



ООО «ПРОВИАНТ Финанс»

Меморандум облигационного займа

20 июня 2007 г.

ООО «ПРОВИАНТ Финанс»

облигации неконвертируемые процентные документарные на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением номинальной стоимостью 1 000 рублей каждая в количестве 1 000 000 штук со сроком погашения в 1092-й день с даты начала размещения облигаций, размещаемые по открытой подписке

Организатор



Заявление об ограничении ответственности

Данный аналитический обзор не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента. Основной целью данного аналитического обзора является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте Облигаций и других участниках размещения сверх нормативного объема, предусмотренного российским законодательством. Ни одно лицо не уполномочено предоставлять в связи с размещением Облигаций какую-либо информацию или делать какие-либо заявления, за исключением информации и заявлений, содержащихся в официальных документах и данном аналитическом обзоре. Если такая информация была предоставлена или такое заявление было сделано, то на них не следует опираться как на информацию или заявления, санкционированные Эмитентом или участниками размещения. Аналитический обзор подготовлен на основании информации, предоставленной руководством Эмитента, а также полученной из других источников, надежность которых не вызывает у нас сомнений. Кроме того, после проведения добросовестной проверки, Эмитент принимает на себя ответственность за информацию, содержащуюся в аналитическом обзоре, и подтверждает, что эта информация является правдивой и точной во всех существенных фактах и не вводит в заблуждение. Мнения и намерения Эмитента, выраженные в настоящем документе, являются добросовестными мнениями и намерениями Эмитента. Организатор не проводил самостоятельной проверки информации и полагается на заверения Эмитента относительно ее достоверности. Ни одна из российских или иностранных национальных, региональных или местных комиссий по рынку ценных бумаг или какой-либо иной орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами, не давал никаких специальных рекомендаций по поводу приобретения Облигаций. Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность или точность. Эмитент принимает на себя ответственность только за правильное воспроизведение представленной им вышеуказанной информации, не принимает на себя иных обязательств, не делает никаких иных заявлений и не предоставляет иных гарантий относительно такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений и выводов, содержащихся в настоящем аналитическом обзоре после даты его опубликования. Заявления, относящиеся к Организатору, опираются на информацию, предоставленную им Эмитенту исключительно для использования в настоящем документе. Ни распространение аналитического обзора, ни размещение Облигаций, ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствие возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты опубликования аналитического обзора, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в аналитический обзор. Любая информация, предоставленная в связи с размещением Облигаций, является верной на какую-либо дату, следующую за датой предоставления такой информации или за датой, указанной в документах, содержащих такую информацию, если эта дата отличается от даты предоставления информации. В связи с тем, что вложения в российские ценные бумаги сопряжены со значительным риском, при принятии инвестиционного решения мы рекомендуем инвесторам самостоятельно определять для себя значимость информации, содержащейся в настоящем аналитическом обзоре, и при рассмотрении возможности приобретения Облигаций опираться на исследования и иные проверки, которые могут быть сочтены необходимыми. Организаторы выпуска не принимали и не принимают на себя обязательств по изучению положения дел и финансового состояния Эмитента в течение срока действия договоренностей, предусмотренных аналитическим обзором, и не обязуются консультировать кого-либо из инвесторов или потенциальных инвесторов в Облигации относительно изложенной информации.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----------|
| ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ВЫПУСКА | 4 |
| ИНВЕСТИЦИОННОЕ РЕЗЮМЕ | 5 |
| ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР | 7 |
| МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОН | 7 |
| РЕГИОНЫ ПРИСУТСТВИЯ ТС «ПРОВИАНТ» | 8 |
| <i>Белгородская область</i> | 9 |
| <i>Воронежская область</i> | 11 |
| <i>Индустрия розничной торговли - основные отраслевые тенденции</i> | 12 |
| <i>Основные тенденции развития розничной торговли «современных форматов» в России</i> | 14 |
| <i>Деятельность иностранных компаний на российском рынке</i> | 16 |
| ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ | 17 |
| <i>История развития</i> | 17 |
| <i>Собственность и организационная структура Группы</i> | 17 |
| <i>Менеджмент</i> | 20 |
| <i>Магазины сети «Провиант»</i> | 20 |
| <i>Ассортиментная политика и маркетинг</i> | 22 |
| <i>Закупки и логистика</i> | 24 |
| <i>Собственное производство</i> | 24 |
| <i>Стратегия развития</i> | 24 |
| КРАТКИЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ | 27 |
| <i>Учетная политика</i> | 27 |
| <i>Структура продаж и рентабельность</i> | 27 |
| <i>Динамика рабочего капитала</i> | 29 |
| <i>Структура финансовой задолженности</i> | 29 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – ТС «ПРОВИАНТ», ФИНАНСОВАЯ ОТЧЁТНОСТЬ | 31 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – ТС «ПРОВИАНТ», ОТЧЕТНОСТЬ ПОРУЧИТЕЛЕЙ ПО РСБУ | 32 |

ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ВЫПУСКА

Основные параметры

| | |
|-----------------------------------|---|
| Эмитент | Общество с ограниченной ответственностью "ПРОВИАНТ Финанс" |
| Серия выпуска | 01 |
| Гос. регистрационный номер | № 4-01-36247-R, 27 марта 2007 года |
| Объем выпуска | 1 000 млн. рублей |
| Срок обращения | 1092 дня |
| Купонный период | 182 дня |
| Оферта | 364 день от даты размещения облигаций (оферту выставляет Эмитент) <ul style="list-style-type: none">• Ставка 1 купона определяется на конкурсе при размещении,• Ставка 2 купона равна ставке первого купона,• Ставка 3 купона определяется решением Эмитента,• Ставка 4 купона равна ставке третьего купона,• Ставка 5 купона определяется решением Эмитента,• Ставка 6 купона равна ставке пятого купона, |
| Купон | |
| Облигации | Неконвертируемые процентные документарные на предъявителя с обязательным централизованным хранением Поручительство общества с ограниченной ответственностью "Розничная Сеть ПРОВИАНТ-1" в размере общей номинальной стоимости облигаций 1 000 млн. руб. и совокупного купонного дохода по облигациям. Поручительство общества с ограниченной ответственностью "Розничная Сеть ПРОВИАНТ-3" в размере общей номинальной стоимости облигаций 1 000 млн. руб. и совокупного купонного дохода по облигациям. Поручительство общества с ограниченной ответственностью "Коммерческая недвижимость" в размере общей номинальной стоимости облигаций 1 000 млн. руб. и совокупного купонного дохода по облигациям. Поручители, предоставившие обеспечение, несут солидарную с Эмитентом ответственность за неисполнение (ненадлежащее исполнение) Эмитентом обязательств по Облигациям |
| Обеспечение | |
| Организатор выпуска | ЗАО «АТОН Брокер» |
| Способ размещения | Открытая подписка |
| Цена размещения | 1000 руб. (100% от номинала) |
| Сроки размещения | Июль 2007 года |

Сведения об эмитенте

| | |
|--------------------------------|---|
| Наименование | Общество с ограниченной ответственностью "ПРОВИАНТ Финанс" |
| Место нахождения | Российская Федерация, Белгородская область, г. Старый Оскол, ул. Крутикова, дом 3 |
| Почтовый адрес | Российская Федерация, 309513, Белгородская область, г. Старый Оскол, ул. Крутикова, дом 3 |
| Адрес в сети «Интернет» | www.proviant.ru |
| Контакты | тел. +7 (4725) 44-17-19 факс +7 (4725) 44-17-19 |

Сведения о поручителях

| | |
|--------------------------------|--|
| Поручитель 1 | Общество с ограниченной ответственностью "Розничная Сеть ПРОВИАНТ-1" |
| Место нахождения | Российская Федерация, 309502, Белгородская область, г. Старый Оскол, мкр. Королева, дом 7а |
| ОГРН; дата регистрации | 1053109273568; 19 декабря 2005 г. |
| Адрес в сети «Интернет» | www.proviant.ru |
| Контакты | тел. +7 (4725) 44-17-19 факс +7 (4725) 44-17-19 |
| Поручитель 2 | Общество с ограниченной ответственностью "Розничная Сеть ПРОВИАНТ-3" |
| Место нахождения | Российская Федерация, 394000, г. Воронеж, ул. Плехановская, дом 54 |
| ОГРН; дата регистрации | 1063667008514; 23 января 2006 г. |
| Адрес в сети «Интернет» | www.proviant.ru |
| Контакты | тел. +7 (4725) 44-17-19 факс +7 (4725) 44-17-19 |
| Поручитель 3 | Общество с ограниченной ответственностью "Коммерческая недвижимость" |
| Место нахождения | Российская Федерация, 309512, Белгородская область, г. Старый Оскол, мкр. Жукова, дом 29б |
| ОГРН; дата регистрации | 1063128009196; 16 февраля 2006 г. |
| Адрес в сети «Интернет» | www.proviant.ru |
| Контакты | тел. +7 (4725) 44-17-19 факс +7 (4725) 44-17-19 |

ИНВЕСТИЦИОННОЕ РЕЗЮМЕ

Торговая сеть «Провиант» (Группа, торговая сеть) – розничная продуктовая торговая сеть, осуществляющая деятельность в Белгородской, Воронежской, Курской, Смоленской и Липецкой областях в форматах «магазин у дома» и «супермаркет».

Торговая сеть «Провиант» - основные данные (на декабрь 2006 г.)

Основное направление стратегического развития – повышение эффективности деятельности за счет оптимизации юридической структуры, интенсификации присутствия на имеющихся рынках, увеличения в структуре продаж доли супермаркетов и централизации логистической функции на основе распределительного центра.

| | |
|-----------------------------------|--|
| Регионы присутствия – | Белгородская, Воронежская, Смоленская и Липецкая области Курская, |
| Общее количество магазинов – | 113 магазинов |
| Торговая площадь – | 36.3 тыс. м ² (34% в собственности) |
| Выручка от реализации – | \$177.1 млн. (данные управленческого учёта) |
| ЕБИТДА – | \$6.2 млн (маржа 3,5%) |
| Размер среднего чека – | \$4.0 |
| Оборот с м2 торг. площади в год – | \$5.4 тыс. |

ТС «Провиант» состоит из 110 «магазинов у дома» и трёх супермаркетов, расположенных в городах Белгородской, Воронежской, Курской, Смоленской и Липецкой областей. Совокупная торговая площадь магазинов сети в настоящее время составляет 36.3 тыс. кв.м. По результатам 2006 года выручка от реализации составила \$177.1 млн., а ЕБИТДА \$6.2 млн., что соответствует рентабельности по ЕБИТДА 3.5%.

ТС Провиант - динамика роста торговых площадей (лев.) и количество магазинов (прав.)



Источник: данные компании

Эффективными собственниками Группы являются три физических лица - предприниматели: И.С Моргунский., Е.В. Луканов и В.А. Мосур.

