

УТВЕРЖДЕН

Решением общего собрания участников ООО
«Нэппи Клуб» (Протокол №б/н от «29 апреля
2025 года)

**ГODOVOЙ ОТЧЕТ
ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«Нэппи Клуб»
за 2024 г.**

Генеральный директор	Р.Г. Квиникадзе
-----------------------------	------------------------

г. Москва, 2025 г.

Оглавление

1. Общие сведения	3
2. Приоритетные направления деятельности общества	4
3. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью общества	6
4. Перечень совершенных обществом в отчетном году крупных сделок	8
5. Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, в совершении которых имелась заинтересованность.....	8
6. Сведения о чистых активах	8
7. Сведения о генеральном директоре	8
8. Основные положения политики общества в области вознаграждения и (или) компенсации расходов	9
9. Сведения о соблюдении обществом рекомендаций Кодекса корпоративного управления	9

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

1.1. Полное фирменное наименование Общества

Общество с ограниченной ответственностью «Нэппи Клуб»

1.2. Сокращенное фирменное наименование Общества

ООО «Нэппи Клуб»

1.3. Сведения о регистрации Общества

Общество с ограниченной ответственностью «Нэппи Клуб», зарегистрировано Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службы № 15 по Санкт-Петербургу.

ОГРН – 1177847016786

ИНН – 7841052120

КПП – 774301001

1.4. Место нахождения и почтовый адрес

Адрес юридического лица: 125212, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Войковский, ул. Выборгская, д. 16, стр. 1, помещ. 1/1.

1.5. Адрес страницы в сети «Интернет», на котором доступна информация об Обществе, выпущенных и/или выпускаемых им ценных бумагах:

<https://nappyclub.ru/>

<https://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=39151>

1.6. Сведения об участниках Общества¹

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Доля в уставном капитале, %	Номинальная стоимость, руб.
1.	Квиникадзе Роман Георгиевич	30,445	40 884,00
2.	Головков Сергей Сергеевич	26,325	35 351,00
3.	Мосин Артем Игоревич	5	6 714,00
4.	Комаров Алексей Александрович	33,23	44 623,00
5.	Пеньков Игорь Олегович	5	6 714,00

1.7. Сведения об уставном капитале

Уставный капитал Общества составляет 134 286 (Сто тридцать четыре тысячи двести восемьдесят шесть) рублей.

1.8. Органы управления

Общее собрание участников Общества, Генеральный директор.

¹ По состоянию на 31.12.2024 года.

2. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА.

- 2.1. Общество было учреждено на основании Протокола № 1 Общего собрания учредителей ООО «Нэппи Клуб» от 16 января 2017 г. в целях получения прибыли и насыщения рынка товарами и услугами.
- 2.2. Основным видом деятельности Общества в 2024 году являлся ОКВЭД: 47.91 Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет.

ООО «Нэппи Клуб» реализует товары под собственным брендом NappyClub для беременных женщин, мам и новорожденных: детская и женская гигиена, косметика и бытовая химия, детская одежда, посуда и игрушки. Также Компания предлагает информационные и образовательные онлайн продукты, трекер беременности, персонализированные предложения по подписке.

2.3. *История развития*

2017 год — образование юридического лица— ООО «Нэппи Клуб» — и начало продаж двух линеек подгузников и детских трусиков эконом и премиум сегментов.

- тестирование механизма продаж через сайт «по подписке».

2018 год — формирование стратегии продаж в России по принципу Direct-to-Consumer — напрямую к потребителю.

- расширение ассортимента: на основе запросов клиентов были созданы линейки детских подгузников и трусиков (тонкие, ночные, плавательные, впитывающие пеленки и прочее).

- годовая выручка превысила 100 млн руб., а товары стали доступны по всей России.

2019 год — формирование стратегии роста матрицы товаров, закрывающей потребности молодых родителей в рамках «одного окна» посредством предоставления товаров, информационного контента, партнерских сервисов.

2020 год — запуск линеек домашней химии, натуральной косметики для детей и мам.

- количество проданных пачек подгузников превысило 200 тыс. шт., в том числе благодаря успешному запуску рекламного инструмента, направленного на привлечение новых покупателей: сервис доставки бесплатной пачки подгузников для новорожденных в обмен на контактные данные родителей, с помощью которого ООО «Нэппи Клуб» получало новых потребителей и возможность коммуникации с ними.

- выручка по году составила 320 млн руб.

2021 год — перевод бизнеса в онлайн и преодоление логистического кризиса, на фоне которого стоимость доставки выросла в 4 – 5 раз.

2022 год — начало реализации продукции через Ozon.

- запуск линеек детской одежды и посуды, женской гигиены для роддома.

2023 год — ООО «Нэппи Клуб» стало лидером по темпам роста в сегменте детской гигиены на Ozon, а в сегменте женской послеродовой гигиены Компания — продавец №1 на площадке.

- создание первой версии приложения, сочетающей в себе трекер беременности и образовательную площадку. ООО «Нэппи Клуб» выпустил продукт, позволяющий решать сразу несколько задач в одном приложении: вести календарь беременности и развития ребенка и изучать образовательный контент.

