменты.

Диаграмма: «Продажи электроинструментов в РФ в натуральном выражении»



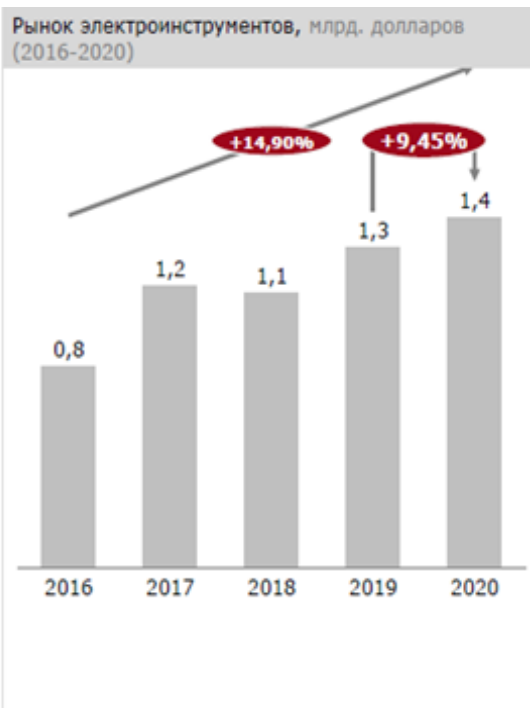
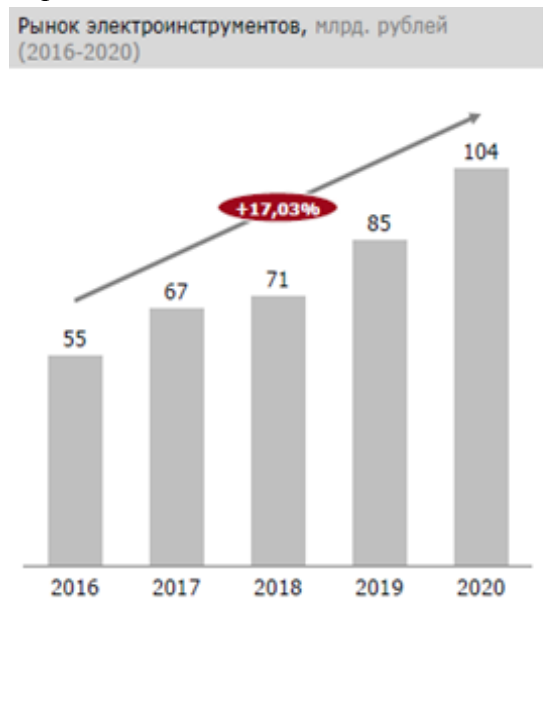
**КОММЕНТАРИИ**

- Несмотря на высокие темпы роста последних 5 лет, объем годового потребления все еще отстает от докризисного<sup>1</sup> уровня
- В структуре продаж можно наблюдать 2 тренда:
  - Рост доли аккумуляторной техники (CAGR<sub>2016-2020</sub> 25%)
  - Сокращение доли сетевых платформ, так например ниша «Сетевые дрели» (CAGR<sub>2016-2020</sub> 3%), УШМ<sup>2</sup> (CAGR<sub>2016-2020</sub> 9%)

1- кризис 2013-2014 – ввод санкций и резкая девальвация рубля; 2- УШМ- угловая шлифовальная машинка

Источник информации: по данным маркетингового исследования «Strategy Partners»

Диаграмма: «Динамика прироста рынка электроинструментов в РФ в стоимостном выражении»



**КОММЕНТАРИИ**

- Основной рост рынка в стоимостном выражении происходит за счет роста объема в натуральном выражении
- В долларовом выражении рынок показывает более низкие темпы роста, что связано с двумя факторами:
  - Снижением себестоимости производства изделий в долл. США (подробнее в разделе ключевые тренды)
  - Ростом объема продаж в натуральном выражении (CAGR 15,1%)

Источник информации: по данным маркетингового исследования «Strategy Partners»

Рынок и рыночные позиции Эмитента.

Компания «КЛС» является одним из крупнейших дистрибуторов электроинструмента и средств малой механизации, клиентская база насчитывает более 500 дилеров и розничных точек на всей территории России, а также в странах СНГ.

В настоящее время продукция под торговой маркой ТМ «ИНТЕРСКОЛ» производится в Китае и реализуется на всей территории РФ и странах СНГ (Белоруссия, Казахстан, Таджикистан, Грузия и Армения) под контролем и управлением компании «КЛС - Трейд». Ассортимент продукции, реализуемой под ТМ «ИНТЕРСКОЛ» представляет собой широкую линейку, состоящую из 136 моделей (217 артикулов) 19 основных видов электроинструментов и 33 моделей (39 артикулов) 14 основных видов садовой техники и средств малой механизации.

Таким образом, исключая группу «ОСНАСТКИ», включающую широкую номенклатуру изделий, необходимую для функционирования данной продукции, компания производит и реализует на рынке 168 наименований изделий (255 отдельных артикулов), основу которых составляет общестроительный и деревообрабатывающий инструмент, а также инструмент для бетонообработки и отделки.

Существующий в настоящее время размер номенклатуры выпускаемой продукции в полном объеме способен удовлетворить потребности отечественных пользователей электроинструментов.

В качестве основной стратегической задачи на 2020 год была принята концепция возвращения продукции «ИНТЕРСКОЛ» на свои лидирующие позиции на рынке за счет увеличения своей рыночной доли.

По итогам 2020 года, несмотря на экономический кризис, вызванный пандемией «COVID 19» в сравнении с аналогичными показателями 2019 года прирост объема продаж в рублях составил 17,46% и 6,78% в абсолютных показателях в штуках. Доля рынка электроинструментов марки «ИНТЕРСКОЛ» по итогам 2020 года выросла до 7,23%.

В создавшейся ситуации наиболее эффективным каналом сбыта продукции становится канал «ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖ», который берет на себя достаточно большой объем издержек и рисков, связанных с непосредственной организацией продаж предприятиями розничной торговли и тем самым существенно повышая эффективность продаж самой компании «КЛС-Трейд».

В ближайшей и среднесрочной перспективе компания «КЛС-Трейд» нацелена активно развивать рынок сбыта «ИНТЕРНЕТ ПРОДАЖ». Учитывая сложившуюся ситуацию в 2020 – 2021 г., и наблюдая бурный рост продаж в этом сегменте, можно сказать, что определенные результаты уже есть, бренд «ИНТЕРСКОЛ» представлен на крупнейших онлайн – площадках:

- «Всеинструменты.ру» <https://www.vseinstrumenti.ru/interskol/>
- «Wildberries» <https://www.wildberries.ru/brands/interskol>
- «AliExpress» <https://aliexpress.ru/brands/interskol>
- «КОМУС» <https://www.komus.ru/search?text=%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BB>
- «ОЗОН» <https://www.ozon.ru/brand/interskol-26303503/>
- Ведутся переговоры с площадкой «ЯНДЕКС МАРКЕТ» и др., планируется сотрудничество с ключевыми игроками рынка онлайн – продаж.

При сложившейся конъюнктуре на отечественном рынке электроинструментов для достижения поставленной цели по восстановлению своей рыночной доли Компании жизненно важно реализовать комплексный медиа - план с широким перечнем рекламных мероприятий и программ стимулирования сбыта продукции компании «ИНТЕРСКОЛ» и значительно более активной позицией в сети Интернет.

## *Положение продукции торговой марки «ИНТЕРСКОЛ» на отечественном рынке электроинструментов*

В свое время отрасль промышленного производства электроинструментов в Китае находилась на начальном этапе развития, и как следствие ее продукция в тот период времени либо отсутствовала на витринах розничных магазинов страны, или была представлена продукцией крайне низкого уровня качества.

Описанные выше условия сформировали потребность в электроинструменте для бытового использования с повышенным уровнем качества, но с ценовыми параметрами существенно ниже, чем у профессиональных аналогов, представленных на рынке. Таким образом, была определена потребительская необходимость в электроинструменте, позиционирующемся в диапазоне между «бытовым» и «профессиональным» классами. В результате чего на отечественном рынке электроинструментов появился фактически «новый», отсутствующим до этого сегмент «полупрофессионального» инструмента, нишу которого успешно на длительный период времени в полном объеме заняла продукция, выпускаемая компанией «ИНТЕРСКОЛ».

Значительную группу потенциальных покупателей этого электроинструмента составляли представители «среднего класса». Данное обстоятельство позволило превратить торговую марку «ИНТЕРСКОЛ» в бренд, а саму компанию сделало лидером рынка электроинструментов РФ по объему реализуемой на нем продукции.

Однако с течением времени в данной перспективной рыночной нише электроинструментов помимо «ИНТЕРСКОЛА» стали появляться другие торговые марки электроинструментов и производителей, преимущественно из Китайской Народной Республики, как уже известные, так и «новые» - вновь создававшиеся. Продукция которых удовлетворяла потребности, как состоятельных пользователей бытового электроинструмента, так и профессионалов, не желающих переплачивать лишние деньги. На развитие данного процесса особое влияние оказал фактор зарождения отрасли производства электроинструментов в Китае и её интенсивного роста, чему существенно поспособствовал процесс переноса производства электроинструментов из США и стран Западной Европы.

Анализ текущего рынка электроинструментов в РФ свидетельствует о возросшем уровне конкуренции на нем. Это связано с тем что абсолютные лидеры предыдущих периодов «ИНТЕРСКОЛ», «Makita» и «Bosch» существенно сократили объемы продаж своей продукции, под влиянием экономических процессов, происходящих в России с одной стороны, и появлением новых лидеров – преимущественно в «низком ценовом» сегменте бытового электроинструмента, таких как «Вихрь», «ПИТ», «Dexter» с другой стороны. Данные факты могут свидетельствовать о продолжении процесса четкого структурирования рынка по потреблению электроинструментов на «бытовой» и «профессиональный» сегменты, с существенным сокращением и переходом остатков универсальной группы «полупрофессионального» инструмента в зону «профессионального».