Финансовые показатели ТС «Провиант» характеризуются стабильным уровнем рентабельности, характерным для сетей формата «магазин у дома» (рентабельность по EBITDA – 3.5%) и относительно низкой долговой нагрузкой (по состоянию на конец 2006 г. коэффициент финансовый долг / EBITDA составил 2.6х, а коэффициент финансовый долг / активы – 0.3х).

Основные финансовые показатели ТС «Провиант» (данные управл. учета)

| \$ тыс. | 2005 | 2006 | 2007П |
|--------------------------------|---------|---------|---------|
| Активы | 36 086 | 56 135 | 91 868 |
| Собственный капитал | 14 555 | 24 283 | 29 990 |
| Финансовый долг | 10 195 | 16 069 | 42 802 |
| Выручка | 119 395 | 177 117 | 256 846 |
| EBITDA | 3 593 | 6 211 | 10 500 |
| Чистая прибыль | 1 780 | 2 657 | 5 060 |
| Процентные расходы | 1 630 | 2 703 | 3 769 |
| Чистая прибыль / Выручка, % | 1.5% | 1.5% | 2.0% |
| EBITDA / Выручка, % | 3.0% | 3.5% | 4.1% |
| Долг / EBITDA, х | 2.8 | 2.6 | 4.1 |
| EBITDA / Процентные расходы, х | 2.2 | 2.3 | 2.8 |
| Капитал / Долг, х | 1.4 | 1.5 | 0.7 |
| Капитал / Активы, х | 0.4 | 0.4 | 0.3 |

Источник: данные компании

Стратегия развития Компании предусматривает интенсификацию операционной деятельности на имеющихся региональных рынках и повышение эффективности как за счет увеличения доли супермаркетов в структуре товарооборота, так и в результате централизации логистической функции на основе распределительного центра. Целью указанных мероприятий является расширение масштабов деятельности (до \$566 млн. по выручке к 2010 г.) и повышение рентабельности (до 5.5% по EBITDA) при поддержании стабильной долговой нагрузки (целевой уровень долг / EBITDA – не более 2.6X к 2010 г.).

Средства от размещения дебютного облигационного выпуска ТС «Провиант» предполагается направить на следующие цели:

- строительство и оснащение **распределительного центра**, включая приобретение автопарка - до 200 млн. руб.;
- **аренда и покупка** новых и реконструкция старых магазинов - до 400 млн. руб.;
- **рефинансирование** текущей финансовой задолженности - 400 млн. руб.

Руководство компании планирует сохранять относительно невысокий уровень долговой нагрузки в будущем и не планирует размещение новых долговых выпусков в среднесрочной перспективе.

ОТРАСЛЕВОЙ ОБЗОР

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФОН

В течение последних нескольких лет рост покупательной способности населения Российской Федерации стал основным фактором стремительного роста потребления, что привело к увеличению масштабов и возможностей внутреннего рынка. После 2000 года реальные располагаемые доходы населения росли опережающими темпами по сравнению с реальным ростом ВВП. Согласно статистическим данным, в течение последних четырех лет на каждый процентный пункт роста ВВП приходилось в среднем 1,75% роста реальных располагаемых доходов.

По мнению многих инвестиционных аналитиков, в течение ближайших пяти лет доходы будут расти быстрее реального ВВП, затем темпы роста этих двух показателей сблизятся. Если учесть такой фактор, как укрепление рубля по отношению к доллару, то к 2010 году в результате предполагаемого роста номинальный доход на душу населения в долларовом выражении в России увеличится более чем вдвое и к концу десятилетия превысит \$6 000.

Располагаемые доходы на душу населения и динамика ВВП РФ



Источник: Федеральная Служба Государственной Статистики, оценки ЗАО «АТОН Брокер»

Увеличение доходов населения (так, в 2006 году среднедушевые денежные доходы в целом по России достигли 10 тыс. рублей в месяц) приводит к росту торгового оборота, который по итогам 2006 года составил около 8,5 млрд. рублей. В то же время, несмотря на высокие темпы роста, оборот розничной торговли на душу населения еще существенно уступает значениям данного показателя в развитых странах.

Общий рост торгового оборота обеспечивается повышением благосостояния населения

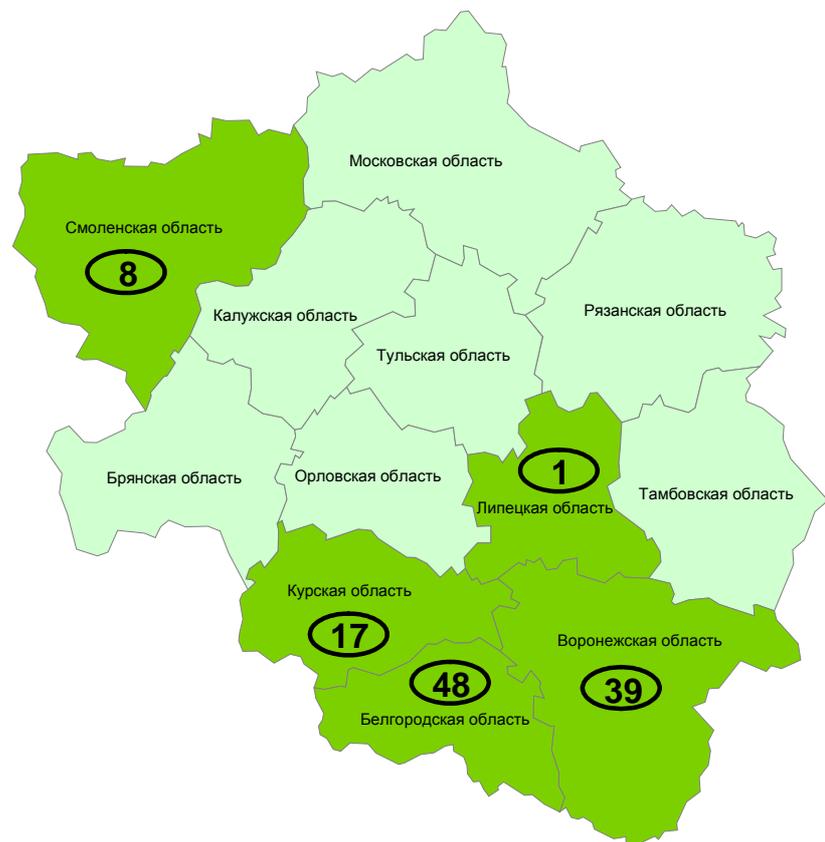


Источник: ФСГС, оценка ИГ Атон

РЕГИОНЫ ПРИСУТСТВИЯ ТС «ПРОВИАНТ»

Торговая сеть «Провиант» осуществляет деятельность в пяти регионах Центрального Федерального Округа: Белгородской, Воронежской, Курской, Смоленской и Липецкой областях. В настоящее время около 75% торгового оборота приходится на первые два из названных регионов.

Регионы присутствия ТС «Провиант» с указанием количества действующих магазинов (май 2007 г.)



Источник: данные компании

Характеристика основных регионов присутствия ТС «Провиант»

| Регион | Белгородская область | Воронежская область |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|
| Территория (кв. км) | 27 100 | 52 400 |
| Население (тыс. чел) | 1 512 | 2 330 |
| Плотность населения (чел / кв. км) | 55.7 | 47.4 |
| Доля городского населения | 65.0% | 62.0% |
| Крупнейшие города (тыс. жителей) | Белгород (348.2) | Воронеж (905.6) |
| | Старый Оскол (218.5) | Борисоглебск (64.4). |
| | Губкин (87.8). | Россошь (63.6) |
| | Шебекино (47.1) | Лиски (55.1) |
| | Алексеевка (38.5) | Нововоронеж (39.5) |
| | Валуйки (36.3) | Острогожск (33.2) |

Источник: ФСГС

Белгородская область

Белгородская область – высокоразвитый промышленно-аграрный регион, экономическая специализация которого определяется, с одной стороны, наличием уникальных запасов природных ископаемых (железная руда – около 40% разведанных запасов РФ) и, с другой стороны, благоприятными условиями для ведения сельского хозяйства (2.7 млн. га высококачественных сельскохозяйственных земельных угодий). По номинальному объему валового регионального продукта область занимает 2е место в ЦФО, уступая только Московской области¹.

Сильное увеличение цен на металлургическое сырьё в 2005-2006 гг. благоприятно сказалось на региональной экономике

| | ВРП, млн. руб. | | Изменение, 2004-2005 | % от ВРП округа* | Население, млн. чел. | ВРП на душу населения, 2005 г., тыс. руб. |
|-------------------------------|----------------|----------------|----------------------|------------------|----------------------|---|
| | 2004 | 2005 | | | | |
| ЦФО | 4,617.1 | 6,157.3 | 33.4% | - | 38.5 | 159.9 |
| г.Москва | 2,853.3 | 4,005.9 | 40.4% | - | 10.4 | 385.2 |
| Московская область | 535.2 | 704.4 | 31.6% | - | 6.7 | 105.1 |
| ЦФО без г. Москвы и МО | 1,228.6 | 1,447.0 | 17.8% | - | 21.4 | 67.6 |
| Белгородская обл. | 114.4 | 147.2 | 28.6% | 10.2% | 1.5 | 98.1 |
| Брянская область | 51.0 | 66.8 | 31.0% | 4.6% | 1.4 | 47.7 |
| Владимирская область | 74.2 | 87.8 | 18.4% | 6.1% | 1.5 | 58.6 |
| Воронежская область | 117.2 | 136.2 | 16.2% | 9.4% | 2.4 | 56.7 |
| Ивановская область | 40.2 | 46.0 | 14.5% | 3.2% | 1.1 | 41.8 |
| Калужская область | 58.0 | 74.5 | 28.5% | 5.1% | 1.0 | 74.5 |
| Костромская область | 37.8 | 45.1 | 19.3% | 3.1% | 0.7 | 64.4 |
| Курская область | 76.5 | 87.2 | 14.0% | 6.0% | 1.2 | 72.7 |
| Липецкая область | 141.8 | 145.9 | 2.9% | 10.1% | 1.7 | 85.8 |
| Орловская область | 46.0 | 58.0 | 25.9% | 4.0% | 0.9 | 64.4 |
| Рязанская область | 70.0 | 84.8 | 21.2% | 5.9% | 1.2 | 70.7 |
| Смоленская область | 56.1 | 68.4 | 21.9% | 4.7% | 1.1 | 62.2 |
| Тамбовская область | 56.8 | 64.5 | 13.7% | 4.5% | 1.1 | 58.7 |
| Тверская область | 88.1 | 94.9 | 7.7% | 6.6% | 1.5 | 63.2 |
| Тульская область | 88.1 | 108.7 | 23.4% | 7.5% | 1.7 | 64.0 |
| Ярославская область | 112.4 | 131.0 | 16.5% | 9.1% | 1.4 | 93.5 |

