LONA
Сеть женских консультаций

Отчет Эмитента перед Инвесторами 1 квартал 2026 год

Эмитент: АО “Лона Медикал”



Утвержден
Генеральный директор
Шмидт Анастасия Владимировна

Q1 2026

Цель отчета

Обеспечение прозрачности целевого использования средств инвесторов, выполнения условий инвестиционного предложения, а также соблюдение прав владельцев привилегированных акций в рамках акционерного соглашения.



Адрес страницы размещения информации: lona-med.ru

Общая информация об Эмитенте

Юридический статус, регистрационные данные

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО "ЛОНА МЕДИКАЛ"
ИНН компании: 5503280265

Уставный капитал

5 000 000 (пять миллионов) рублей

Перечень ценных бумаг

Обыкновенные именные бездокументарные акции (Уставный капитал)
- количество: 100 000 (сто тысяч) штук
- номинальная стоимость одной акции: 50 (пятьдесят) рублей
- общий номинальный объём выпуска: 5 000 000 (пять миллионов) рублей

Привилегированные именные бездокументарные акции
- количество: 15 000 (пятнадцать тысяч) штук
- номинальная стоимость одной акции: 2 000 (две тысячи) рублей
- общий номинальный объём выпуска: 30 000 000 (тридцать миллионов) рублей

Размещение привилегированных акций осуществляется в рамках дополнительной эмиссии 2025 г.
Ценные бумаги Эмитента не допущены к организованным торгам.

Цели деятельности

Получение прибыли по средствам осуществления предпринимательской дейтельности, в том числе оказания медицинских услуг населению на основании соответствующих лицензий.

Ход реализации проекта

24 Октября 2025
ОТКРЫТИЕ ПЕРВОЙ КЛИНИКИ LONA

15 марта 2026
ОТКРЫТИЕ ВТОРОЙ КЛИНИКИ LONA

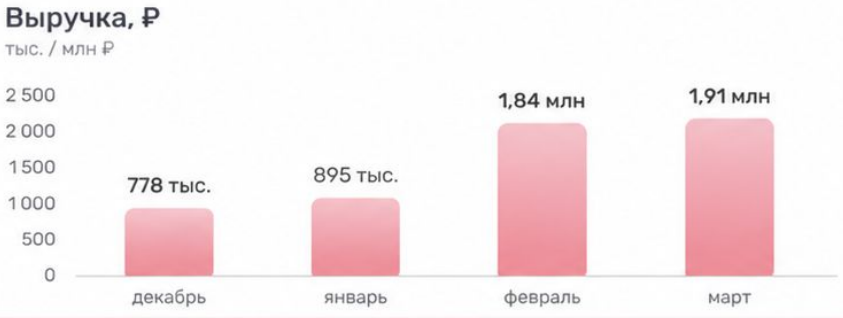
Январь – март 2026

Переход к стадии исполнения и масштабирования

- Первая клиника продолжила рост пациентопотока, выручки и среднего чека
- Усиление маркетинговых каналов с акцентом на прямое привлечение пациентов
- Настройка аналитики продаж, воронки записи и контроля доходимости
- Открытие второго филиала в г. Омске - первичная загрузка клиники

1 квартал 2026 года стал периодом перехода к масштабированию сети и проверке повторяемости модели