При этом существенным образом меняется и структура потребления электроинструментов по отдельным видам (группам) электроинструментов. По большинству основных групп электроинструментов за период с 2010 года отмечается либо спад, либо стагнация (группы УШМ и дисковых пил), исключение составляют группы аккумуляторных дрелей – шуруповертов и сетевых

шуруповертов. Наиболее серьезное падение отмечается по группе сетевых дрелей. Однако это не удивительно, так как на фоне четкой структуризации инструмента на «бытовой» и «профессиональный» пользователи отдают свое предпочтение более специализированному и более эффективному по цене (в том числе и по производительности, напрямую влияющему на цену эксплуатации). Как следствие часть пользователей приобретают перфораторы, часть покупают сетевые шуруповерты, а другая отдает предпочтение аккумуляторным дрелям.

Относительно положения отдельных видов продукции ТМ «ИНТЕРСКОЛ» на рынке электроинструментов РФ, то следует отметить, что отрицательный тренд по сокращению доли отдельных видов электроинструментов ТМ «ИНТЕРСКОЛ», существовавший до 2019 года приостановлен.

Повысилась доля продукции ТМ «ИНТЕРСКОЛ» как в целом по электроинструментам, так и по следующим товарным группам: сетевые и аккумуляторные дрели, УШМ, перфораторы и рубанки. Это в свою очередь позволило улучшить позиции продукции ТМ «ИНТЕРСКОЛ» в целом и по группам аккумуляторных дрелей и сетевых перфораторов, а по группам сетевых дрелей и шуруповертов, а также по рубанкам сохранить свои позиции. При этом несколько ухудшились позиции по УШМ, несмотря на небольшой прирост доли рынка, а также по группам дисковых пил и лобзиков (но по данным группам отмечается снижение доли рынка).

Таким образом, можно отметить, что, несмотря на сокращение собственной рыночной доли ТМ «ИНТЕРСКОЛ» к 2019 году, удалось удержать на лидирующие позиции по определенному количеству групп электроинструментов и имеет хороший потенциал к увеличению утерянной в период с 2016 по - 2019 годы доли рынка. О чем свидетельствует стабилизация её позиций по большинству групп в 2020 году, что позволяет прогнозировать возможные перспективы её улучшения в дальнейшем в 2021 году.

Оценивая положение бренда «ИНТЕРСКОЛ» на основе ретроспективного анализа можно отметить, следующее: в период с 2019 по 2020 год ситуация на рынке электроинструментов в регионах сбыта РФ с точки зрения оценки уровня конкуренции фактически не изменилась.

Замедление общего экономического роста в стране ведет к снижению уровня доходов населения в целом, которое ведет в свою очередь к сокращению спроса, в том числе на электроинструменты, особенно в бытовом сегменте.

Еще одним фактором, влияющим на сокращение спроса в бытовом сегменте, является то обстоятельство, что рынок электроинструментов и особенно в бытовом сегменте имеет определенную цикличность, когда количество купленного инструмента отдельного вида достигает определенного насыщения (что наблюдается по большинству товарных групп в настоящее время). В сложившихся условиях сохраняется стабильный уровень спроса на аккумуляторные дрели – шуруповерты и отмечается резкий рост спроса на другие виды аккумуляторного инструмента.

Замедление общего экономического роста в стране ведет к сокращению уровня доходов не только у населения, но и в корпоративном секторе также. Как следствие сокращаются расходы на приобретение электроинструментов и в профессиональном сегменте.

В результате чего определенная доля корпоративных клиентов начинает приобретать продукцию полупрофессионального уровня в категории «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ →».

Это дает отличную рыночную возможность компании «КЛС-Трейд» увеличить свою рыночную долю.

Под влиянием данного обстоятельства многие профессиональные бренды перевели часть своей продукции в более низкий ценовой сегмент с соответствующим снижением уровня качества, и фактическим её переводом в категорию полупрофессионального («профессиональный-»), о чем

свидетельствует как мнение профессиональных пользователей электроинструментов, так и розничных продавцов. В 2020 году ситуация не изменилась.

Столь перспективный и заполненный до 2014 года лишь продукцией марки «ИНТЕРСКОЛ» сегмент рынка электроинструментов – «полупрофессиональный» активно заполняется как известными мировыми брендами, так и новыми для отечественного рынка марками.

В связи с этим проведение активной маркетинговой политики компании «КЛС-Трейд» на рынке электроинструментов в 2020 году было крайне необходимо, в том числе и из-за прогнозов большинства отечественных экономистов, не предрекавших серьезного роста экономики в России в ближайшей перспективе (в 2020 – 2021 году). К сожалению, активной маркетинговой политики компании оказалось недостаточно для реализации маркетингового плана, она не была реализована в полном объеме, в следствии того, что никто не мог спрогнозировать пандемию «Covid - 19», повлекшую полное или частичное ограничение на розничную торговлю, в связи с объявленным карантином, в большинстве регионов сбыта, являющихся отдельными субъектами РФ. В связи с этим активную маркетинговую компанию на рынке электроинструментов решено было продолжить в 2021 году.

В качестве решения стратегической задачи и достижения указанных маркетинговых параметров в 2021 году были выбраны следующие механизмы:

- «Окончание активного внедрения и начало реализации в полном объеме программы «МСТ 5.0» для предприятий розничной торговли и конечных потребителей, начатую в 2020 году. Основной целью реализации данной программы является осуществление контроля над объемами продаж определенного модельного ряда продукции ТМ «ИНТЕРСКОЛ» в отдельных регионах, населенных пунктах и конкретных предприятиях розничной торговли, а также повышение уровня лояльности розничных продавцов, в том числе за счет их стимулирования»;

- «Выход на планируемые объемы продаж новых инновационных электроинструментов - профессиональной линейки инструментов, разработанных на основе вентильных двигателей с постоянными магнитами на единой аккумуляторной платформе – АПИ и бытовой линейки с коллекторными двигателями, реализация которых началась с лета 2020 года»;

- «Выход на планируемые объемы продаж обновленного продуктовой линейки «ИНТЕРСКОЛ MS (MS)», являющейся бытовым инструментом, и замещающий продукцию под маркой «ДОМАШНИЙ МАСТЕР». Данная продукция, выпускаемая под ТМ «ИНТЕРСКОЛ MS (MS)» является эксклюзивной для магазинов членов ассоциации «Machine Store» и должна реализовываться в магазинах на всей территории присутствия всей продуктовой линейки основного бренда»;

- «Завершение формирования штата Департамента Региональных Представителей и начало решения в полном объеме, стоящим перед ним полного объема функциональных задач. Одной из основных на 2021 год задач является работа с предприятиями розничной торговли по возврату позиций на товарных полках, утерянных вследствие замещения дефицита продукции марки «ИНТЕРСКОЛ» несколькими компаниями в низком и среднем ценовых сегментах: «Вихрь», «Зубр», «ПИТ», «Stanley – Black Decker», «Калибр», «Диолд», «Sturm».

### **Несмотря на пандемию и карантинные меры, в 2020 году компании удалось:**

- По итогам года достичь уровня продаж 2,8 млрд.руб. (без учета НДС), демонстрируя почти двукратный рост к 2019 благодаря активному продвижению известного бренда и внедрению технологии МСТ;
- Увеличить долю рынка компании на рынке электроинструмента с 6,25% до 7,23%;
- Разработать и запустить IT инфраструктуру для МСТ технологии;

- Наполнить склад товаром с высоким уровнем доступности;
- Перезапустить сервисную программу, вернуть лояльности покупателей и дилеров;
- Заключить договоры с крупными региональными дилерами DIY-сетями;
- Увеличить клиентскую базу в 2020 году с 80 клиентов до 180 к концу года по всем регионам РФ;
- Заключить соглашения о выкупе бренда «Интерскол»;
- Застраховать основную часть дебиторской задолженности (компания COFACE);
- Застраховать ТМЦ на складе и в пути;
- Возобновить политику управления ценами в каналах сбыта.

### Отраслевые преимущества Эмитента

Таблица: «SWOT-анализ»

<b>Strengths (преимущества)</b>	<b>Weaknesses (слабые стороны)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Широкая узнаваемость бренда «Интерскол» на рынке;</li> <li>• Понятная целевая аудитория;</li> <li>• Сильная команда;</li> <li>• Устойчивая система сбыта;</li> <li>• Наиболее глубокое понимание рынка по сравнению с конкурентами;</li> <li>• Лучшее на рынке управление логистикой;</li> <li>• Сформированная система управления компанией;</li> <li>• Налаженные взаимоотношения с контрагентами;</li> <li>• Наличие сервиса;</li> <li>• Производственные компетенции;</li> <li>• Удачный старт проекта «МСТ»;</li> <li>• Наличие потенциала роста до доли в 17-19%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Процессы регламентированы не до конца, недостаток гибкости в одной части, и отсутствие регламентов в другой;</li> <li>• Потери, связанные с кризисными годами: ухудшение сервисной программы, снижение маркетинговой активности;</li> <li>• Потеря доли рынка в текущем сегменте;</li> <li>• Нехватка оборотных средств.</li> </ul>
<b>Opportunities (возможности)</b>	<b>Threats (угрозы)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реализация инновационных проектов: вентильная программа, МСТ, единая аккумуляторная платформа;</li> <li>• Возможность реализации концепции «фабрики СТМ» для 5 крупнейших сетей DIY Дополнение команды и модернизация системы управления, внедрение автоматизации;</li> <li>• Развитие собственных каналов прямых продаж (через партнерства с сильными специализированными компаниями);</li> <li>• Рост оборотного капитала позволит существенно снизить логистические издержки и повысить доходность;</li> <li>• Выкуп производства позволяет усилить позиции бренда благодаря потребности в обществе покупать товары «сделано в России»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Макроэкономическая неопределенность;</li> <li>• Потеря темпа при внедрении новых технологических решений и линеек продукта;</li> <li>• Риски пандемии.</li> </ul>

Источник информации: по данным Эмитента

### Ключевые факторы инвестиционной привлекательности

- Компания «КЛС» является одним из крупнейших дистрибуторов электроинструмента и средств малой механизации;

- Клиентская база насчитывает более 500 дилеров и розничных точек на все территории РФ;
- Развитая система дистрибуции созданная на основе цифровой модели управления - позволила увеличить объем продаж электроинструмента до 500 млн.руб. в мес.;
- Реализация эффективной отраслевой логистической системы, позволяющей осуществлять управление распределенными складами.