* без учёта Москвы и Московской области

Источник: ФСГС; оценка ИГ Атон

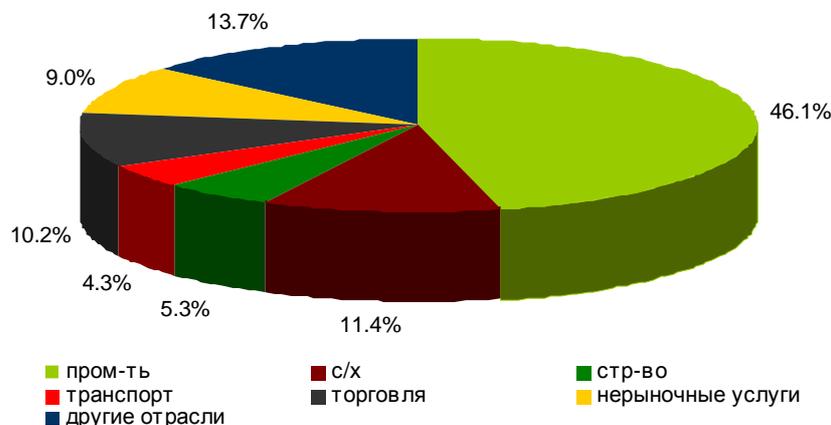
Индекс промышленного производства в области 2006 году составил 109,5%, что выше уровня индекса промышленного производства в целом по РФ (103.9%). Основные отрасли промышленности – черная металлургия, пищевая промышленность, машиностроение и металлообработка.

Крупнейшие предприятия области относятся к горно-металлургическим и машиностроительным секторам – ОАО «Лебединский ГОК», ОАО «Стойленский

¹ данные 2005 года; к сожалению, статистика по ВРП публикуется ФСГС с большим опозданием

ГОК», ОАО «Оскольский электрометаллургический комбинат». В области, находящейся в Центрально-Чернозёмном сельскохозяйственном регионе, развита деятельность предприятий АПК; регион занимает первое место в ЦФО по производству мяса птицы и свинины, третье – по производству молока.

Приблизительная отраслевая структура ВРП Белгородской области



Источник: ФСГС

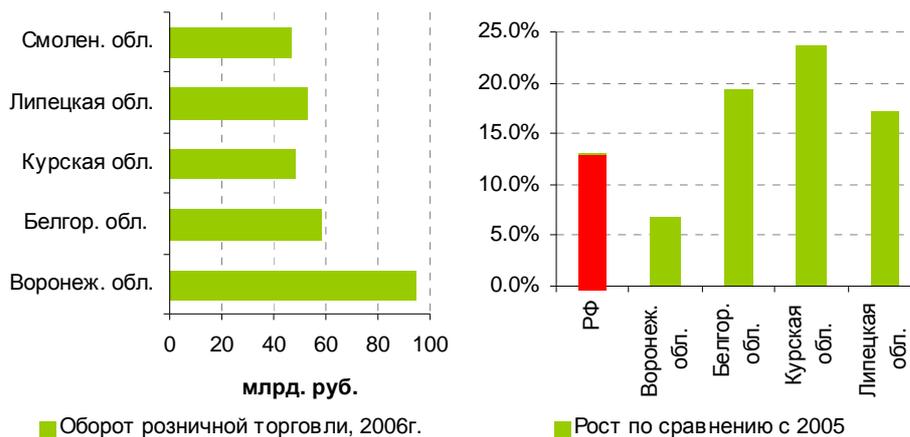
Хорошее развитие промышленного и сельскохозяйственного производства в регионе создают предпосылки постоянного повышения покупательной способности населения. Реальные доходы населения в Белгородской области в 2006 году увеличились на 17.8% по отношению к 2005 году (в среднем по РФ – 12.5%), составив в феврале-марте 2007 г. около 7.4 тыс. руб. в месяц на душу населения (что превышает средний показатель по ЦФО за исключением г. Москвы и Московской области). Средняя заработная плата в декабре 2006 г. по сравнению с декабрем 2005 г. выросла на 21.0% и составила 10.4 тыс. руб., а объём ВРП на душу населения приблизительно равен тому же показателю Московской области.

ТС «Провиант» - присутствие в областях с доходами населения, превышающими средние значения по региону

| Руб./ месяц декабрь 2006 – март 2007 | Среднедушевые доходы | Среднедушевые расходы | Население, млн. чел. |
|--------------------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|
| Российская Федерация | 11,087 | 7,623 | 142.8 |
| ЦФО | 14,747 | 10,551 | 37.1 |
| г.Москва | 31,932 | 22,517 | 10.4 |
| Московская область | 11,786 | 9,187 | 6.7 |
| ЦФО, без Москвы и МО | 6,803 | 4,787 | 20.0 |
| Белгородская область | 7,400 | 4,832 | 1.5 |
| Воронежская область | 7,051 | 4,558 | 2.4 |
| Курская область | 7,409 | 5,384 | 1.2 |
| Липецкая область | 7,660 | 5,527 | 1.7 |
| Смоленская область | 6,770 | 5,190 | 1.1 |

Источник: ФСГС; оценка ИГ Атон

Рост покупательной способности населения в области обусловил рост торговой активности. В частности, оборот розничной торговли в области составил в 2006 г. 58.7 млрд. рублей и увеличился по сравнению с 2005 г. в сопоставимых ценах на 19.3%, что превышает средний показатель по РФ (13.0%). Доля торгового оборота в магазинах современного формата в регионе относительно невысока (30-35%), и, в соответствии с публикациями в различных СМИ («Ведомости», «Коммерсант») пока ещё низкая насыщенность современными торговыми площадями делает его привлекательным для развития бизнеса крупных и средних «федеральных» сетей (X5, «Вестер» и др.)

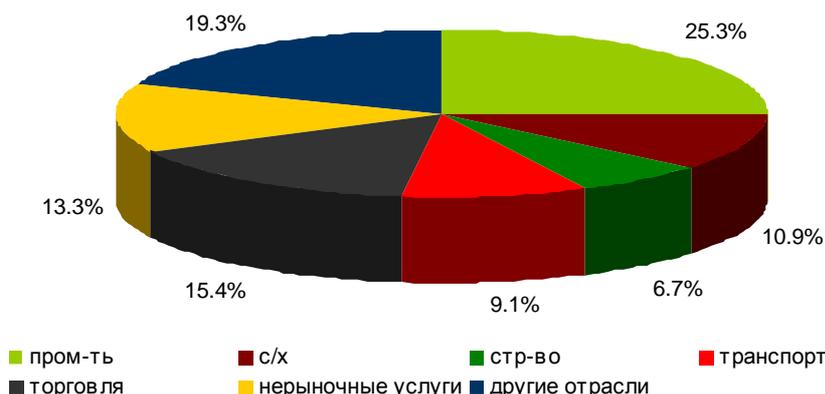
Объём и динамика розничной торговли в регионах присутствия ТС «Провиант»


Источник: ФСГС; оценка ИГ Атон

Среди конкурентов - торговых сетей в области присутствуют сети «Меридиан» («местная» торговая сеть, управляющая 18 супермаркетами в Старом Осколе и 36 в Белгороде), «Магнит» (21 и 10 «дискаунтеров» соответственно), «Пятерочка» (9 супермаркетов в Белгороде, из них 7 работающих по франчайзингу), «Родник» (8 магазинов в г. Старый Оскол). Руководство компании оценивает долю ТС «Провиант» в обороте розничной торговли Белгородской области в магазинах «современных» форматов в 20-25%.

Воронежская область

Воронежская область – наиболее крупная область (после Московской) в ЦФО по территории и численности населения. В отличие от Белгородской области, за исключением обширных сельскохозяйственных угодий, в области отсутствуют полезные ископаемые, и её экономика в советское время ориентировалась преимущественно на средне – и высоко технологичные отрасли (авиастроение, электроника, химическая промышленность) и сельское хозяйство. В настоящее время экономика области сохраняет умеренно выраженную промышленную ориентацию. Индекс промышленного производства составил по итогам 2006 года 105,1%. Крупнейшие налогоплательщики - ОАО «Воронежсинтезкаучук», ОАО «ВАСО», ООО «Воронежрегионгаз», ОАО «Воронежэнерго», ЮВЖД, ОАО «Минудобрения», ОАО «Амтел-Черноземье».

Отраслевая структура ВРП Воронежской области


Источник: ФСГС

Доходы на душу населения в Воронежской области, несмотря на существенно более низкий, по сравнению с Белгородской областью ВРП (ВРП на душу населения последней превышает тот же показатель Воронежской области почти в два раза) лишь на 5-7% ниже, чем в последней (данный феномен объясняется большей частью большей долей федеральных налогов в бюджете Белгородской области). Стоит отметить существенно больший оборот розничной торговли в регионе (95 млрд. рублей в 2006 г., почти в 2 раза больше, чем в остальных областях ЦФО). Большое количество не очень богатого населения создаёт благоприятные предпосылки для развития розничных торговых предприятий «недорогих» форматов.

Конкурентная среда в розничной продуктовой торговле Воронежской области достаточно разнообразна - в области работают сети «Магнит» (19 магазинов), «Пятерочка» (20), «Десяточка» (33), «ЦентрТорг» (32); тем не менее обеспеченность «современными» торговыми площадями в регионе находится на уровне в 50% от среднего по России. Соответственно, остается значительный потенциал развития современных организованных форматов торговли за счет доли предприятий «традиционных» форматов.

Доля рынка ТС «Провиант» в обороте розничной торговли продовольственными товарами в магазинах современных форматов в Воронежской области составляет в настоящее время 7-8%.

Индустрия розничной торговли - основные отраслевые тенденции

Общие предпосылки развития современных форматов розничной торговли в Российской Федерации подробно отражены в многочисленных отчётах инвестиционных аналитиков ведущих российских компаний (Атон, Ренессанс Капитал, Тройка Диалог, Deutsche UFG и др.) и в инвестиционных меморандумах многочисленных облигационных выпусков компаний, представляющих данный сектор. Целью этого раздела Инвестиционного Меморандума является лишь краткое перечисление основных черт и тенденций развития этого сектора сферы услуг в России и Московском регионе.

Розничная торговля, как вид бизнеса, является индустрией с **очень низкими «барьерами для входа»** (не нужно больших денежных средств и специализированного образования, чтобы открыть небольшую торговую палатку), предлагающей потребителям **стандартизированный набор услуг** (пакет молока, купленный в любом магазине, имеет одинаковую потребительскую стоимость), **имеющих сильную территориальную привязку** (многие покупатели находят удобным покупать продукты питания в магазинах, территориально расположенных в местах их проживания).