Операционные показатели: рост сети в 1 квартале 2026



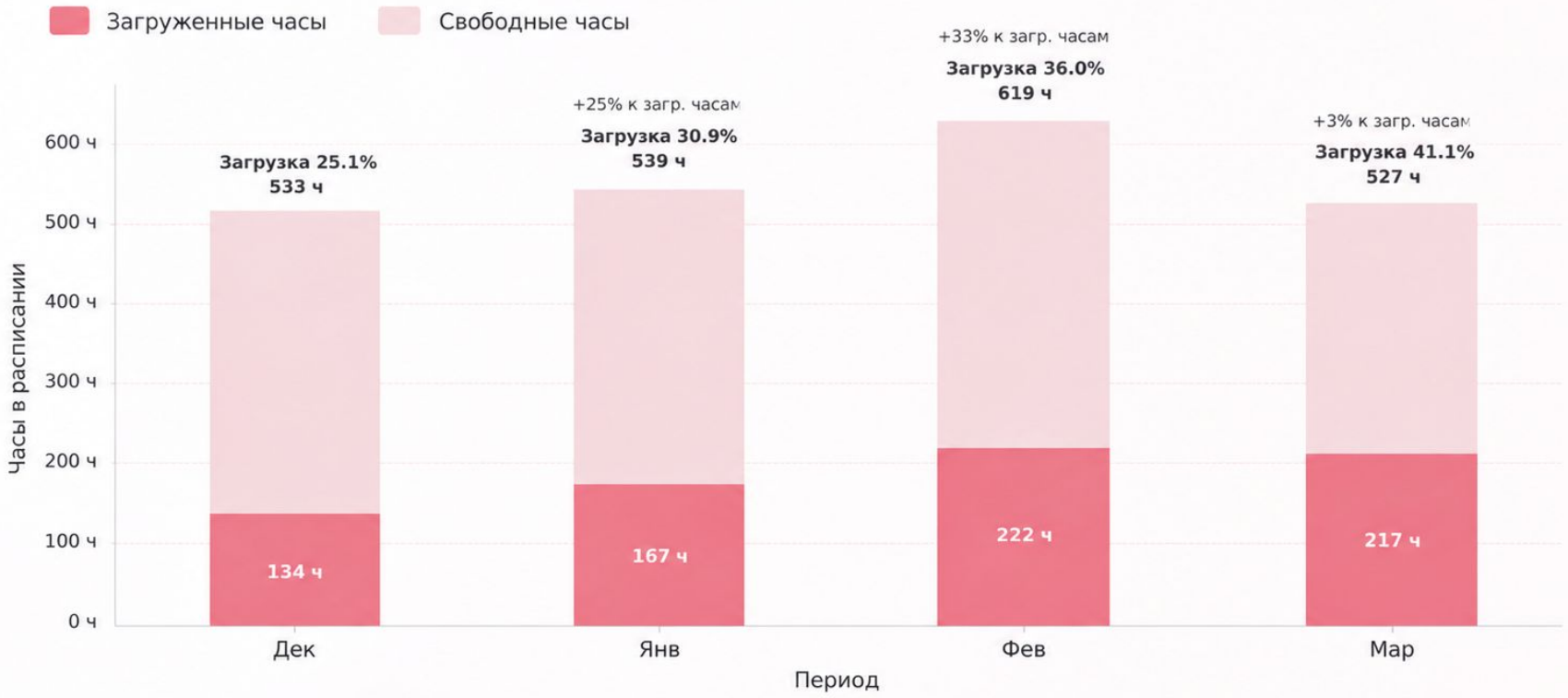






Рост идёт не только за счёт расширения потока, но и за счёт улучшения структуры продаж, роста диагностики и более качественной маршрутизации пациента внутри клиники.

LONA: рабочее время врачей и его загрузка пациентами



Ключевые результаты и проблемы

Ключевые результаты:

- Первая клиника вышла в устойчивый операционный режим
- Выручка сети выросла до 1,91 млн ₽ в марте
- Растут визиты, средний чек и доля диагностических услуг
- Подтверждена работоспособность продуктовой модели: консультация → диагностика → повторный визит;
- Открыт второй филиал и начата его загрузка;
- Команда сети расширяется под дальнейший рост.

Выявленные ограничения:

- Основное ограничение роста — не продукт и не команда, а скорость загрузки мощностей
- Воронка спроса требует дальнейшей докрутки на этапе “запись → визит”
- Вторая клиника находится в ранней фазе наполнения и пока не вышла на плановую загрузку

Взаимодействие с подрядчиками

Медицинское оборудование:

- 2-я клиника — полностью оснащена

Лицензирование:

- 2-й филиал — лицензия получена

Подрядчики по помещению:

- 2-я клиника — ремонт полностью завершен

Маркетинг:

- оценка эффективности каналов
- плановое усиление: smm, event-маркетинг, кросс-маркетинг, outdoor-реклама

Маркетинг и формирование спроса

В 1 квартале 2026 года маркетинг LONA был сосредоточен на:

- прямом привлечении пациентов через digital-каналы;
- развитии локального спроса;
- поддержке записи в обе клиники;
- усилении узнаваемости бренда LONA в Омске.