### Основные конкуренты Эмитента

## Бренд: Основные группы конкурентов, слабые и сильные стороны

**30%** Транснациональные производители

- + Известные бренды
- + Значительные и дешевые финансовые ресурсы
- + Глобальный эффект масштаба в производстве и закупках;
- + Опыт работы на зрелых рынках, высокий уровень потребительского маркетинга.
- Россия не в приоритете по целям и выделяемым ресурсам.

**BOSCH**    **RYOBI**    **STANLEY**  
**Makita**    **HITACHI**    **metabo**

**45%** Бренды торговых компаний (Мир инструмента, Зубр, Ресанта, Уралопт и др.)

- + Практически нет отставания по качеству в нижнем и среднем сегменте, т.к. уровень качества китайских OEM заводов выравнивается.
- + Мульти-категорийные и мульти-брендовые, они закрывают значительную часть потребности розничной точки в ассортименте.
- + Не несут производственных и НИОКР расходов, быстро переключаются на новые продукты и более эффективных поставщиков.
- Не имеют компетенций в технически сложных продуктах.
- Нет компетенций в сервисном обслуживании
- Потребитель понимает, что все эти бренды - «дешевой Китай».

**РЕСАНТА**    **CARVER**    **Sturm!**  
**ДИОЛД**    **ЗУБР**    **HÜTER**    **КАМАЗ**

**15%** Private labels сетей (Леруа Мерлен, OBI, 220Вольт, ТМК и др.)

- + Собственный розничный канал продаж с огромным потоком покупателей;
- + Одно звено от завода до покупателя, выше маржа, преимущество в ценах на полке.
- + Возможность активно влиять на потребителя, пришедшего в их магазин (промо, консультанты и др.)
- + Возможность убирать с полки товары конкурентов.
- Преимущественно товары группы А для DIY потребителей
- Преимущественно товары нижнего и среднего сегмента.
- рассматривают ИНТЕРСКОЛ для размещения OEM заказов в РФ

**DEXTER**    **STERWINS**    **LUX TOOLS**  
**Hammer**    **REDVERG**

**1%** Китайские производители

- + Имеют значительные и дешевые финансовые ресурсы.
- + Имеют качественный продукт, есть желание забрать маржу посредников торговых компаний.
- + Ali-Express активно содействует выходу китайских брендов на рынок РФ с минимальным количеством посредников.
- Нет опыта работы на рынке, не хотят рисковать, удобнее работать через OEM заказы с торговыми компаниями из РФ.
- большинство заводов не может выйти на рынок самостоятельно, так как имеет узкий ассортимент и нужен интегратор, который сформирует полноценную линейку.

**INGCO**    **greenworks**    **SAFUN**    **KEN CROWN**

Источник информации: по данным Эмитента

### Основные конкурентные преимущества:

- Инновационные технологии за счет применения и развития цифровой платформы МСТ, позволяют оперативно отслеживать наличие товара на полке, видеть динамику реализации и продаж;
- Бренд ИНТЕРСКОЛ - лидер Российского рынка электроинструментов известный широкому кругу потребителей более 20 лет.

Главное конкурентное преимущество компании «КЛС ТРЕЙД» перед другими игроками рынка электроинструмента, это применение инновационных мультисистемных технологий платформы (МСТ), которые позволяют оперативно видеть динамику реализации и продаж, отслеживать наличие

товара на полке, осуществлять обслуживание электроинструментов, использовать программу лояльности с бонусными баллами и т.д.

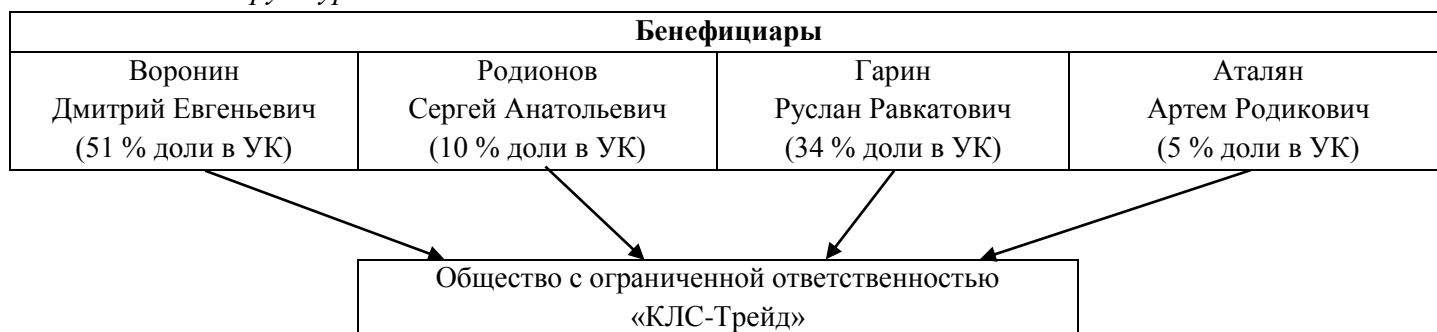
**1.5. Описание структуры Эмитента (группы/холдинга, в которую входит Эмитент, подконтрольные организации и зависимые общества), имеющее по мнению Эмитента значение для принятия инвестиционных решений**

Эмитент не входит в группы/холдинги.

**1.6. Структура акционеров/участников (бенефициары и доли их прямого или косвенного владения в капитале Эмитента), сведения об органах управления (совет директоров, коллегиальный исполнительный орган) и сведения о руководстве (топ-менеджменте) Эмитента (по каждому из органов управления и соответствующему лицу раскрывается их персональный состав с указанием всех должностей, занимаемых таким лицом за последние 5 лет)**

*Структура собственности*

*Схема: «Структура собственности Эмитента по состоянию на 01.07.2021 года»*



*Источник информации: по данным Эмитента*

*Сведения об уставном капитале*

Уставной капитал Эмитента составляет 1 983 000 рублей 00 копеек (оплачен полностью)

*Исполнительный орган*

Единоличным исполнительным органом Общества является – Генеральный директор, без доверенности действует от имени Общества (пункт 10.1. Устава), сроком полномочий на 5 (пять) лет (пункт 10.2. Устава) – Игнатьева Виктория Борисовна.

*Образование*

- в 2014 г. закончила РГУФКСМИТ, управление спортивными организациями;
- с 2020 года по настоящее время проходит обучение в РАНХиГС, бакалавр Экономики;

*Трудовой опыт и управленческий стаж*

- с 2016 по 2019 г. – занимала руководящие позиции в компании ООО «КЛС-Финанс», закончила трудовую деятельность в должности коммерческого директора;

- с февраля 2019 г. по настоящее время - генеральный директор ООО «КЛС-Трейд» и ООО «КЛС-Финанс».

За период своей деятельности в компании КЛС ТРЕЙД Генеральным директором Игнатьева Виктория Борисовна привлекла порядка 50 высококвалифицированных специалистов с опытом работы в отрасли электроинструмента в сфере продаж и логистики. Качественный подбор персонала, умение объединить команду и созданный оптимальные условия труда для сотрудников поспособствовали быстрому росту и развитию Компании на этапе ее становления.

#### Общее собрание участников общества

Высшим органом управления является Общее собрание участников Общества (пункт 8 Устава).

Таблица: «Количественный состав Общего собрания участников общества»

п/п	Статус	ФИО	Образование	Трудовой стаж
1	Советник генерального директора/учредитель	Воронин Дмитрий Евгеньевич	Санкт-Петербургский Государственный Технический Университет. Факультет Технической Кибернетики, кафедра “Компьютерные Интеллектуальные Технологии в проектировании”. Диплом “Магистра Технических Наук” с отличием (“Системы Автоматизированного Проектирования”).	С Октября 2020 года – по настоящее время ООО «КЛС-Трейд» Позиция: Советник генерального директора С Апреля 2018 года по Октябрь 2020 года ООО Мэшинстор Трейд, Позиция: Генеральный Директор (руководство и управление компанией по закупке и реализации электроинструмента и садовой техники, разработка бизнес стратегии и дальнейшая работа по ее внедрению, руководство финансовым длоком компании, привлечение банковского и частного финансирования в рамках бизнес проектов). С Декабря 2016 года по Апрель 2018 года ООО Машинстор, Российская Ассоциация продавцов электроинструмента, садовой техники и средств малой механизации, Москва. Позиция: Заместитель Генерального Директора (создание бизнес-стратегии и управление командой по закупке и реализации электроинструмента и садовой техники, разработка бизнес стратегии и дальнейшая работа по ее внедрению, формирование и контроль за исполнением финансового бюджета компании, привлечение банковского и частного финансирования в рамках бизнес проектов).
2	Учредитель	Гарин Руслан Равкатович	МИТХТ (химико-технологическая академия им. Ломоносова). Инженер технолог.	С 2016 года по настоящее время АО «КЛС групп» Позиция: Генеральный директор С 2019 года по текущий день ООО «Электротул» Позиция: Генеральный директор С 2012 года по август 2020 года ООО «Солидс» Позиция: Генеральный директор
3	Учредитель	Родионов Сергей Анатольевич	Волгоградская академия МВД России, Северо-Западная академия гос. Службы при Президенте РФ. Адвокат.	С 2018 года по настоящее время ИП Родионов Сергей Анатольевич (деятельность в области права)
4	Учредитель	Аталян Артем Родикович	Ташкентский институт ирригации и мелиорации. Менеджер в водном хозяйстве.	С 2015 года по настоящее время ИП Аталян Артем Родикович (Деятельность автомобильного грузового транспорта)

Источник информации: по данным Эмитента

## Совет директоров

Таблица: «Количественный состав Совета директоров общества»

п/п	Статус	ФИО	Образование	Трудовой стаж
1	Председатель	Воронин Дмитрий Евгеньевич	См. таблицу общее собрание участников Общества	См. таблицу «Количественный состав Общего собрания участников Общества»
2	Секретарь	Саакян Григорий Николаевич	МГУСИ	С Мая 2019 года по настоящее время ООО «КЛС-Трейд» Позиция: Менеджер по работе с клиентами, с 02.09.2019 года переведен на должность заместителя генерального директора С Августа 2016 по Февраль 2019 года ООО «КЛС-Финанс» Позиция: Генеральный директор
3	Участник	Гарин Руслан Равкатович	См. таблицу общее собрание участников Общества	См. таблицу «Количественный состав Общего собрания участников Общества»
4	Участник	Родионов Сергей Анатольевич	См. таблицу общее собрание участников Общества	См. таблицу «Количественный состав Общего собрания участников Общества»
5	Независимый директор	Власов Николай Владиславович	Государственная финансовая академия	С 2016 года по настоящее время ПАО «Промсвязьбанк» Позиция: Советник аппарата правления

Источник информации: по данным Эмитента

## Бенефициарные владельцы

Бенефициарные владельцы Компании приведены на схеме выше.