Западные индустриальные классификации различают «неорганизованную» или «традиционную» и «организованную» розничную торговлю. **Низкие «барьеры для входа»** (в стране с любым уровнем развития экономики) являются предпосылкой наличия большого количества мелких торговых предприятий, конкурирующим с крупными сетевыми компаниями; приблизительно 85% торговли продовольственными товарами в Европе приходится на «организованную» торговлю, в России в настоящее время имеет место быть противоположная пропорция.

Считается, что с увеличением уровня жизни населения, пропорция «организованных» форм в общем обороте розничной торговли существенно возрастёт, хотя и не достигнет западноевропейских уровней.

Так как принципы работы торговых предприятий подчиняются основным законам микроэкономики (такими, как «эффект экономии на масштабах», конкурентное формирование цены, низкая ценовая эластичность спроса.), то большие торговые сети, в силу существенной экономии на стоимости закупок и административных издержках, могут предлагать покупателям более низкие (по сравнению с «традиционными» торговыми предприятиями) абсолютные цены на товар в сочетании с более широким ассортиментом. В тоже время, у крупных сетевых розничных компаний есть существенные ограничения по «охвату» потенциальных клиентов (например, нецелесообразно открывать большой гипермаркет в малонаселённой местности).

Индустриальная классификация типов современных розничных магазинов различает несколько категорий (т. н. «форматов»), которые отличаются по размеру предлагаемого ассортимента, ценовой политике (размеру торговой наценки), площади магазинов и политике размещения торговых точек.

Общая классификация «современных» форматов розничных магазинов

| Тип | Определение | Площадь | Ассортимент | Местоположение | Типичный покупатель |
|-------------------------|--|--------------------------------|-------------------------|---|---|
| Гипермаркет | Большой торговый центр, включающий в себя большой супермаркет и магазины по продаже бытовой техники, одежды и т. д. | 10,000 - 40,000 м ² | 20,000 - 40,000 позиций | Легкодоступные места на пересеч. трансп. артерий. | Соц. группы с разными уровнями доходов. Мобильный покупатель. |
| Супермаркет | Магазин, работающий по системе самообслуживания, предлагающий широкий ассортимент товаров. Есть торговля через прилавок (товары, требующие взвешивания). Торговый зал оформлен максимально дружелюбно по отношению к покупателям. | 3,000 - 10,000 м ² | 7,000 - 20,000 позиций | В местах концентрации жилых домов; как в центре, так и на окраинах. | Соц. группы с разными уровнями доходов. |
| Экономичный супермаркет | Упрощенный вариант классического супермаркета. Меньший торговый зал, меньшее число ассортиментных позиций. Торговая наценка максимально снижена. Есть торговля через прилавок (товары, требующие взвешивания). Торговый зал оформлен максимально просто. | 1,000 - 3,000 м ² | 2,000 - 7,000 позиций | В местах концентрации жилых домов; как в центре, так и на окраинах. | Соц. группы с разными уровнями доходов. |
| Дискаунтер | Магазин, продающий товары с минимальной торговой наценкой (в России 0.5-3.5%). Ассортимент состоит из быстрооборачиваемых товаров, при этом 50% занимают собственные торговые марки (private label). Торговый зал оформлен максимально аскетично - в основном простые, ничем не оформленные полки, товары зачастую находятся прямо в коробках. Нет торговли через прилавок. Оборудование торгового зала максимально простое и дешевое. | 300 - 1,000 м ² | 500-2,000 позиций | В местах массовой застройки. | Соц. группы с низкими доходами. |
| Cash & Carry | Магазин, торгующий мелким и средним оптом для юридических и физических лиц | Около 20,000 м ² | 20,000-40,000 позиций | Вдали от центра, на пересечении трансп. путей. | Оптовые покупатели (юр. и физ. лица). |

Источник: РБК

Ключевые финансовые и операционные показатели любой компании розничной торговли (такие как маржа операционной прибыльности, оборачиваемость торговых запасов и др.) существенно зависят от избранного формата торговли; в то время как показатели долговой нагрузки в основном зависят от стадии развития компании, её активности в области слияний и приобретений и политика в области недвижимости (покупка или аренда).

Всего на российском рынке розничной торговли присутствует около 700 - 750 торговых сетей различных форматов.

По мнению аналитиков ИГ «Атон», в 2007-2010 годах российский рынок розничной торговли продуктами питания будет расти в среднем на 11.5% в год, при этом сегмента магазинов современного формата будет увеличиваться почти на 25% в год. Рост ВВП на душу населения за этот период составит 9% в год. Одновременно с этим традиционные для России форматы розничной торговли (палатки, открытые рынки) будут постепенно вытесняться магазинами современных форматов, чья доля в розничном обороте увеличится с 20% в настоящее время до 40% в 2010 году. В Москве ежегодные темпы роста оборота магазинов современного формата в 2005-2010 годах достигнут в среднем 28%; в регионах, по-видимому, будут наблюдаться ещё более высокие темпы роста.

Основные тенденции развития розничной торговли «современных форматов» в России

Специфика бизнеса розничной торговли (низкие барьеры для входа, сильная зависимость операционных показателей от конкретного местоположения торговых точек и т.п.) определяют то, что российский рынок розничной торговли обладает высокой степенью фрагментации и регионализации. В развитии предприятий современных форматов розничной торговли в России можно выделить следующие основные тенденции.

- **Большой интерес со стороны международных розничных компаний.** В соответствии с результатами ежегодного обзора консалтинговой компании AT Kearney «Global retail development index», с точки зрения зарубежных индустриальных инвесторов, в течение 2004-2006 г.г Россия занимает 1-2е место.

Глобальный индекс привлекательности развития розничной торговли, 2006

| Место 2006 | Место 2005 | Страна | Регион | Вес | Страновой риск | Привлекательность рынка | Насыщенность рынка | Скорость развития | Взвешенная оценка |
|------------|------------|-----------|--------------|-----|----------------|-------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| | | | | | 25% | 25% | 30% | 20% | |
| 1 | 1 | Индия | Азия | 55 | 34 | 89 | 76 | 100 | |
| 2 | 2 | Россия | Вост. Европа | 43 | 59 | 53 | 90 | 85 | |
| 3 | 8 | Вьетнам | Азия | 43 | 24 | 87 | 81 | 84 | |
| 4 | 3 | Украина | Вост. Европа | 42 | 37 | 76 | 81 | 83 | |
| 5 | 4 | Китай | Азия | 58 | 40 | 57 | 86 | 82 | |
| ...30 | н.д. | Казахстан | Азия | 48 | 15 | 99 | 8 | 46 | |

Источник: AT Kearney

- Благоприятная ситуация на международных рынках капитала и сохраняющийся высокий уровень цен на энергоносители позволяет владельцам крупных российских розничных компаний частично монетизировать стоимость своих долей в бизнесе, **выводя свои компании на IPO или продавая доли владения специализированным фондам частных инвестиций.**

- **Усиление ценовой конкуренции, особенно в крупных городах, таких как Москва и Санкт-Петербург.** Это обусловлено быстрым развитием дисконтных магазинов и гипермаркетов, торговые площади которых, по прогнозам аналитиков ЗАО «АТОН Брокер», в период 2007-2008 годов в двух главных городах будут увеличиваться в среднем на 40% в год. Для сравнения, общий рост российского розничного рынка в этот период должен составить 14% в год. Тем не менее, по мнению многих индустриальных аналитиков, российский розничный рынок ещё не созрел для настоящей ценовой войны и есть сомнения в том, что ведущие игроки отрасли готовы ее развязать.
- **Растущая ценовая конкуренция подтолкнет дальнейшую консолидацию,** поскольку компании будут стараться за счет повышения своей рыночной доли добиваться снижения закупочных цен, чтобы компенсировать внешние угрозы, которые могут негативно отразиться на рентабельности.
- Растущая ценовая конкуренция, наряду с естественным желанием акционеров розничных компаний повысить стоимость своего бизнеса, демонстрируя высокие темпы роста, скорее всего, подтолкнет **дальнейшую консолидацию,** поскольку компании будут стараться за счет повышения своей рыночной доли добиваться снижения закупочных цен. Тем не менее, стоит отметить, что существует целый набор экономических предпосылок, влияющих на процесс консолидации в российской розничной торговле (см. ниже);

Сделки по «слияниям и поглощениям» - оценка приобретаемых активов повышается

| Дата | Покупатель | Объект приобретения | Кол-во приобр. магазинов | Выручка приобр. магазинов (\$ млн.) | Цена (\$ млн.) | P/ Выруч. |
|------|--------------|-------------------------|--------------------------------|--|-------------------|--------------|
| 2007 | X5 | Корзинка (Липецк) | 21 | 150 | \$110 | 1.36 |
| 2007 | X5 | Фран. сеть в Челябинске | 40 | нд | нд | нд |
| 2007 | 7й Континент | Светофор (Иваново) | 20 | нд | 10 | нд |
| 2006 | X5 | Меркадо (Москва) | 16 | 110 | 165 | 1.50 |
| 2006 | Пятерочка | Перекресток | 120 | 1,015 | 1,365 | 1.34 |
| 2006 | Копейка | Эконта | 48 | нд | 100 | нд |
| 2006 | Марта | Пи | 69 | нд | 70-80 | нд |
| 2005 | Пятерочка | Фран. сеть Копейки | 25 | 115 | 90 | 0.78 |
| 2005 | 7й Континент | Алтын | 12 | 65 | 36 | 0.55 |
| 2005 | Пятерочка | Сеть Копейки | 18 | 108 | 61 | 0.56 |
| 2005 | Пятерочка | Экономторг | 19 | 20 | 11 | 0.55 |
| 2004 | 7й Континент | Петровский | 17 | 115 | 70 | 0.61 |
| 2004 | Rewe (Billa) | Продмак | 17 | 40 | нд | нд |
| 2004 | Rewe (Billa) | Марта | 19 | 95 | нд | нд |
| 2004 | Перекресток | Ярославль 365 | 4 | нд | нд | нд |
| 2003 | Перекресток | Спар (Поволжье) | нд | 30 | 16 | 0.53 |
| 2003 | Марта (Spar) | Столица | нд | 37 | 20 | 0.54 |

Источник: оценки ЗАО «АТОН Брокер», отраслевые данные

- **Повышение затрат на расширение деятельности.** Большинство компаний розничной торговли стараются компенсировать негативные последствия вступления рынков Москвы и Санкт-Петербурга в стадию зрелости путем выхода в регионы. Однако разворачивание региональной деятельности оказывает негативное воздействие на рентабельность в краткосрочной перспективе по причине низкой эффективности маркетинговых затрат на первом этапе развития, расходов на региональные центры дистрибуции и увеличения расходов на обслуживание долгового финансирования;
- **Конкуренция со стороны «федеральных сетей» и «иностранцев»,** с точки зрения устоявшихся региональных операторов – лидеров локального рынка, несёт собой скорее новые возможности, нежели угрозу. «Барьеры для входа» нового большого игрока в любой относительно привлекательный регион уже

достаточно велики (наиболее привлекательные площади для открытия новых точек уже заняты, существующие предприятия имеют уже установившиеся связи и зачастую имеют очень сильный местный «административный ресурс» и т.п.);

- **Возможное снижение закупочных цен и увеличение давления на поставщиков.** Увеличение доли компаний «организованной» розницы в общей структуре розничной торговли логичным образом должно привести к усилению их позиций на переговорах с поставщиками.