2024 год — расширение ассортимента по нескольким направлениям:

- Запуск линейки специализированной косметики для беременных и кормящих;

- Старт продаж двух новых линеек детских трусиков;

- Начало реализации халатов для роддомов — первый шаг к созданию специализированной женской линейки одежды.
- Создан собственный telegram-бот — интеграция искусственного интеллекта и базы знаний «Нэппи Клуб» о беременности, родах, уходе за ребёнком, воспитании и т.д. Бот является онлайн-помощником, который предназначен для индивидуального сопровождения родителей по широчайшему кругу запросов от рекомендаций по уходу за ребёнком до генерации детских сказок. Его преимущество относительно других нейронных сетей — экспертная и регулярно обновляемая база знаний, собранная в соответствии с потенциальными запросами родителей.
- Размещён дебютный облигационный выпуск Эмитента Нэппи Клуб-БО-01 объёмом 150 млн руб. По словам представителей Компании, примерно 50 млн руб. были направлены на погашения по договорам займа и кредитам. 100 млн руб. были использованы для пополнения оборотных средств, благодаря чему Компания увеличила объём закупок подгузников и детских трусиков, увеличила инвестиции в средства детской и женской гигиены, косметики.
- Эмитенту был впервые присвоен кредитный рейтинг на уровне В со стабильным прогнозом, рейтинговым агентством выступил «Эксперт РА».

Начав историю развития в 2017 году с двух линеек подгузников, сегодня ООО «Нэппи Клуб» реализует 350 товарных позиций. Общество занимает более 1% рынка средств детской гигиены в России по итогам 2024 года благодаря ряду конкурентных преимуществ. Так, продукция «Нэппи Клуб» отличается высоким качеством, контроль которого осуществляет сам ООО «Нэппи Клуб», а цены ниже предложений конкурентов. Также Компания работает по принципу «одного окна»: через сайт «Нэппи Клуб» родители могут не только заказать продукцию, но и оформить подписку, получить персонализированные предложения и информацию о здоровье и воспитании ребенка, а через приложение еще и вести трекер беременности и развития ребенка. Благодаря качеству продукции и ряду уникальных товарных предложений Компании удалось занять нишу ушедших с отечественного рынка в 2022 году зарубежных конкурентов и продолжить увеличение собственной доли.

Стратегия и планы развития деятельности:

Глобальная цель ООО «Нэппи Клуб» — формирование ассортимента товаров и услуг, который будет закрывать максимально широкий спектр потребностей родителей в периоды подготовки к рождению ребенка, родов, взросления от нуля до трех лет. Это позволит расширить целевую аудиторию и обеспечить стабильную доходность.

Планы на ближайшие 3 – 5 лет:

- Расширение ассортимента продукции, выпускаемой под единым брендом NappyClub
- Запуск линейки специализированной косметики для беременных и кормящих;
- Расширение спектра информационно-образовательных продуктов, услуг, доступных клиентам
- Реализация халатов для роддомов, создание специализированной женской линейки одежды.
- Запуск интеграции telegram-бота и искусственного интеллекта для обеспечения персонального сопровождения родителей по широчайшему кругу запросов на основе баз

данных, рекомендаций экспертов. Генерирование сказок, изображений героев, портрета будущего ребенка по фотографиям родителей и др.

- Увеличение доли в структуре продаж таких позиций, как косметика и уход, одежда.
- Увеличение числа потребителей товаров и услуг.
- Усиление команды по каждому из продуктовых направлений.
- Расширение числа площадок, используемых для реализации продукции.
- Внедрение экспортного направления реализации продукции.
- Увеличение капитализации бренда NappyClub для повышения узнаваемости и снижения стоимости привлечения клиентов на рынке средств детской гигиены.

**3. ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБЩЕСТВА**

Риск	Способ нивелирования
Рост конкуренции	Компания работает на рынке товаров детской гигиены с 2017 года, за это время она успела сформировать круг лояльных потребителей. Продукция отличается высоким качеством и ценами ниже рыночных. Заняв нишу ушедших на фоне геополитических потрясений европейских конкурентов, ООО «Нэппи Клуб» регулярно расширяет ассортимент. Таким образом, формируется служба «одного окна», с помощью которой клиент может удовлетворить ряд своих потребностей. Регулярно повышается узнаваемость собственного бренда, используются различные каналы продвижения, включая телевидение. Аналитики регулярно анализируют рынок и спрос на отдельные товарные позиции.
Рыночные риски	Рыночные риски связаны с нестабильностью экономической ситуации, которая влияет на объемы потребления продукции Компании, конкуренцией со стороны других производителей, ограничением числа потребителей. Снижение спроса на продукцию из-за общего спада в экономике. Меры по предотвращению: Углубление кастомизации под запросы конкретного потребителя, ценовые скидки, маркетинговые кампании. Производятся товары, которые не связаны с двойным назначением, а значит, санкционному влиянию не подвержены. Уход зарубежных игроков позитивно повлияет на деятельность Компании, так как снижает уровень