### 1.7. Сведения о кредитных рейтингах Эмитента (ценных бумаг Эмитента)

Рейтинговое агентство «Эксперт» 16.07.2021 г. присвоило рейтинг кредитоспособности ООО «КЛС-Трейд» на уровне ruBB, прогноз по рейтингу – стабильный <https://raexpert.ru/releases/2021/jul16a/>

## 2. СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ФИНАНСОВОМ СОСТОЯНИИ ЭМИТЕНТА

2.1. Операционная деятельность (основная деятельность, приносящая выручку) Эмитента (основные виды, способы финансирования деятельности, иная информация) в динамике за последние 3 года

### Бизнес-модель

Бизнес - модель компании Эмитента представлена в Приложении № 2

### Структура выручки

Таблица: «Продуктовая структура выручки Эмитента\*»

Товарная группа	2018, тыс. руб.	Доля, %	2019, тыс. руб.	Доля, %	2020, тыс. руб.	Доля, %	2021П, тыс. руб.	Доля, %
Электроинструмент	0	0%	1 620 951	99,32%	2 822 999	98,83%	3 830 000	98,21%
Запасные изделия	0	0%	6 278	0,38%	26 998	0,93%	40 000	1,03%
Прочее	0	0%	4 770	0,29%	18 511	0,24%	30 000	0,77%

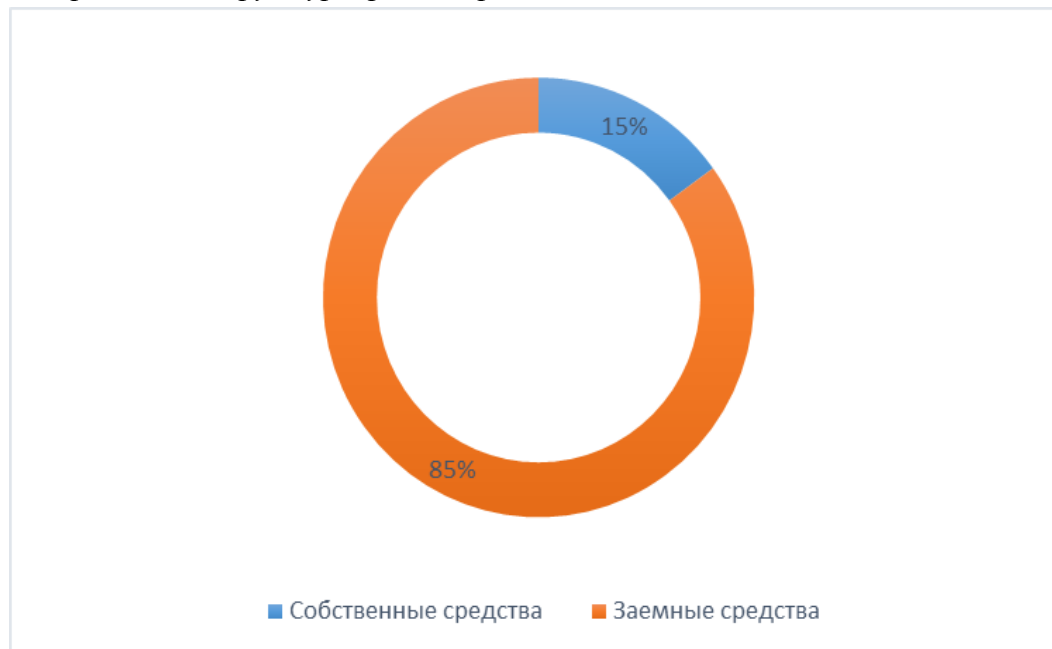
<b>ИТОГО</b>	<b>0</b>	<b>100%</b>	<b>1 631 999</b>	<b>100%</b>	<b>2 868 508</b>	<b>100%</b>	<b>3 900 000</b>	<b>100%</b>
--------------	----------	-------------	------------------	-------------	------------------	-------------	------------------	-------------

Источник информации: по данным Эмитента

\*Без учета НДС.

Способы финансирования бизнеса

Диаграмма: «Структура финансирования деятельности по состоянию на 31.12.2020 г.»



Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности Эмитента

**2.2. Оценка финансового состояния Эмитента в динамике за последние 3 года, включающая в себя обзор ключевых показателей деятельности Эмитента с указанием методики расчета приведенных показателей и адреса в сети Интернет, на которой размещена бухгалтерская (финансовая) отчетность Эмитента, на основе которой были рассчитаны приведенные показатели. Приводится анализ ключевых показателей деятельности Эмитента и мерах (действиях), предпринимаемых Эмитентом (которые планируются предпринять в будущем), для их улучшения и (или) сокращения факторов, негативно влияющих на такие показатели.**

Оценка финансового состояния Эмитента произведена на основе бухгалтерской отчетности, составленной по российским стандартам бухгалтерского учета (РСБУ).

Бухгалтерская (финансовая) отчетность размещена в открытом доступе на странице в сети Интернет ООО «Интерфакс-ЦРКИ» — информационного агентства, аккредитованного ЦБ РФ на раскрытие информации <https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38561&attempt=1>

С бухгалтерской отчетностью так же можно ознакомиться на корпоративном сайте Компании по адресу <https://kls-trade24.ru/>

Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности Эмитента

**Показатели рентабельности**

Таблица: «Ключевые показатели рентабельности»

Показатель		2018	2019	2020	Комментарий
Рентабельность продаж	Факт	-----	10,4%	9,6%	Величина прибыли от продаж в каждом рубле выручки
	Среднее*	2,8%	2,7%	3%	
Рентабельность продаж по ЕВИТ	Факт	-----	9,5%	7,3%	Величина прибыли от продаж до уплаты процентов и налогов в каждом рубле выручки
	Среднее*	2,1%	2,2%	3%	
Рентабельность продаж по ЕВИТДА		-----	9,5%	7,2%	Величина прибыли от продаж до уплаты процентов, налогов и амортизации в каждом рубле выручки
Рентабельность продаж по чистой прибыли	Факт	-----	6,3%	3,9%	Величина чистой прибыли в каждом рубле выручки
	Среднее*	1,5%	1,5%	1,6%	
Рентабельность собственного капитала	Факт	-62,8%	381,4%	121,1%	Отношение чистой прибыли к средней величине собственного капитала
	Среднее*	42%	36%	32%	
Рентабельность активов	Факт	-3,3%	47,4%	16,8%	Отношение чистой прибыли к средней стоимости активов
	Среднее*	4,4%	4,3%	4,3%	
Прибыль на задействованный капитал		-91%	96%	51%	Отношение прибыли до уплаты процентов и налогов (ЕВИТ) к собственному капиталу и долгосрочным обязательствам

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

\*Среднеотраслевые значения. Представленные в таблице данные получены в результате обработки и анализа аудиторской фирмой "Авдеев и К" бухгалтерской отчетности предприятий РФ, собранной Росстатом и ФНС. Метод усреднения показателей: медиана. Источник информации <https://www.testfirm.ru>

В рассматриваемых периодах показатели рентабельности компании превышают среднеотраслевые значения. По итогам 2020 года наблюдается тенденция по снижению данных показателей, которая объясняется следующими факторами.

Общая ситуация на рынке бензо- и электроинструментов ухудшилась по сравнению с 2019 годом, при этом обороты компании (торговая выручка) выросли на 70% за тот же временной период. В связи с быстрыми темпами роста компании часть ее расходов росла быстрее чем её выручка, в том числе:

- фонд оплаты труда по сравнению с 2019 годом увеличился на 200%;
- в целях вытеснения и замещения конкурентов на торговых полках компания выплачивает вознаграждение (бонусы) покупателям, и по сравнению с 2019 годом данная часть расходов компании увеличилась на 180%. Отмечаем, что данные расходы имеют временный характер и не будут оказывать влияние на финансовое положение компании в дальнейшем;
- в целях увеличения торговой выручки, а также для устранения дефицита продукции и удовлетворения спроса покупателей компания вынуждена осуществлять закупки через посредников;
- кроме того, в связи с тем, что кредитные организации в целом не заинтересованы в кредитовании торговых предприятий в период их становления, компания вынуждена привлекать более дорогие заёмные средства (по ставке выше среднерыночной), что привело к существенному росту выплат процентов за пользование займами. По сравнению с 2019 годом сумма выплат возросла на 120%.

Все перечисленные выше факторы привели к временному снижению маржинальности компании в целях захвата и увеличения доли на рынке.