Деятельность иностранных компаний на российском рынке

Международные компании розничной торговли считают Россию одним из наиболее привлекательных рынков. Хотя некоторые компании (например, Tesco) все еще считают нормативно-правовую базу, регламентирующую использование торговых площадей, и цены препятствием для вхождения на российский рынок, другие торговые компании активно разворачивают здесь свою деятельность.

- **Metro** в настоящее время имеет 31 торговый центр в 20 городах РФ, компания является второй по объёму оборота (после X5) торговой сетью России;
- **Auchan** - четвёртая по объёму оборота торговая сеть РФ; в настоящее время включает 10 гипермаркетов в Москве и ближнем Подмосковье, два гипермаркета в Санкт-Петербурге и по одному магазину в Нижнем Новгороде и Екатеринбурге. В 2007-2008гг планирует открыть еще шесть гипермаркетов;
- **REWE** с 2005 года развивает в России супермаркеты формата Villa совместно с группой «Марта».
- По данным СМИ, компания **Carrefour** выйдет на российский рынок в первом квартале 2008 года. Первый магазин может быть расположен ТЦ «Фили», строящемся на западе Москвы. Ранее компания уже приобрела несколько площадок в городах южного региона и считается потенциально заинтересованной в приобретении «готовых» розничных сетей в РФ.

ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ

История развития

- 1993 год – создание группы компаний «Провиант» как сети павильонов розничной торговли продуктами питания на территории г. Старый Оскол, Белгородской области. Как и многие другие региональные сети, Компания начинала свою деятельность, используя правовую форму ИЧП;
- В 2001 году был открыт первый магазин под маркой «Провиант». Одновременно с этим, 6 действующих магазинов были переведены под общий бренд и единое управление.
- 2003 год – открытие филиалов в Белгороде и Воронеже. По состоянию на конец 2003 года сеть включала 29 магазинов. Розничный оборот сети за год составил \$50 млн (включая НДС).
- 2005 год – открытие филиала в г. Курск. На конец года сеть включала 98 магазинов, годовой оборот составил \$140 млн. (включая НДС).
- 2006 год - открытие филиала в г. Смоленск. Существенное изменение законодательства (индивидуальные предприниматели потеряли право торговать алкоголем), и **перерегистрация организационно-правовой формы** в «общество с ограниченной ответственностью». На конец 2006 года, количество магазинов сети увеличилось до 113, а годовой торговый розничный оборот составил \$210 млн (включая НДС). В настоящее время в компаниях Группы работает более 3 500 человек.

Собственность и организационная структура Группы

Эффективными собственниками Торговой сети «Провиант» являются три частных лица - предприниматели И.С. Моргунский, Е.В. Луканов и В.А. Мосур.

Организационная структура группы компаний «Провиант» включает в два взаимосвязанных направления: розничную торговлю продовольственными товарами и управление торговыми объектами недвижимости, используемыми под магазины сети.

Как и у многих других региональных операторов розничной торговли, первоначально организационная структура Группы формировалась, прежде всего, принимая во внимание интересы налогового и имущественного планирования, т.е. «торговыми операторами» практически всех магазинов являлись индивидуальные предприниматели.

В 2005-2006 гг. руководством был инициирован процесс реорганизации юридической структуры компании, реализуемый в три этапа:

- на первом этапе (первая половина 2006 г.) было оптимизировано управление розничным направлением – функции торговых операторов переданы ряду юридических лиц, деятельность которых распределена на основе географического признака; образованы компания-оператор

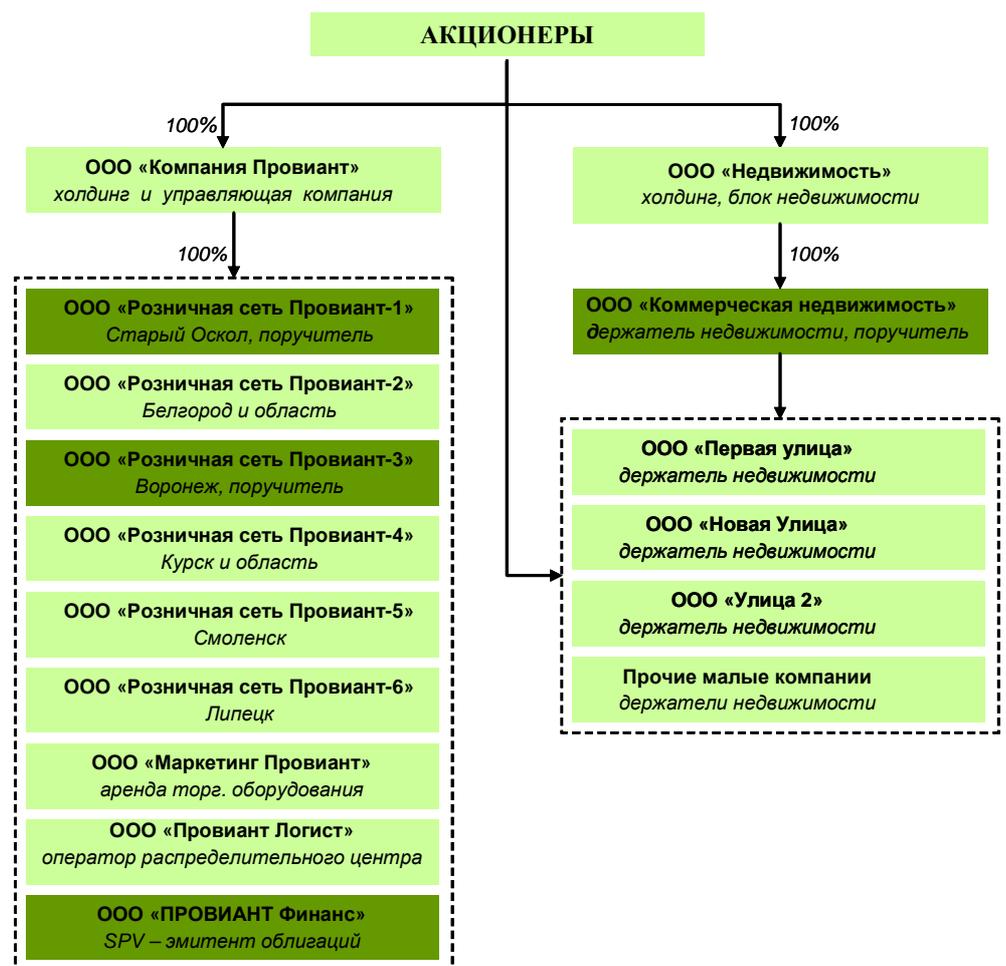
распределительного центра (ООО «Провиант Логист») и компания-арендодатель торгового имущества (ООО «Маркетинг Провиант»);

- в настоящее время завершается **второй этап** – консолидация объектов недвижимости Группы на едином держателе – ООО «Коммерческая недвижимость»;
- До конца 2007 года планируется завершение процесса реорганизации – создание единого для обоих направлений холдинга на базе ООО «Компания Провиант», а также реорганизация последнего в ЗАО.

Соответственно, по причине относительно недавнего формирования бизнеса Группы в организованный формальный периметр, бухгалтерская отчётность ТС «Провиант» за 2006 г. не является полной и репрезентативной. Следует отметить, что отчётность за 2-е полугодие 2006 г. и начало 2007 г. в достаточной мере отражают объём и основные операционные показатели бизнеса.

В настоящее время юридическая структура ТС «Провиант» сформирована следующим образом: акционерам напрямую принадлежат 100% долей в двух компаниях (ООО «Компания Провиант» и ООО «Недвижимость»), являющихся холдинговыми структурами для компаний-розничных операторов и держателей недвижимости соответственно.

Текущая юридическая структура Группы «Провиант»



* тёмно-зелёным выделены юридические лица, участвующие в облигационном займе

Источник: данные Компании

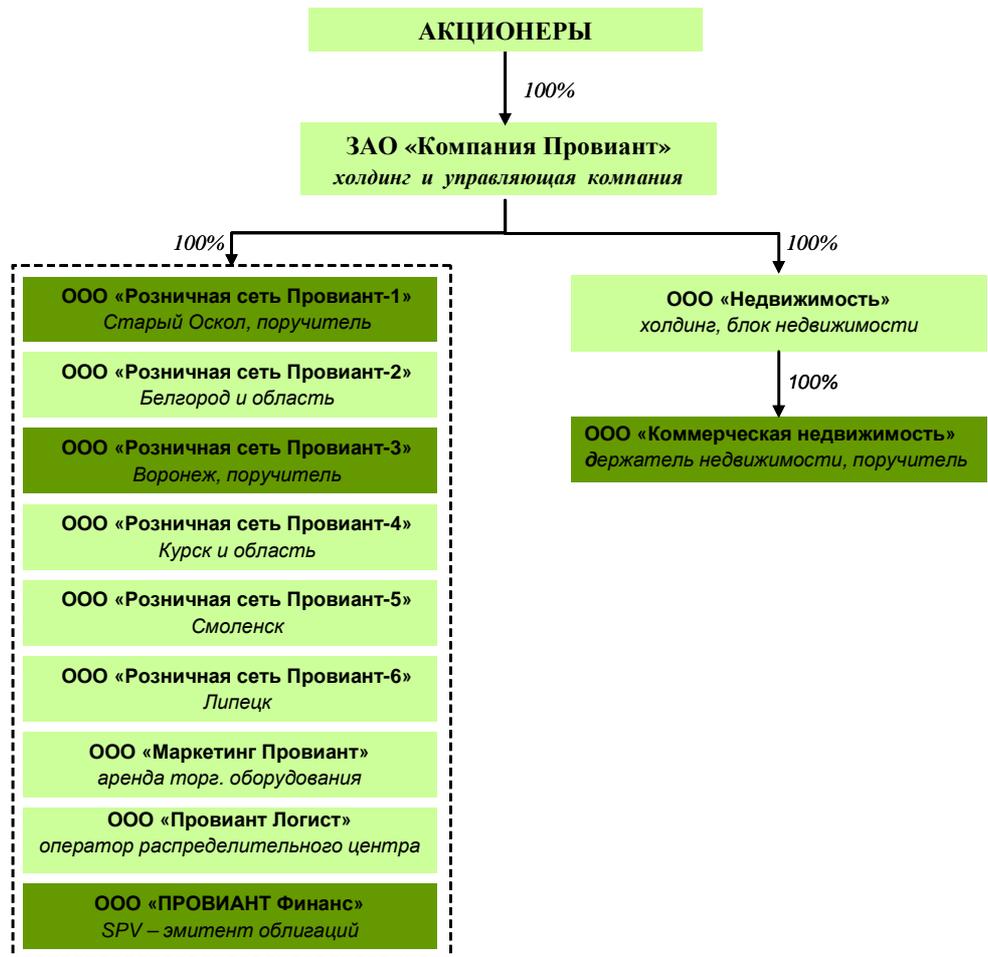
- В розничном блоке присутствуют шесть торговых операторов, за каждым из которых закреплен определенный регион, а также оператором

распределительного центра и арендодателем оборудования. Наиболее крупными торговыми операторами Группы являются ООО «Розничная сеть ПРОВИАНТ-1» (Старый Оскол и Старооскольский район, 34 магазина) и ООО «Розничная сеть ПРОВИАНТ-3» (Воронеж и Воронежская область, 39 магазинов). На их долю приходится до 69% розничного товарооборота, под операции указанных операторов занято около 62% всех торговых площадей сети.