Что это означает:

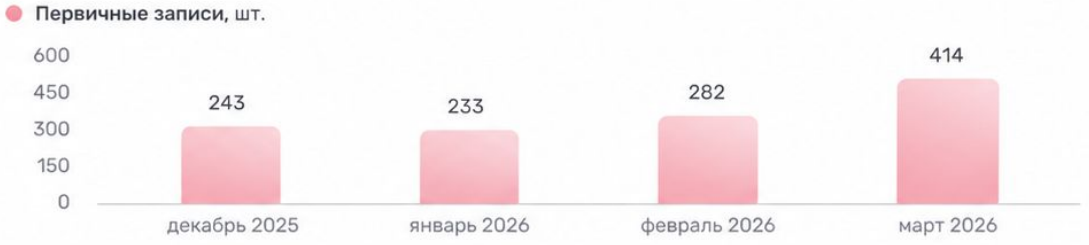
маркетинг подтверждает способность генерировать стабильный спрос, при этом стоимость клиента остаётся в рабочем диапазоне и не разрушает экономику модели.

Ключевая задача следующего этапа:

усиление быстроокупаемых каналов маркетинга, которые напрямую приводят пациента в запись и визит.

Фактическая динамика спроса:







Продажи, воронка и загрузка мощностей

Сеть уже располагает созданной врачебной мощностью,
однако её загрузка пока отстаёт от потенциала.

Загрузка врачебной мощности

По состоянию на март 2026:

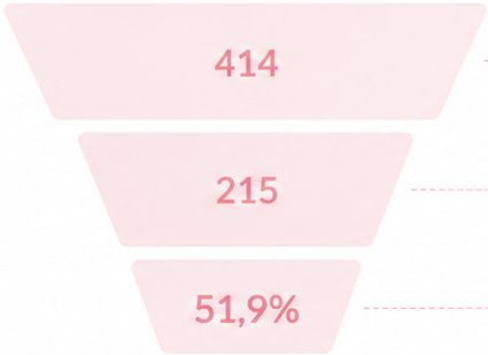
Рабочие часы врачей
527

Загруженные часы пациентами
216,7

Загрузка
41,1%



Воронка спроса



Вывод:

Главный резерв роста выручки
в ближайшие месяцы находится в:

- дозагрузке уже существующих врачебных часов
- улучшении конверсии записи в визит
- росте доли повторных визитов
- усилении маркетинга с акцентом на каналы прямой лидогенерации

Финансовые показатели

Выручка / расходы / стадия проекта



По итогам 1 квартала 2026 года проект LONA находится в стадии активного роста и масштабирования сети.

Финансовые показатели квартала отражают:

- рост выручки первой клиники
- запуск и начальную загрузку второго филиала
- сохранение повышенных операционных и маркетинговых затрат, характерных для фазы масштабирования.



На текущем этапе показатели рентабельности отражают не “устоявшуюся зрелую сеть”, а управляемую инвестиционную фазу:

- первая точка уже доказала работоспособность модели
- вторая точка запущена и находится в стадии наполнения
- маржинальность проекта будет расти по мере увеличения загрузки двух филиалов.

Маркетинг как ключевой рычаг роста в 2026 году



В 1 квартале 2026 года проект подтвердил:

- наличие спроса,
- рабочую стоимость привлечения клиента,
- способность монетизировать пациента через консультацию, диагностику и повторные визиты.



При этом сеть уже располагает значительной созданной мощностью врачей, которая **пока загружена не полностью.**



Маркетинг в текущей фазе — это не вспомогательная функция, а основной рычаг роста выручки. Фокус следующих вложений в маркетинг:

- каналы прямой лидогенерации
- локальное продвижение второго филиала
- геосервисы и карты
- работа с репутационными площадками
- digital-механики, которые быстро переводят интерес в запись



Развитие бренда

В течение отчётного периода LONA активно работала не только с прямым digital-привлечением, но и с формированием доверия к бренду через внешние площадки и локальные сообщества.

Ключевые направления работы:

- участие в профильных и локальных мероприятиях;
- интеграции и работа с местными инфлюенсерами;
- развитие присутствия в социальных сетях;
- продвижение в локальных женских и семейных сообществах;
- укрепление бренда LONA как новой культуры женской медицины в регионе.

Для частной медицины доверие и узнаваемость напрямую влияют на запись, повторные визиты и способность клиники быстрее выходить **на полную загрузку.**





Значимые события

- Проведены встречи с локальными блогерами; выстроены партнёрства и запущены регулярные интеграции

- Проект представлен на питчинге в Клубе инвесторов Сибири, Урала и Дальнего Востока (АПУВР «Большая Медведица»); получена экспертная обратная связь и расширена база инвестиционных контактов

- Проведено 5+ внешних мероприятий с участием врачей клиники; сформирована база для развития медицинской экспертизы в публичном поле и дальнейшего усиления бренда