### Показатели оборачиваемости

Таблица: «Ключевые показатели оборачиваемости»

Показатель		2018	2019	2020
Оборачиваемость оборотных средств (отношение средней величины оборотных активов к среднедневной выручке), в днях	Факт	-----	48	71
	Среднее*	124	130	139
Оборачиваемость запасов (отношение средней стоимости запасов к среднедневной себестоимости проданных товаров), в днях	Факт	-----	21	36
	Среднее*	27	29	32
Оборачиваемость дебиторской задолженности (отношение средней величины дебиторской задолженности к среднедневной выручке), в днях	Факт	-----	28	36
	Среднее*	52	55	57
Оборачиваемость кредиторской задолженности (отношение средней величины кредиторской задолженности к среднедневной выручке), в днях	Факт	-----	5	12
	Норма**	Не более 40 дней		
Оборачиваемость активов (отношение средней стоимости активов к среднедневной выручке), в днях	Факт	-----	49	84
	Среднее*	132	139	149
Оборачиваемость собственного капитала (отношение средней величины собственного капитала к среднедневной выручке), в днях		-----	6	12

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

\*Среднеотраслевые значения. Представленные в таблице данные получены в результате обработки и анализа аудиторской фирмой "Авдеев и К" бухгалтерской отчетности предприятий РФ, собранной Росстатом и ФНС. Метод усреднения показателей: медиана. Источник информации <https://www.testfirm.ru>

\*\*Постановление Правительства РФ от 04.05.2012 №442, Приказ Минэкономразвития России №373/пр, Минстроя России №428 от 07.07.2014 г.

Высокие показатели оборачиваемости свидетельствуют о деловой активности Компании, рациональном использовании ресурсов, отлаженном функционировании основных и сопутствующих бизнес-процессов.

### Показатели ликвидности

Таблица: «Ключевые показатели ликвидности»

Показатель		2018	2019	2020
Коэффициент текущей ликвидности (Отношение текущих активов к краткосрочным обязательствам)	Факт	1,01	1,33	1,01
	Среднее*	1,26	1,29	1,35
Коэффициент быстрой ликвидности (Отношение ликвидных активов к краткосрочным обязательствам)	Факт	1,01	0,79	0,49
	Среднее*	0,96	0,97	0,99
Коэффициент абсолютной ликвидности (Отношение высоколиквидных активов к краткосрочным обязательствам)	Факт	0,03	0,03	0,01
	Среднее*	0,07	0,08	0,09

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

\*Среднеотраслевые значения. Представленные в таблице данные получены в результате обработки и анализа аудиторской фирмой "Авдеев и К" бухгалтерской отчетности предприятий РФ, собранной Росстатом и ФНС. Метод усреднения показателей: медиана. Источник информации <https://www.testfirm.ru>

Показатели ликвидности, как и показатели рентабельности подвержены влиянию расходной части на одномоментных интервалах деловой активности.

### Модель Альтмана

Таблица: «Модель Альтмана для частных компаний»

Коэфф-т	Формула	2018	2019	2020
X1	Оборотный капитал (стр. 1200 - стр. 1500) / Активы (стр. 1600)	1,00	0,01	0,25

X2	Нераспределенная прибыль (стр. 2400) / Активы (стр. 1600)	-0,02	0,24	0,12
X3	Операционная прибыль (стр. 2300) / Активы (стр. 1600)	0,00	0,30	0,16
X4	Собственный капитал (стр. 1300) / Обязательства (стр. 1400 + стр. 1500)	0,02	0,14	0,17
X5	Выручка (стр. 2110) / Активы (стр. 1600)	0,00	3,83	3,21
Z	$Z = 0,717 * X1 + 0,847 * X2 + 3,107 * X3 + 0,420 * X4 + 0,998 * X5$	0,71	5,03	4,05
<i>Z &gt; 2,9 - вероятность банкротства &lt; 50% и уменьшается по мере увеличения значения Z</i>				
<i>Z &lt; 1,23 - вероятность банкротства &gt; 50% и увеличивается по мере уменьшения значения Z</i>				
<i>1,23 &lt;= Z &lt;= 2,9 - вероятность банкротства равна 50%.</i>				

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

Таблица: «Модель Альтмана для развивающихся рынков и России»

Коэфф-т	Формула	2018	2019	2020
X1	Оборотный капитал (стр. 1200 - стр. 1500) / Активы (стр. 1600)	1,00	0,01	0,25
X2	Нераспределенная прибыль (стр. 2400) / Активы (стр. 1600)	-0,02	0,24	0,12
X3	Операционная прибыль (стр. 2300) / Активы (стр. 1600)	0,00	0,30	0,16
X4	Собственный капитал (стр. 1300) / Обязательства (стр. 1400 + стр. 1500)	0,02	0,14	0,17
Z	$Z = 3,25 + 6,56 * X1 + 3,26 * X2 + 6,72 * X3 + 1,05 * X4$	9,77	6,31	6,53
<i>Z &gt; 2,6 - вероятность банкротства &lt; 50% и уменьшается по мере увеличения значения Z</i>				
<i>Z &lt; 1,1 - вероятность банкротства &gt; 50% и увеличивается по мере уменьшения значения Z</i>				
<i>1,1 &lt;= Z &lt;= 2,6 - вероятность банкротства равна 50%.</i>				

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

Интегральные коэффициенты, сформированные на основе вышеуказанных моделей далеки от критических значений и говорят о фактическом отсутствии рисков финансовой несостоятельности (банкротства) в анализируемом периоде.

Начальный этап становления и развития Компании, был обусловлен высокой долговой нагрузкой, высокими расходами по обеспечению деятельности, а также низким уровнем ликвидности и финансовой устойчивости.

В условиях сохранения доходности основного вида деятельности, параметров рентабельности - риски утраты финансовой устойчивости и платежеспособности Компанией в ближайшей перспективе не существенны.

В релизе РА «Эксперт» на тему кредитного рейтинга, присвоенного Эмитенту, так же отмечена высокая долговая нагрузка Компании, которая в свою очередь не помешала агентству присвоить рейтинг на уровне ruBB (со стабильным прогнозом). Агентство ожидает снижение долговой нагрузки после погашения задолженности в счёт приобретения ТЗ «Интерскол» уже в 2021 г., уровень процентной нагрузки агентством оценивается как умеренный.

### Основные показатели финансовой деятельности

Таблица: «Основные финансовые показатели»

Показатель (в тыс. рублей)	Формула строк из баланса	2018	2019	2020
Валюта баланса	1600 или 1700	7 328	426 463	893 369
Долг	1410+1510	7 190	323 605	608 731
Заёмные средства / Баланс	$(1410+1510) / 1600$	0,98	0,76	0,68
Дебиторская задолженность	1230	7 067	241 845	327 606

Доля просроченной (более 90 дней) дебиторской задолженности	По данным эмитента	0	0	0
Кредиторская задолженность	1520	0	49 085	143 921
Доля просроченной (более 90 дней) кредиторской задолженности	По данным эмитента	0	0	0
Выручка	2110	0	1 631 999	2 868 508
Себестоимость	2120	0	1 205 478	2 144 418
Валовая прибыль	2100	0	426 521	724 090
Прибыль от продаж	2200	0	169 174	275 222
Проценты к получению	2320	0	288	1 192
Проценты к уплате	2330	0	26 472	67 617
Прибыль до НО	2300	0	128 692	140 708
Чистая прибыль	2400	-126	102 819	110 721
Чистые активы	1300+1530-1170	138	53 773	129 105
Входящий CF от текущих операций	4110	0	1 469 514	3 250 515
Исходящий CF от текущих операций	4120	7 102	1 723 273	3 314 744
Сальдо CF	4100	-7 102	-253 759	-64 229
Амортизация	5100+5200	0	0	800
ЕБИТ	2300-2320+2330	0	154 876	207 133
ЕБИТДА	2300-2320+2330+5100+5200	0	154 876	207 933
Долг/ЕБИТДА	(1410+1510) / (2300-2320+2330+5100+5200)	0	2,09	2,93
ICR (коэффициент покрытия процентов)	(2300-2320+2330)/2330	0	5,85	3,06

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

По итогам 2020 года основные показатели деловой активности Эмитента достигли рекордных значений, в частности, выручка увеличилась на 75,7%, достигнув порога 2,8 млрд.руб. (без учета НДС), чистые активы в результате аккумулирования на балансовых счетах предприятия основной массы нераспределенной прибыли достигли показателя 129 млн.руб., увеличившись тем самым на 140%.

В свою очередь чистая прибыль под влиянием возросшей долговой нагрузки и прочих сопутствующих расходов продемонстрировала не такой значительный рост, увеличившись по сравнению с предыдущим 2019 годом лишь на 7,8%.

Тем не менее, рост долговой нагрузки не сказался существенным образом на качестве обслуживания долга, финансовый показатель ICR по итогам 2020 года хоть и снизился, но остался в пределах комфортных значений.

На данном этапе развития отрицательное сальдо денежного потока является следствием быстрого роста и расширения бизнеса в условиях дефицита оборотных средств и финансовых ресурсов. Согласно прогнозам, на рубеже 2021 года сальдо от текущей (операционной) деятельности достигнет положительного значения.

По итогам 1 квартала 2021 г., на основании данных полученных от розничных точек, аналитической платформы МСТ, статистики продаж поставщиков - выявлено снижение покупательского спроса на 10 – 15% в сегменте электроинструмента и СММ. В условиях сниженного спроса наблюдается усиление конкурентной борьбы в сегменте электроинструмента, что повлекло за собой снижение маржинальности продаж компании. Для получения конкурентного преимущества были скорректированы бизнес – процессы компании и маркетинговая стратегия.

Принятые меры позволили достичь прироста продаж (выручки) в размере 37,2% уже в 1 полугодии 2021 г. по сравнению к 1 полугодью 2020 г. Краткосрочное падение рынка при одновременном увеличении доли продукции торговой марки «ИНТЕРСКОЛ», несмотря на риски снижения чистой прибыли в средне и долгосрочной перспективе являются позитивным сигналом для роста объемов продаж вместе с рынком.