- **Блок недвижимости** включает несколько юридических лиц- держателей объектов недвижимости и сдающих их в аренду торговым операторам. В данный структурный сегмент в частности входит компания ООО «Коммерческая недвижимость», являющаяся собственником большей части недвижимости Группы, а также холдингом для ряда прочих юридических лиц – держателей недвижимости.

Как упоминалось выше, в настоящее время завершается перевод объектов недвижимости на указанную компанию, в результате чего ООО «Коммерческая недвижимость» будет единственным держателем всех объектов Группы «Провиант».

Целевая юридическая структура Группы «Провиант» (4 квартал 2007 г.)



Источник: данные Компании

Структура предлагаемого вниманию инвесторов дебютного облигационного выпуска предусматривает выпуск через SPV (ООО «ПРОВИАНТ Финанс») и присутствие поручительств от трёх крупнейших юридических лиц в структуре группы - двух торговых операторов (г. Воронеж и Старый Оскол) и основной компании блока недвижимости Группы. На компании, выступающие поручителями по выпуску, приходится около 63% торгового оборота торговой сети.

Менеджмент

- **Игорь Степанович Моргунский, генеральный директор и управляющий сети «Провиант».** Высшее образование, Белгородский университет потребительской кооперации, член золотого клуба «СанИнтерБрю», ежегодный участник форумов «Мир торговли», «Retail Director», «Food Director».
- **Илья Адольфович Якубсон, член совета директоров.** Родился в 1972 г. Имеет высшее образование и степень MBA бизнес-школы Кингстонского университета (Великобритания). Лауреат премии национальной Торговой ассоциации «Человек торговли — 2003» в номинации «розничная торговля». В 1997-2006 гг. Генеральный директор Группы Компаний «Паллада» (региональный продовольственный дискаунтер в Орловской области).
- **Леонид Иванович Курашик, финансовый директор.** Высшее образование, Академия народного хозяйства при правительстве РФ, переподготовка по программе «менеджмент в малом и среднем бизнесе», SRC «Практический курс для сотрудников финансово-экономических служб».
- **Сергей Владимирович Чернов, директор по менеджменту качества.** Имеет высшее образование, имеет степень MBA Академия народного хозяйства при правительстве РФ по программе «Топ-менеджер». В 2002-2003 гг. исполнял обязанности зам. генерального директора ОАО «Губкинский мясокомбинат».
- **Елена Вячеславовна Уткина, директор по организационному развитию и управлению персоналом.** Два высших образования, Российская академия государственной службы при президенте РФ. Закончила институт повышения квалификации государственных служащих по программе «эффективное управление персоналом». В 2003-2006 гг. заместитель директора рекламного агентства «Проза».

Магазины сети «Провиант»

Магазины сети «Провиант»

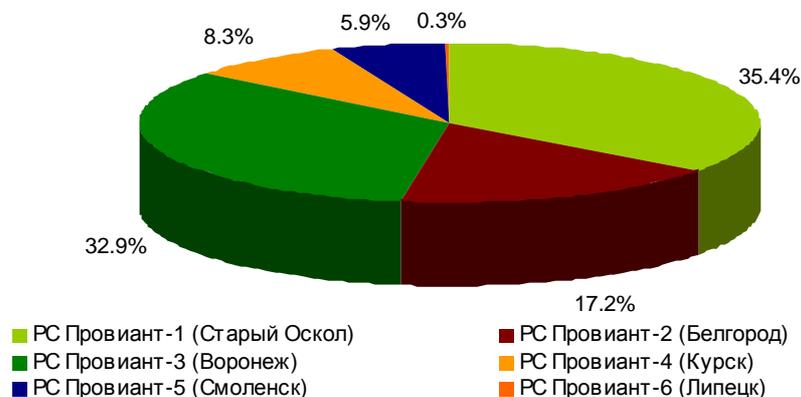


Источник: данные Компании

По состоянию на 01.01.2007 в состав сети «Провиант» входит 113 магазинов. Подавляющее большинство из них (110 объектов) функционируют в формате «магазина у дома», еще три магазина работают в формате «супермаркет». Географически, Группа представлена в ряде областей ЦФО, а именно Белгородской,

Воронежской, Курской, Смоленской и Липецкой областях. Совокупная торговая площадь магазинов сети составляет 36 327 кв.м. Распределение выручки по регионам и основным торговым операторам представлено ниже; распределение торговых площадей приблизительно соответствует распределению выручки.

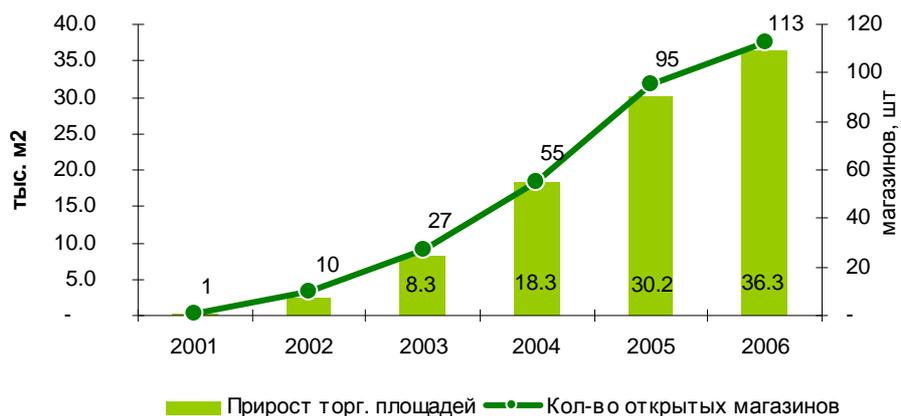
Распределение выручки между торговыми операторами ТС «Провиант», 2006 г.



Источник: данные Компании

Приблизительно 34% торговых площадей ТС «Провиант» (12.5 тыс. м²) находится в её собственности, что в целом соответствует или несколько превосходит средние значения сетей «бюджетных» форматов. Например, у «Магнита» всего 10% площадей находится в собственности, в то время как для средних по величине региональных сетей типа «Виват» и «Монетка» этот показатель варьируется от 15% до 40%.

Динамика роста торговых площадей и количества магазинов ТС «Провиант», 2001-2006 гг.



Источник: данные компании

В собственности ТС «Провиант» в настоящее время находится 36 объектов общей площадью 26.9 тыс. м² (не включая объектов незавершенного строительства), с торговой площадью 12.5 тыс. м². Рыночная стоимость всех объектов по состоянию на начало января 2007 составляет 1.05 млрд. рублей, а залоговая стоимость, принимаемая в расчёт рассчитанная банками-кредиторами Компании, составит приблизительно 0.5 млрд. рублей. В настоящее время в залоге под обеспечение полученных банковских кредитов находится 16 объектов площадью 14 тыс. м² и

рыночной стоимостью 616 млн. рублей (59% рыночной стоимости всей недвижимости Группы).

Объекты недвижимости, находящиеся в собственности ТС «Провиант» (на 31.03.2007 г.)