	конкуренции внутри отрасли.
Повышенная зависимость от контрагентов (заводов-производителей)	Портфель фабрик-производителей, с которыми работает компания, состоит из долгосрочных контрактов, действующих до 2027 года с возможностью пролонгации. За нарушение сроков подрядчиками, согласно заключенным с ними договорам, предусмотрены неустойки. При этом производственные мощности каждой из фабрик позволяют закрыть план продаж до 2026 года. ООО «Нэппи Клуб» регулярно диверсифицирует портфель партнеров, 33% в себестоимости распределены между тремя крупнейшими партнерами.
Риски падения цен и колебания курса рубля	Риски нивелируются стабильным спросом и диверсифицированным портфелем продаж.
Риск потери деловой репутации (репутационный риск):	Репутационный риск тесно связан с другими видами, соблюдение законодательных норм, этических принципов, внутренних норм и правил, добровольно принятых обязательств, общепризнанных стандартов социальной ответственности, стандартов в области промышленной безопасности и охраны труда способствует снижению вероятности его реализации. В ООО «Нэппи Клуб» выстраивается взаимодействие со СМИ с целью своевременного, объективного и всестороннего информирования целевых аудиторий, общественности. В установленном порядке и с соблюдением корпоративных норм и правил, представители ООО «Нэппи Клуб» дают комментарии и разъяснения для СМИ по интересующим вопросам.
Риск снижения рождаемости	Пока ООО «Нэппи Клуб» занимает чуть более 1% рынка детской гигиены, колебания рождаемости не ощутимы. Также за счет того, что Компания производит товары разных категорий, ей удастся расширить круг потенциальных потребителей. Сейчас ООО «Нэппи Клуб» сопровождает мам от беременности до родов, от рождения ребенка до достижения им возраста трех лет.

Политика Общества в области управления рисками направлена на своевременное выявление и предупреждение возможных рисков с целью минимизации их негативного влияния на результаты финансово-хозяйственной деятельности компании.

Управление рисками Общества состоит из следующих этапов:

- выявление факторов риска;

- оценка риска;
- выбор методов управления рисками.

4. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ ОБЩЕСТВОМ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ КРУПНЫХ СДЕЛОК

- 4.1. В соответствии с пунктом 7 статьи 46 Федерального закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», положения статьи 46 указанного закона не применяются к обществам, состоящим из пяти участников.
- 4.2. В отчетный период Обществом не совершались крупные сделки, требующие одобрения в соответствии с вышеназванным законом.

5. ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ ОБЩЕСТВОМ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЛАСЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ

- 5.1. В соответствии с пунктом 7 статьи 45 Федерального закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» положения статьи 45 указанного закона не применяются к обществам, состоящим из пяти участников.
- 5.2. В отчетный период Обществом не совершалось сделок, в совершении которых имелась заинтересованность.

6. СВЕДЕНИЯ О ЧИСТЫХ АКТИВАХ

- 6.1. Стоимость чистых активов Общества по состоянию на 31.12.2024 г. составила 128975 тыс. руб.
- 6.2. Показатели, характеризующие динамику изменения стоимости чистых активов Общества и уставного капитала Общества за три последних завершённых финансовых года, включая отчетный год:

Период	Стоимость чистых активов на конец года, тыс. руб.	Размер уставного капитала на конец года, тыс. руб.
2022 г.	39475	134,286
2023 г.	107100	134,286
2024 г.	128975	134,286

Стоимость чистых активов больше уставного капитала.

7. СВЕДЕНИЯ О ГЕНЕРАЛЬНОМ ДИРЕКТОРЕ

- 7.1. Лицо, занимающее должность единоличного исполнительного органа Общества – Генерального директора: **Квиникадзе Роман Георгиевич**.
- 7.2. Краткие биографические данные:
Родился 31.12.1981 г. Образование – высшее: окончил Финансовую Академию, специальность: финансовый менеджмент.

Доля его участия в уставном капитале Общества: 30,445 %.

В течение отчетного периода сделки по приобретению или отчуждению долей в уставном капитале Общества лицом, занимающим должность (осуществляющим функции) единоличного исполнительного органа, не совершались.

8. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПОЛИТИКИ ОБЩЕСТВА В ОБЛАСТИ ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ И (ИЛИ) КОМПЕНСАЦИИ РАСХОДОВ

- 8.1. Вознаграждение (заработная плата) генерального директора Общества выплачивается в соответствии со штатным расписанием Общества. Дополнительных вознаграждений генеральному директору не предусмотрено. Критерием определения размера вознаграждения генерального директора является принцип разумности справедливости в оплате труда.
- 8.2. Коллегиальный исполнительный орган в Обществе отсутствует.

9. СВЕДЕНИЯ О СОБЛЮДЕНИИ ОБЩЕСТВОМ РЕКОМЕНДАЦИЙ КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Общество не является акционерным обществом, в связи с чем не отвечает требованию обязательного соблюдения рекомендаций Кодекса корпоративного управления, однако стремится к следованию его основным принципам.