*Компания планирует и в дальнейшем поступательно увеличивать выручку за счет увеличения объемов продаж, а также доли высоко маржинальной продукции. В то же время будет продолжена работа в направлении развития корпоративного управления и уровня подготовки высококвалифицированных кадров.*

### 2.3. Структура активов, обязательств, собственного капитала Эмитента за последние 3 года

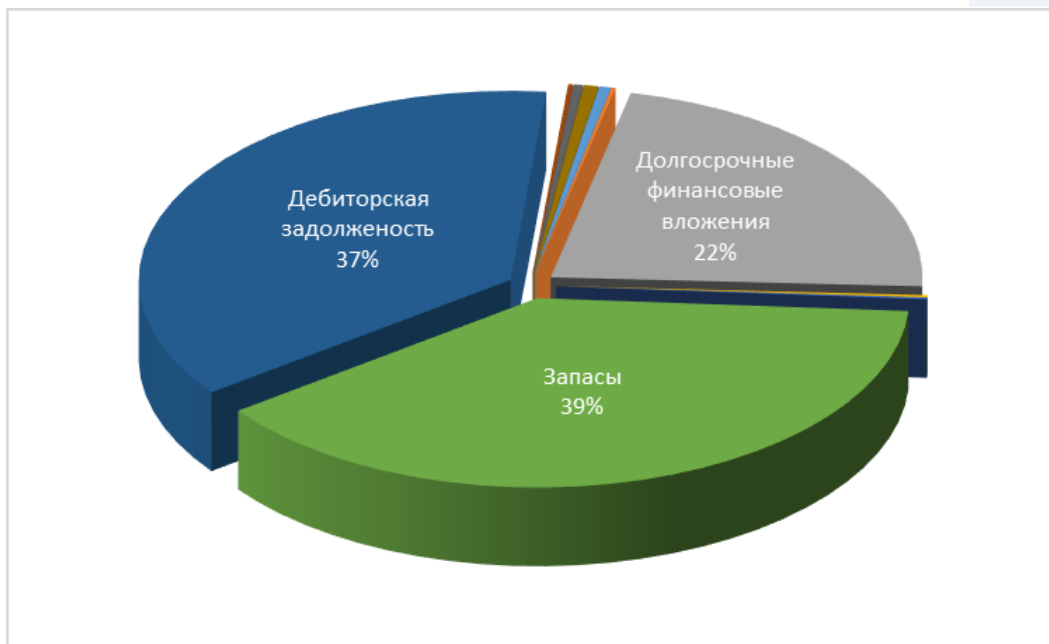
#### Структура активов

Таблица: «Структура активов Эмитента за последние три года, тыс.руб.»

	2018	2019	2020
Нематериальные активы	0	0	4 475
Основные средства	0	0	1 646
Долгосрочные финансовые вложения	0	700	199 196
Отложенные налоговые активы	31	31	1 614
Прочие внеоборотные активы	0	172	1 340
<b>Итого внеоборотные активы</b>	<b>31</b>	<b>903</b>	<b>208 271</b>
Запасы	0	171 720	346 311
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	20	24
Дебиторская задолженность	7 067	241 845	327 606
Краткосрочные финансовые вложения	0	0	1 809
Денежные средства и денежные эквиваленты	230	10 923	3 763
Прочие внеоборотные активы	0	1 052	5 585
<b>Итого оборотные активы</b>	<b>7 297</b>	<b>425 560</b>	<b>685 098</b>
<b>ИТОГО АКТИВЫ</b>	<b>7 328</b>	<b>426 463</b>	<b>893 369</b>

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

Диаграмма: «Структура активов за 2020 г.»



Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

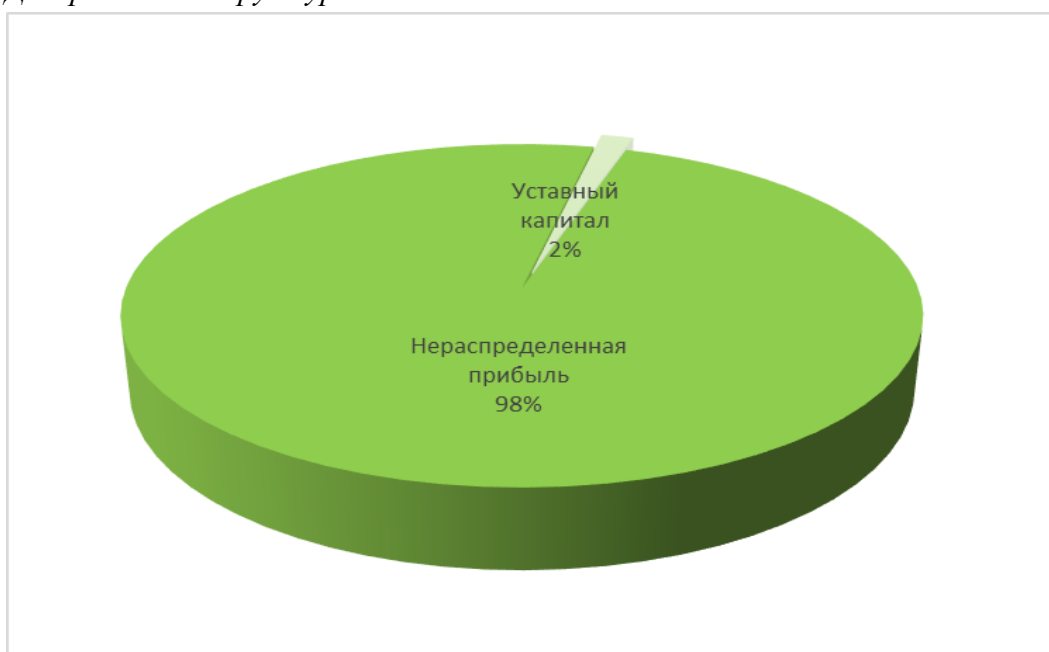
### Структура собственного капитала

Таблица: «Структура собственного капитала Эмитента за последние три года, тыс. руб.»

	2018	2019	2020
Уставный капитал	10	10	1 983
Нераспределенная прибыль	128	53 763	127 122
<b>ИТОГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ</b>	<b>138</b>	<b>53 773</b>	<b>129 105</b>

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

Диаграмма: «Структура собственного капитала за 2020 г.»



Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

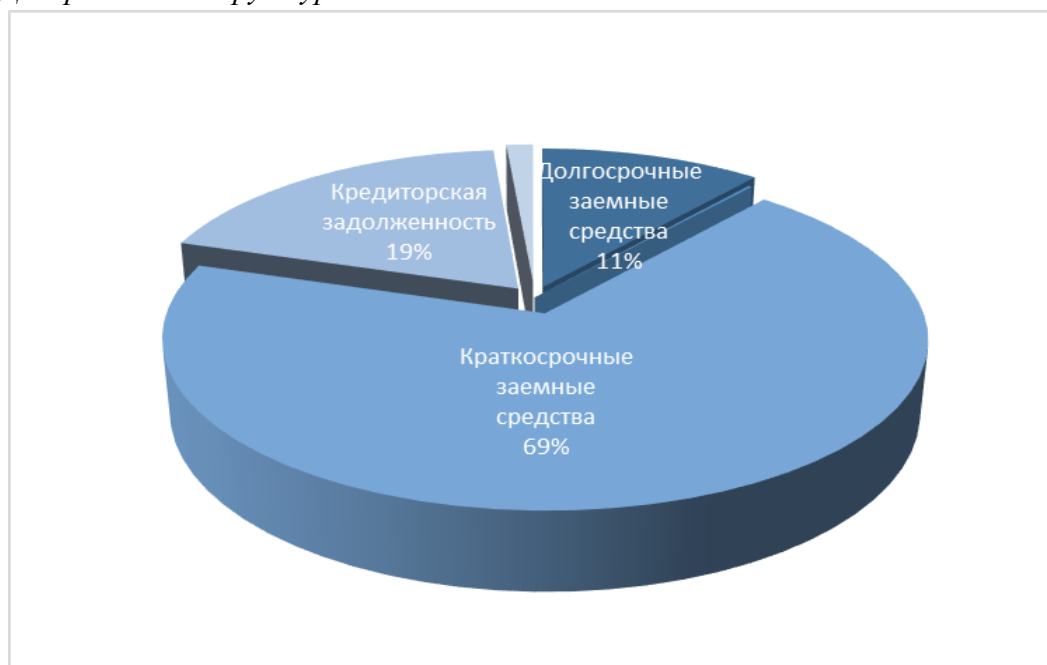
## Структура обязательств

Таблица: «Структура обязательств Эмитента за 2020 год, тыс.руб.»

	2018	2019	2020
Долгосрочные заемные средства	0	53 822	84 600
Отложенные налоговые обязательства	0	0	107
Прочие обязательства	0	0	1 271
<b>Итого долгосрочные обязательства</b>	<b>0</b>	<b>53 822</b>	<b>85 978</b>
Краткосрочные заемные средства	7 190	269 783	524 131
Кредиторская задолженность	0	49 085	143 921
Оценочные обязательства	0	0	10 234
<b>Итого краткосрочные обязательства</b>	<b>7 190</b>	<b>318 868</b>	<b>678 286</b>
<b>ИТОГО ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>	<b>7 328</b>	<b>426 463</b>	<b>893 369</b>

Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

Диаграмма: «Структура обязательств за 2020 г.»



Источник информации: по данным финансовой (бухгалтерской) отчетности (РСБУ)

## 2.4. Кредитная история Эмитента за последние 3 года, действующий кредитный портфель

Таблица: «Кредитная история Эмитента за период с 2018 по 2020 гг.»