| № | Адрес | Использование | Общ. площадь, м2 | Рын. ст-ть (тыс. руб.) | Оцен. ст-ть (тыс. руб.) | Дата оценки | Статус |
|--------------|---|-----------------|------------------|------------------------|-------------------------|-------------|----------|
| 1 | Старый Оскол, м-н Приборостроитель, 32 | собств. магазин | 2 077 | 83 080 | 42 349 | 01.08.2006 | в залоге |
| 2 | Воронеж, ул. 232 Стрелковой дивизии, 33 | собств. магазин | 1 699 | 79 250 | 34 994 | 13.02.2006 | в залоге |
| 3 | Курчатов, ул. Мира, 3 | собств. магазин | 1 448 | 40 530 | 27 494 | 01.07.2005 | - |
| 4 | Курск, ул. Парковая, 10 | собств. магазин | 1 249 | 50 000 | 27 087 | 20.06.2006 | в залоге |
| 5 | Белгород, ул. Железнякова, 19а | собств. магазин | 992 | 49 585 | 24 996 | 25.04.2006 | - |
| 6 | Курск, ул. Никитская, 1в | собств. магазин | 515 | 20 600 | 20 020 | 01.03.2006 | - |
| 7 | Курск, ул. Менделеева, 67 | собств. магазин | 789 | 31 320 | 19 514 | 20.06.2006 | в залоге |
| 8 | Воронеж, ул. Новосибирская, 33 | собств. магазин | 718 | 35 865 | 19 086 | 22.06.2006 | в залоге |
| 9 | Старый Оскол, м-н Королева, 7а | собств. магазин | 706 | 35 250 | 18 583 | 13.02.2006 | в залоге |
| 10 | Старый Оскол, м-н Жукова, 29 б | собств. магазин | 986 | 61 316 | 17 401 | 01.07.2005 | в залоге |
| 11 | Курчатов, ул. Энергетиков, 5, 5а | собств. магазин | 961 | 28 830 | 16 342 | 01.05.2005 | в залоге |
| 12 | Воронеж, ул. Туполева, 28 | собств. магазин | 559 | 28 700 | 15 903 | 31.07.2006 | в залоге |
| 13 | Белгород, пр-т Славы, 150 | собств. магазин | 633 | 31 650 | 17 091 | н.д. | - |
| 14 | Старый Оскол, м-н Королёва, 28а | собств. магазин | 895 | 35 800 | 12 912 | 01.12.2005 | - |
| 15 | Губкин, пр-т Горняков, 4 | собств. магазин | 1 094 | 32 820 | 12 864 | 01.04.2005 | - |
| 16 | Липецк, ул. Ильича, 12 | собств. магазин | 417 | 12 510 | 12 864 | 01.07.2006 | - |
| 17 | Курск, ул. Менделеева, 33, 33А | собств. магазин | 657 | 26 280 | 12 623 | 01.11.2005 | в залоге |
| 18 | Воронеж, ул. Депутатская, 7 | собств. магазин | 548 | 27 400 | 10 820 | 01.12.2006 | в залоге |
| 19 | Курск, ул. Комарова, 12/Дейнеки, 24 | собств. магазин | 850 | 33 960 | 10 640 | 01.05.2005 | в залоге |
| 20 | Курск, ул. Серёгина, 26 | собств. магазин | 399 | 31 888 | 9 553 | 31.07.2006 | - |
| 21 | Новый Оскол, пл. Ленина, 5 | собств. магазин | 871 | 18 675 | 9 215 | 01.04.2005 | - |
| 22 | Воронеж, ул. Менделеева, 18а | собств. магазин | 349 | 18 350 | 8 849 | 15.02.2006 | - |
| 23 | Воронеж, ул. Небольсина, 13 | собств. магазин | 327 | 16 350 | 8 545 | 31.07.2006 | - |
| 24 | п. Разумное, ул. Филиппова, 12 | собств. магазин | 872 | 9 275 | 8 455 | 13.04.2006 | - |
| 25 | Новый Оскол, ул. Ливенская, 128 | собств. магазин | 1 200 | 24 000 | 8 050 | 01.06.2005 | - |
| 26 | Воронеж, ул. Ленинградская 59/7 | собств. магазин | 553 | 28 050 | 7 862 | 01.11.2005 | - |
| 27 | Алексеевка, ул. Пушкина, 62 | собств. магазин | 586 | 14 650 | 7 765 | 09.11.2005 | - |
| 28 | Шебекино, ул. Генерала Шумилова, 22 | собств. магазин | 413 | 10 300 | 7 012 | 26.07.2005 | в залоге |
| 29 | Воронеж, ул. Ростовская, 26 | собств. магазин | 354 | 17 700 | 6 840 | 01.11.2006 | - |
| 30 | Воронеж, ул. Артамонова, 34 | собств. магазин | 287 | 12 096 | 5 931 | 01.11.2006 | - |
| 31 | Лиски, ул. Свердлова, 59 | собств. магазин | 287 | 7 180 | 5 745 | 01.10.2005 | - |
| 32 | Бутурлиновка, ул. Красная, 18 | собств. магазин | 511 | 9 540 | 5 000 | 01.10.2004 | - |
| 33 | Воронеж, ул. Ярославская, 24 | собств. магазин | 283 | 14 250 | 4 548 | 01.08.2006 | в залоге |
| 34 | Воронеж, ул. Ростовская, 52 | собств. магазин | 414 | 21 000 | 4 480 | 01.08.2006 | в залоге |
| 35 | Старый Оскол, м-н Парковый, 5а | собств. магазин | 153 | 5 355 | 2 443 | 01.12.2005 | - |
| 36 | Старый Оскол, Восточный 13 | сдано в аренду | 1 252 | 50 060 | 32 502 | 01.08.2006 | в залоге |
| Итого | | | 26 904 | 1 053 466 | 516 378 | | |

Источник: данные компании

Крупнейшим балансодержателем объектов недвижимости в составе Группы на текущий момент является ООО «Коммерческая недвижимость», которое владеет 16 объектами общей площадью 9.1 тыс. м² рыночной стоимостью 350 млн. рублей. В течение 2007 года планируется завершение дальнейшей консолидации объектов недвижимости на балансе данного юридического лица, при этом техника передачи торговых объектов не предусматривает переоценки имущества.

Ассортиментная политика и маркетинг

В настоящее время Компания осуществляет свою деятельность преимущественно в магазинах «бюджетных» форматов. В таблице, представленной ниже, приводится приблизительная «форматная» классификация основных объектов. В краткосрочной перспективе компания планирует расширять свою присутствие в основном за счёт расширения количества магазинов более «высоких» форматов (общее увеличение уровня жизни в регионе, охват дополнительной клиентской аудитории, проживающей в той же местности и др.). В ближайшее время компания планирует запуск собственной «родственной» сети супермаркетов (предварительное название сети «Орбус», см. раздел «Стратегия развития»).

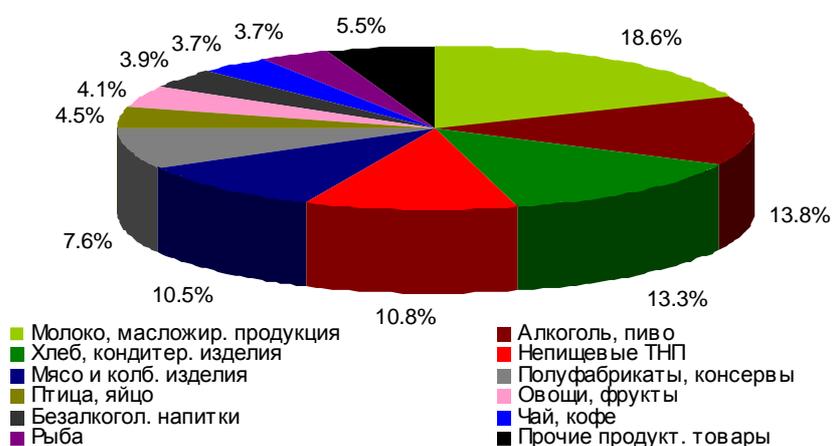
Условная форматная классификация и основные характеристики отдельных типов магазинов ТС «Провиант»²

| | Кол-во магазинов, шт. | Средн. торг. площадь, м2 | Средн. SKU, ед. | Средн. выручка, тыс. руб. м2/ год |
|------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| "Малый эконом" | 43 | 237 | 5,619 | 175 |
| "Большой эконом" | 44 | 329 | 7,067 | 136 |
| Универсам | 23 | 453 | 9,745 | 147 |
| Супермаркет | 3 | 415 | 11,996 | 163 |

Источник: данные компании

Размер торговой наценки варьируется в пределах 10-15% от закупочной цены (с учетом прямых расходов магазинов); стратегия Группы предполагает максимизацию торгового оборота при обеспечении низких уровней цен на реализуемые товары в условиях выбранного формата, ориентированного на наиболее массового потребителя со средним и ниже среднего уровнем дохода. Посещаемость магазинов сети составляет в среднем около 1 300 человек в день на один магазин.

Структура розничного оборота ТС «Провиант» (2006 г.)



Источник: данные Компании

Наиболее востребованная категория товаров – молочная и масложировая продукция (18,6%), алкоголь и пиво (13,8%) хлеб и кондитерские изделия (13,3%), мясо (10,5%). Значительная доля в структуре розничного оборота категорий товаров, занимающих существенное место в потребительской корзине, демонстрирует восприятие покупателями магазинов сети как полноценных торговых объектов в противоположность «палаточной» торговле, дополняющей, но не заменяющей основных мест покупок.

Средняя выручка с квадратного метра торговой площади на конец 2006 года составила около 145 тыс. рублей в годовом эквиваленте (с НДС), что приблизительно соответствует показателю работающему преимущественно в том же формате «Магнита» (140 тыс. рублей без НДС в 2006 году). По состоянию на конец 2006 года средний чек в магазинах ТС «Провиант» составляет около 109 рублей с НДС («Магнит» - 101 руб. без НДС). Годовой трафик покупателей в расчете на кв. метр торговой площади составляет 1 600 человек, что несколько выше среднего показателя для «дискаунтеров» (1 200-1 300 человек).

² Подробные данные по статистике продаж по отдельным магазинам достаточно объёмны и в целях краткости изложения не приводятся в данном документе.

Указанное соотношение относительно невысокой суммы среднего чека и высокого трафика покупателей характерно для формата «магазин у дома», предполагающего большое количество покупателей, совершающих небольшие по сумме покупки. Кроме того, на показатели оказывает влияние удобное территориальное расположение магазинов сети.

Закупки и логистика

ТС «Провиант» является одной из крупнейших розничных сетей в своём регионе, что укрепляет переговорную позицию Группы при взаимодействии с дистрибьюторами и обеспечивает хороший уровень закупочных цен. Компания обладает широко диверсифицированной базой поставщиков; максимальная доля в поставках по конкретным направлениям не превышает 5% (молоко – 4.1%, мясо и колбасные изделия – 3.0% и т.п.).

В настоящее время в распоряжении Группы имеется распределительный склад площадью 2 тыс. м², расположенный в г. Старый Оскол Белгородской области. В том же городе в первом квартале 2008 года планируется введение в действие нового распределительного центра площадью 12 тыс. м² и комплектация собственного автотранспортного парка.

Собственное производство

Цех собственного производства ТС «Провиант» был открыт в конце 2006 года. В настоящее время производится хлебобулочные и кондитерские изделия и готовая кулинарная продукция. Цех обслуживает г. Старый Оскол и г. Губкин.

В планах компании в течение 2007 года расширение собственного производства в Воронежскую, Белгородскую и Курскую области; открытие «столов заказов» в г. Старый Оскол; запуск цеха овощной консервации. Стратегический план развития Группы предусматривает увеличение доли товаров собственного производства до 15% к 2010 году как на базе собственных мощностей, так и с размещением заказов на производство у сторонних организаций.

Стратегия развития

Руководством сети «Провиант» разработан и утвержден стратегический план развития бизнеса на 2007-2010 гг. Согласно данному документу основное направление стратегического развития – повышение эффективности и рентабельности деятельности Группы за счет реализации ряда мероприятий.

- **Во-первых, завершение программы юридической реструктуризации:** перевод недвижимости на единого держателя, создание единого холдинга для Группы в целом;
- **Во-вторых, смещение акцента от экстенсивного развития в пользу интенсификация присутствия** в существующих регионах. Более плотное покрытие регионов будет осуществляться как за счет заключения арендных договоров, так и покупки благоприятно расположенных торговых объектов. Количество открываемых магазинов сети составит 30-40 магазинов ежегодно до 2010 г.;
- **В-третьих, увеличение доли супермаркетов** в структуре выручки сети. Так в мае 2007 года Группа достигла договоренности о приобретении под супермаркеты 6 торговых объектов в г. Старый Оскол общей площадью 8,4 тыс. м² (объекты небольшой местной сети «Новый Стиль»). Таким образом общее число торговых объектов формата «супермаркет» под управлением

Компании в ближайшее время составит 9 штук. Супермаркет обладает более широкой товарной матрицей (до 30 тыс. SKU) и занимает помещения торговой площадью от 600 м². В качестве целевой аудитории рассматривается типичный представитель «среднего класса» (ежемесячный доход в пределах верхней трети от дистрибуции заработков в конкретном регионе, как правило - житель города с населением от 100 тыс. человек, осуществляющий покупки 1-2 раза в неделю). Для развития супермаркетов разработан отдельный перспективный бренд «Орбус»; первые магазины под этим брендом откроются в третьем квартале 2007 г.