Источник	Ставка	Дата получения	Лимит, тыс. руб.	Остаток, тыс. руб.	Дата погашения	Примечания
КЛС-Групп АО	16%	25.12.2018	19 267	0	01.04.2019	Аффилированно
КАПИТАЛ ГРУП ООО	16%	28.02.2019	80 000	0	21.05.2020	-----
Филиал "Корпоративный" ПАО "Совкомбанк"	12%	04.07.2019	12 500	0	25.11.2019	-----
РУСНАРБАНК КБ АО	13%	15.04.2019	35 000	0	10.01.2020	-----
ФСКБ ПРИМОРЬЯ "ПРИМСОЦБАНК"	9,50%	29.11.2019	30 000	0	27.11.2020	-----
ТИНЬКОФФ БАНК АО	16%	06.04.2020	10 000	0	29.01.2021	-----
Деловой центр нейрохирургии АО	21,60%	17.02.2020	10 000	0	19.06.2020	-----
СИМПЛКО ООО	17,20%	30.05.2019	1 000	0	01.07.2019	-----
Частные инвесторы*	-----	-----	-----	0	-----	-----

Источник информации: по данным Эмитента

\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны Эмитент не раскрывает информацию о своих частных инвесторах.

Таблица: «Действующие кредиты и займы по состоянию на 31.12.2020 г.»

Источник	Ставка	Дата получения	Лимит, тыс. руб.	Остаток, тыс. руб.	Дата погашения	Доля	Примечания
Банк ВТБ (ПАО)	7,50%	23.06.2020	250 000	250 000	24.05.2022	41%	-----
АО «МОСКОМБАНК»	12%	29.04.2020	50 000	10 340	27.05.2022	2%	-----
ФСКБ ПРИМОРЬЯ "ПРИМСОЦБАНК"	9,50%	11.11.2020	30 000	30 000	11.11.2021	5%	-----
ПРОМСВЯЗЬБАНК ПАО	2%	25.06.2020	11 921	11 921	30.06.2021	2%	-----
ТИНЬКОФФ БАНК АО	16%	06.04.2020	10 000	6 826	05.04.2030	1%	-----
КАПИТАЛ ГРУП ООО	17,00%	17.12.2020	50 000	50 000	15.06.2021	8%	-----
ЛАКИНВЕСТ ООО	16,00%	31.10.2019	15 000	15 000	28.07.2021	2%	-----
МОСКОМБАНК АО	12,0%	29.05.20	-----	497	27.05.2022	0%	%
ФСКБ ПРИМОРЬЯ "ПРИМСОЦБАНК"	9,5%	11.11.20	-----	39	11.11.2021	0%	%
ТИНЬКОФФ БАНК АО	16,0%	06.04.20	-----	39	05.04.2030	0%	%
КАПИТАЛ ГРУП ООО	17,00%	17.12.20	-----	251	15.06.2021	0%	%
Частные инвесторы*	-----	-----	-----	233 821	-----	39%	%
<b>ИТОГО</b>				<b>608 734</b>		<b>100%</b>	

Источник информации: по данным Эмитента

\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны Эмитент не раскрывает информацию о своих частных инвесторах.

Эмитент является добросовестным заемщиком и все свои обязательства исполняет своевременно и в полном объеме.

## 2.5. Основные дебиторы и кредиторы Эмитента на последнюю отчетную дату

Таблица: «Кредиторская задолженность по состоянию на 31.12.2020 г.»

Кредитор	Доля, %	Объем, тыс. рублей	Дата возникновения	Статус задолженности
Контрагент 1	13,90	19 999	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 2	7,37	10 608	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 3	7,12	10 247	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 4	4,99	7 178	4 квартал 2020 года	текущая
Прочие (менее 5%)	52,90	56 123	4 квартал 2020 года	текущая
НДС	24,29	34 965	4 квартал 2020 года	текущая
НДС по авансам и предоплата	-2,79	-4 012	4 квартал 2020 года	текущая
Расчеты по социальному страхованию и обеспечению	1,88	2 703	4 квартал 2020 года	текущая
Расчеты с персоналом по оплате труда	2,07	2 985	4 квартал 2020 года	текущая
Расчеты по имущественному и личному страхованию	2,17	3 125	4 квартал 2020 года	текущая
<b>ИТОГО</b>	<b>100,00</b>	<b>143 921</b>		

Источник информации: по данным Эмитента

\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны эмитент не раскрывает информацию о своих кредиторах.

Таблица: «Дебиторская задолженность по состоянию на 31.12.2020 г.»

Дебитор	Доля, %	Объем, тыс. руб.	Дата возникновения	Статус задолженности
Контрагент 1	5,20	17 037	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 2	4,96	16 241	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 3	9,36	30 679	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 4	4,09	13 407	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 5	3,09	10 135	4 квартал 2020 года	текущая
Контрагент 6	5,16	16 891	4 квартал 2020 года	текущая
Прочие	68,14	223 216	4 квартал 2020 года	текущая
<b>ИТОГО</b>	<b>100,00</b>	<b>327 606</b>		

*Источник информации: по данным Эмитента*

*\*В рамках политики по неразглашению коммерческой тайны эмитент не раскрывает информацию о своих дебиторах.*

*По состоянию на 30.12.2020 г. просроченная дебиторская задолженность у Эмитента отсутствовала.*

## **2.6. Описание судебных процессов, в которых участвует Эмитент и которые могут существенно повлиять на финансовое состояние Эмитента**

По состоянию на 30.11.2021 г. Эмитент не участвовал в судебных процессах, которые могли существенно повлиять на его финансовое состояние.

## **3. СВЕДЕНИЯ О РАЗМЕЩАЕМЫХ (РАЗМЕЩЕННЫХ) ЦЕННЫХ БУМАГАХ ЭМИТЕНТА И ИСПОЛНЕНИИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО НИМ**

### **3.1. Основные сведения о размещаемых (размещенных) Эмитентом ценных бумагах, в отношении которых составлен инвестиционный меморандум**

Ссылка на страницу в сети Интернет, на которой размещены эмиссионные документы:  
<https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=38561&attempt=1>

### **3.2. Цели эмиссии ценных бумаг и планы по направлению полученных от размещения ценных бумаг денежных средств**

Целью эмиссии в первую очередь является пополнение оборотных средств (закупка высоколиквидной продукции, а также внедрение нового модельного ряда).

### **3.3. Источники исполнения обязательств по ценным бумагам**

За счет полученной торговой выручки.

### **3.4. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Эмитента, которые могут влиять на исполнение обязательств по ценным бумагам, включая существующие и потенциальные риски. Политика Эмитента в области управления рисками.**

*Инвестиции в ценные бумаги Эмитента связаны с определенной степенью риска. Поэтому потенциальные инвесторы, прежде чем принимать любое инвестиционное решение, должны*

*тщательно изучить риски, которые могут оказать существенное неблагоприятное воздействие на хозяйственную деятельность и финансовое положение Эмитента.*

Управление рисками в компании «КЛС – Трейд» осуществляется в соответствии с разработанным Положением об управлении рисками.

Положение разработано на основе требований Международного стандарта ИСО 31000:2018 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» (ISO 31000:2018 «Risk management — Guidelines», IDT), ГОСТ Р ИСО 31000—2019, Концепции и приложения COSO «Внутренний контроль. Интегрированная модель» (2013 г.), Устава Организации и ее внутренних нормативных документов. В положении прописаны основные группы рисков, а также описана методика борьбы с каждым из них.

В положении описаны следующие виды рисков и методы борьбы с ними:

Профессиональный риск - вероятность причинения вреда здоровью в результате воздействия вредных и (или) опасных производственных факторов при исполнении работником обязанностей по трудовому договору или в иных установленных законом случаях.

Рыночный риск - влияние внешних по отношению к организации факторов, возникающих в результате изменения конъюнктуры рынка: колебания цен, курсы валют. Рыночным рискам в наибольшей степени подвержены самые ликвидные активы компании: денежные средства, товарные запасы.

Кредитный риск - вероятные потери, связанные с отказом или неспособностью контрагента полностью или частично выполнить свои финансовые обязательства.

Риск ликвидности - вероятность получения убытка из-за недостатка денежных средств и неспособности выполнить свои обязательства. Последствия риска ликвидности: штрафы, пени, ущерб деловой репутации, банкротство. Риск возникает по причине непрофессионального управления оборотным капиталом.

Операционный риск - потенциальные потери в результате отказа информационно-технических систем вследствие внутренних и (или) внешних причин.

Правовой риск - возможные потери в результате изменения законодательства, а также из-за несоответствия документов законодательным нормам. Последствия риска: признание сделки недействительной, наступление ответственности по заключенным договорам.

Налоговый риск - возможные потери в результате изменения налогового законодательства, а также непрофессиональных или противозаконных действий работников организации. Последствия налогового риска: пени, штрафы, доначисления налогов в бюджет, административная и уголовная ответственность.

Маркетинговый риск - это риск недополучения прибыли из-за снижения объема реализации и/или потери стоимости активов компании. Ошибки в планировании дохода происходят из-за недостаточного анализа рынка: неверной оценки конкурентоспособности или неправильного ценообразования. Также на маркетинговый риск влияют ошибки в стратегии продвижения: недостаточный бюджет на продвижение или неправильный способ продвижения.

Логистический риск - возможные потери в результате хранения, не поставки, неполной поставки или поставки с нарушением сроков продукции от/до контрагента. Последствия риска: штрафы за нарушение сроков поставки, недополучение прибыли при задержке поставки продукции, убытки при потере или повреждении продукции в процессе поставки.

*Более подробное описание рисков и методов борьбы с ними приведено в Положении об управлении рисками, ознакомиться с Положением можно на корпоративном сайте <https://kls-trade24.ru/>*

*Настоящий перечень не является исчерпывающим и не раскрывает информацию обо всех рисках на рынках, на которых работает Эмитент, вследствие разнообразия возникающих на них ситуаций, а порядок изложения рисков не отражает вероятность их возникновения. Таким образом, приведенный анализ возможных рисков, не исключает необходимости проведения потенциальными инвесторами самостоятельного анализа.*

**3.5. Сведения о лицах, предоставивших обеспечение (поручительство) по размещаемым облигациям Эмитента**

По размещаемым облигациям Эмитента обеспечение (поручительство) не предоставлено.

**3.6. Информация о всех размещенных ранее выпусках облигаций эмитента, с указанием информации об использовании привлеченных средств, поступивших от выпуска(ов) облигаций, а также приводится информация о выпусках облигаций, погашенных в течение последних 5 лет**

Эмитент ранее не размещал облигационные заимствования на долговом рынке, данный выпуск является дебютным.

**Приложение №1**

*Таблица: «Прогноз движения денежных потоков без учета выпуска облигаций»*

Показатель	2021		2022		2023		2024		2025		2026	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Денежные потоки от текущих операций												
<b>Поступления – всего</b>	3 975 000	100,00%	5 170 000	100,00%	5 400 000	100,00%	5 680 000	100,00%	5 980 000	100,00%	6 575 000	100,00%
в том числе:												
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	3 765 000	94,72%	4 950 000	95,74%	5 250 000	97,22%	5 480 000	96,48%	5 750 000	96,15%	6 325 000	96,20%
прочие поступления	210 000	5,28%	220 000	4,26%	150 000	2,78%	200 000	3,52%	230 000	3,85%	250 000	3,80%
<b>Платежи – всего</b>	-3 843 450	100,00%	-4 990 500	100,00%	-5 023 700	100,00%	-5 245 920	100,00%	-5 608 672	100,00%	-6 206 639	100,00%
в том числе:												
поставщикам (подрядчикам) за сырьё, материалы, работы, услуги	-2 748 450	71,51%	-3 613 500	72,41%	-3 832 500	76,29%	-4 000 400	76,26%	-4 197 500	74,84%	-4 617 250	74,39%
в связи с оплатой труда работников	-193 000	5,02%	-212 000	4,25%	-233 200	4,64%	-256 520	4,89%	-282 172	5,03%	-310 389	5,00%
процентов по долговым обязательствам	-55 000	1,43%	-70 000	1,40%	-77 000	1,53%	-79 000	1,51%	-79 000	1,41%	-79 000	1,27%
налог на прибыль организаций	-144 000	3,75%	-175 000	3,51%	-196 000	3,90%	-200 000	3,81%	-200 000	3,57%	-200 000	3,22%
прочие платежи	-703 000	18,29%	-920 000	18,44%	-685 000	13,64%	-710 000	13,53%	-850 000	15,16%	-1 000 000	16,11%
<b>Сальдо денежных потоков от текущих операций</b>	<b>131 550</b>		<b>179 500</b>		<b>376 300</b>		<b>434 080</b>		<b>371 328</b>		<b>368 361</b>	

*Источник информации: по данным Эмитента*

*Таблица: «Прогноз движения денежных потоков с учетом выпуска облигаций»*

Показатель	2021		2022		2023		2024		2025		2026	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Денежные потоки от текущих операций												
<b>Поступления – всего</b>	4 515 000	100,00%	5 480 000	100,00%	6 150 000	100,00%	6 900 000	100,00%	7 426 000	100,00%	8 090 000	100,00%
в том числе:												
от продажи продукции, товаров, работ и услуг:	4 265 000	94,46%	5 250 000	95,80%	6 050 000	98,37%	6 750 000	97,83%	7 126 000	95,96%	7 840 000	96,91%
1. Облигации	100 000	2,21%										
прочие поступления	150 000	3,32%	230 000	4,20%	100 000	1,63%	150 000	2,17%	300 000	4,04%	250 000	3,09%
<b>Платежи – всего</b>	-4 291 000	100,00%	-5 055 400	100,00%	-5 728 000	100,00%	-6 359 130	100,00%	-6 874 817	100,00%	-7 524 987	100,00%

в том числе:												
поставщикам (подрядчикам) за сырьё, материалы, работы, услуги	-3 843 000	89,56%	-4 356 000	86,17%	-4 940 000	86,24%	-5 654 000	88,91%	-5 643 000	82,08%	-6 207 300	82,49%
в связи с оплатой труда работников	-193 000	4,50%	-212 000	4,19%	-222 600	3,89%	-233 730	3,68%	-245 417	3,57%	-257 687	3,42%
процентов по долговым обязательствам	-55 000	1,28%	-162 400	3,21%	-169 400	2,96%	-171 400	2,70%	-171 400	2,49%	-195 000	2,59%
налог на прибыль организаций	-100 000	2,33%	-175 000	3,46%	-196 000	3,42%	-200 000	3,15%	-200 000	2,91%	-250 000	3,32%
прочие платежи	-100 000	2,33%	-150 000	2,97%	-200 000	3,49%	-100 000	1,57%	-615 000	8,95%	-615 000	8,17%
<b>Сальдо денежных потоков от текущих операций</b>	<b>224 000</b>		<b>424 600</b>		<b>422 000</b>		<b>540 870</b>		<b>551 184</b>		<b>565 013</b>	

Источник информации: по данным Эмитента

## Приложение №2

Таблица: «Бизнес - модель Компании»

Ключевые Партнёры	Ключевая деятельность	Ценностные предложения	Отношения с Покупателями	Сегментация Потребителя
<p>Российские и иностранные поставщики электроинструмента и садовой техники</p> <p>1) Поставщики из Китая - производители электроинструмента MASTERCO INSTRUMENTS PTE. LIMITED Компания является консолидатором груза и часто предлагает свои услуги, которые помогают профинансировать путь или производство на основных заводах, где компания заказывает инструмент. Кроме того, у КЛС-трейд со всеми ключевыми поставщиками заключены прямые контракты:</p> <p>2) Zhejiang Benyu Tools Co.,Ltd 3) SHANGHAI JOYE IMPORT &amp; EXPORT CO., LTD 4) SHAAN XI SUCCEED TRADING</p>	<p>*Закупка, логистика, сервисное обслуживание</p> <p>* Сервисное обслуживание и поддержание складов запасных частей</p> <p>*Разработка и производство электроинструмента.</p> <p>*Продажи</p> <p>*Разработка и внедрение продуктов: вывод новых линеек, управление ассортиментом</p> <p>*Планирование и оптимизация, внедрение математических моделей прогнозирования рынка и продаж</p> <p>*Он-лайн и офф-лайн маркетинг</p> <p>*Разработка цифровых приложений и сервисных платформ для осуществления транзакций.</p> <p>*Использование инновационных технологий (МСТ) в системе продаж и гарантийного обслуживания электроинструмента</p>	<p>*Качественная продукция, продажа электроинструмента ТМ «ИНТЕРСКОЛ»</p> <p>*Качественный ассортимент замещение бензиновой техники электро – и аккумуляторной техникой</p> <p>*Внедрение единой аккумуляторной платформы на электроинструмент и садовую технику</p> <p>*Продвинутый сервис, гарантийное обслуживание на основе инновационной технологии МСТ</p> <p>*Дополнительная мотивация продавцов и покупателей на основе системы МСТ</p> <p>*Внедрение обучающей программы «Академия инструмента Интерскол» для сотрудников и продавцов</p>	<p>*Гарантия качества поставленной продукции</p> <p>*Сервис для клиента, качественное гарантийное обслуживание,</p> <p>*Персональная поддержка, обучение покупателей</p> <p>* Повышение лояльности покупателей за счет начисления баллов и получения расширенной гарантии через мобильную платформу МСТ</p> <p>*Дилерские соглашения: соблюдения территориальных интересов компании КЛС-трейд по дистрибуции.</p>	<p>*Профессионалы: 30%</p> <p>* «DIY-любители» /полупрофессионалы: 15%</p> <p>*Непрофессионалы/домашнее использование: 55%</p> <p>* «Дачники»/владельцы ИЖС: 70% от общего числа потребителей.</p> <p>*Мы сегментируем потребителей разными ассортиментными линейками: для профессионалов один набор моделей, для любителей другой, для непрофессионалов третий.</p> <p>*Категорию «Дачники» мы считаем одной из самых важных: она очень</p>
	<b>Ключевые Ресурсы</b>		<b>Каналы сбыта</b>	

<p>CO.,LTD (TMG) 5) DOWOX INTL TRADING CO., LTD 6) TOSAN (Crown) 7) NANGTONG GOMAA INTERNATIONAL CO., LTD</p> <p>Диверсификация поставщиков позволяет компании хеджировать риски и получать конкурентное ценовое предложение за счет того, что поставщики конкурируют между собой.</p> <p>2)Поставщики в РФ, торговые компании которые завозят электроинструмент ООО «Мир инструмента», ООО «ФЕЛИМАКС» и т.д.</p>	<p>*Интеллектуальные ресурсы: узнаваемый бренд «ИНТЕРСКОЛ», инновационные цифровые IT -технологии МСТ, *Персонал, качественное управление, Сильная команда; *Инновационные идеи; *Маркетинг, стратегия продвижения *Финансирование (кредиты, инвестиции)</p>	<p>*Эффективная логистическая система, осуществляющая управление распределенными складами * Управление ассортиментом и объемом закупок для основных дилеров, на основе прогнозирования рынка</p>	<p>*Региональные локальные дистрибьюторы *Онлайн продажи (интернет – магазины) необходимо развивать это направление, есть потенциал роста *Крупные интернет магазины (CityLink, 220Вольт, Петрович и т.п.) *DIY сети (ОВИ и т.п.)</p>	<p>многочислена, в ней могут быть представлены представители всех групп (профи/любители/чайники), при этом «дащикам» требуется обширный набор инструмента, который включает в себя и сегмент электроинструмента и сегмент садовой техники.</p>
<b>Структура затрат</b>		<b>Потоки поступления доходов</b>		
<p>*Закупка электроинструмента садовой техники и комплектующих (самая затратная часть, «себестоимость») *Разработка и производство электроинструмента; *Разработка цифровых приложений и сервисов; *Сервисное и гарантийное обслуживание; *Маркетинг, продвижение, *Выкуп бренда «ИНТЕРСКОЛ» *Логистика; *ФОТ *Погашение задолженности банкам и физ.лицам</p>		<p>*Реализация электроинструмента и садовой техники, *В перспективе переход от концепции «продажа товара» к «сервису для клиента» т.е монетизация сервиса и доп.услуг для клиента *Продвижение технологии МСТ на рынок (в перспективе).</p>		

*Источник информации: по данным Эмитента*