- **В-четвертых, ввод в эксплуатацию нового распределительного центра** площадью 12 тыс. м² в первом квартале 2008 года и комплектации автотранспортного подразделения.

Местоположение склада выбрано с учетом минимизации издержек на доставку товаров в магазины сети. Среднее расстояние от склада до магазина составит 120-150 км, максимальная удаленность – 200 км. Таким образом в зоне покрытия окажется до 93% магазинов сети (7% относится к Смоленскому подразделению). В настоящее время за счет централизованного канала поставок обеспечивается около 5-10% закупок, при вводе нового распределительного центра ожидается значительное увеличение данного показателя: до 50% SKU в 2008 и 70-80% в 2009 году. Кроме того, ввод в строй распределительного центра позволит достичь контроля над графиком поставок, оптимизировать товарный ассортимент, снизить необходимое количество персонала на разгрузочных и фасовочных процессах, сократить документооборот.

Ввод РЦ и создание автотранспортного подразделения обеспечит выход на крупнейших дистрибьюторов и производителей товаров, что приведет к снижению закупочных цен и соответствующему повышению прибыльности торговых операций: потенциал снижения среднего уровня закупочных цен за счет интеграции логистической функции оценивается на уровне 5-7% при инкрементных затратах на реализацию проекта в пределах 1-2% от себестоимости поставляемой продукции. Дополнительным источником повышения эффективности цепочкой поставок является интеграция фасовочной функции в рамках РЦ.

Прогноз финансовых показателей ТС «Провиант» на 2007-2010 гг.

| \$ тыс. | 2006 | 2007П | 2008П | 2009П | 2010П |
|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Финансовый долг | 16 069 | 42 802 | 58 200 | 62 400 | 80 400 |
| Выручка | 177 124 | 255 874 | 349 120 | 456 800 | 566 000 |
| ЕБИТДА | 6 211 | 10 500 | 16 409 | 23 754 | 31 130 |
| Чистая прибыль | 2 656 | 5 052 | 7 681 | 11 877 | 15 848 |
| Процентные расходы | 3 011 | 3 883 | 5 903 | 7 726 | 9 877 |
| Чистая прибыль / Выручка, % | 1.5% | 2.0% | 2.2% | 2.6% | 2.8% |
| ЕБИТДА / Выручка, % | 3.5% | 4.1% | 4.7% | 5.2% | 5.5% |
| Долг / ЕБИТДА, х | 2.6 | 4.1 | 3.5 | 2.6 | 2.6 |
| ЕБИТДА / Процентные расходы, х | 2.1 | 2.7 | 2.8 | 3.1 | 3.2 |

Источник: данные Компании

В результате реализации указанных мероприятий руководство Компании планирует к 2010 году достичь товарооборота \$550-570 млн. в год (планируемые темпы роста 25-35% в год) и повышения рентабельности по ЕБИТДА до 5.5%

Руководство Компании ожидает сохранения стабильного контролируемого уровня долговой нагрузки и прогнозирует сокращения коэффициента долг / ЕБИТДА с 4.1х (ожидаемый уровень на конец 2007 г.) до 2.6х к 2010г.

При реализации своей корпоративной политики руководство Компании будет осуществлять мероприятия, которые в дальнейшем обеспечат возможность

оперативной и эффективной продажи бизнеса, привлечения стратегического инвестора, а также возможность участия в сделках по слиянию с другими торговыми сетями.

КРАТКИЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Учетная политика

Формирование структуры торгово-финансовых потоков на раннем этапе развития деятельности ТС «Провиант» ставило приоритетом цели имущественного и налогового планирования, что типично для большинства средних российских торговых сетей. Торговыми операторами магазинов являлись индивидуальные предприниматели, что упрощало налогообложение и позволяло достаточно эффективно осуществлять оперативное управление относительно небольшого количества торговых точек. По мере роста операций возникла необходимость в реструктуризации операционной деятельности, и в течение 2006 года был инициирован и успешно завершен процесс передачи функций торговых операторов на специально созданные юридические лица, созданные по принципу территориальности.

Соответственно, по причине относительно недавнего формирования бизнеса Группы в организованный формальный периметр, бухгалтерская отчетность ТС «Провиант» за 2006 г. не является полной и репрезентативной. Тем не менее, по мнению руководства Компании, отчетность за 2-е полугодие 2006 г. и начало 2007 г. в достаточной мере отражают объем и основные операционные показатели бизнеса.

Для оценки совокупного масштаба операций торговой сети в данном меморандуме используется консолидированная управленческая отчетность, составленная по принципам, идентичным РСБУ (с «неттингом» внутренних оборотов), за 2005-2006 гг..

Динамика финансовых показателей ТС «Провиант» в соответствии с данными управленческого учета и краткосрочными прогнозами руководства Компании представлена в приведенной ниже таблице.

Основные финансовые показатели ТС «Провиант» (данные управл. учета)

| \$ тыс. | 2005 | 2006 | 2007П |
|--------------------------------|---------|---------|---------|
| Активы | 36 086 | 56 135 | 91 868 |
| Собственный капитал | 14 555 | 24 283 | 29 990 |
| Финансовый долг | 10 195 | 16 069 | 42 802 |
| Выручка | 119 395 | 177 117 | 256 846 |
| ЕВИТДА | 3 593 | 6 211 | 10 500 |
| Чистая прибыль | 1 780 | 2 657 | 5 060 |
| Процентные расходы | 1 630 | 2 703 | 3 769 |
| Чистая прибыль / Выручка, % | 1.5% | 1.5% | 2.0% |
| ЕВИТДА / Выручка, % | 3.0% | 3.5% | 4.1% |
| Долг / ЕВИТДА, х | 2.8 | 2.6 | 4.1 |
| ЕВИТДА / Процентные расходы, х | 2.2 | 2.3 | 2.8 |
| Капитал / Долг, х | 1.4 | 1.5 | 0.7 |
| Капитал / Активы, х | 0.4 | 0.4 | 0.3 |

Источник: данные компании

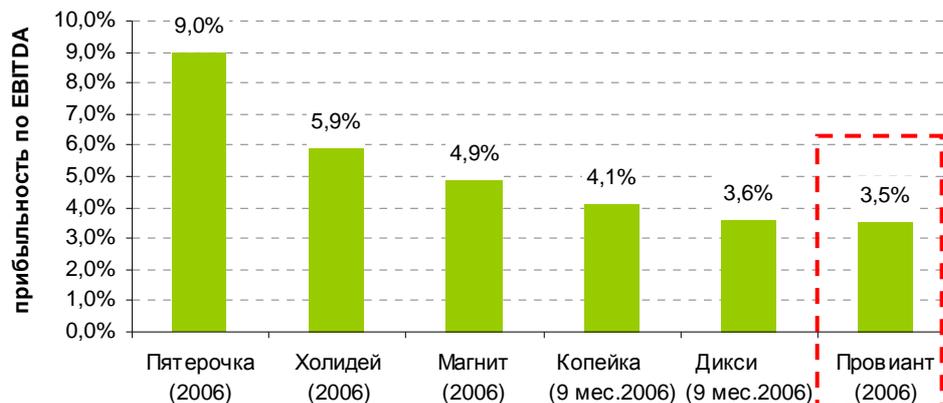
Структура продаж и рентабельность

Выручка от продаж по итогам 2006 года по данным консолидированной управленческой отчетности **составила \$177.1 млн.**, что на 48% превышает продажи

предыдущего периода. На розничную торговлю через магазины сети приходится 100% оборота (т. е. данные по выручке не «засорены» включением оптовой торговли, вспомогательных видов деятельности и т.п.). Оплата услуг по аренде недвижимости и торгового оборудования торговыми операторами у компаний, входящих в периметр консолидации, в управленческой отчетности «свёртываются» в выручке компаний – держателей оборудования и недвижимости. Данные по региональной и товарной структуре продаж компании были представлены в предыдущих разделах.

Показатель валовой рентабельности ТС «Провиант» за 2006 год составил 15.2%, (в 2005 году – 14.3%), что несколько ниже среднеотраслевых значений (например, показатели «Магнита» за те же годы составляют 18.3% и 16.8% соответственно), что объясняется большими возможностями больших федеральных сетей по экономии на масштабах. По итогам 2006 г. рентабельность по EBITDA составила 3.5% (3.0% за 2005 год), что опять же несколько ниже среднеотраслевых значений (например, показатели «Магнита» за те же годы составляют 4.9% и 5.0% соответственно).

Рентабельность по EBITDA отдельных розничных компаний, 2006 г. (управленческая отчетность и МСФО)

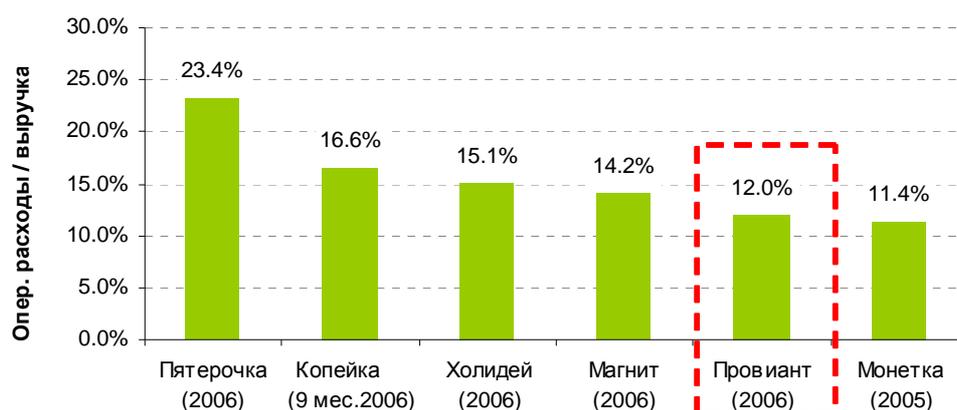


Источник: данные компаний, оценки ИГ «Атон»

Относительно невысокая рентабельность во многом определяется форматом деятельности сети и регионами ведения деятельности. В частности, компания считает необходимым поддержание относительно невысокой торговой наценки при целевой аудитории среднего и ниже среднего дохода, при этом уровень логистических и прочих расходов может быть для сети выше, чем для формата «супермаркета» или «гипермаркета», за счет большего количества магазинов и их географической распределенности. Кроме того, некоторое давление на рентабельность оказывают высокие темпы развития сети (большой объем единовременных расходов по реконструкции, ремонту и оборудованию магазинов).

При этом эффективность затрат на ведение операционной деятельности ТС «Провиант» находится на относительно высоком уровне: соотношение коммерческих и управленческих затрат к показателю выручки для Группы составляет 10.8% (за 2006 год), тогда как для малых и средних розничных сетей присутствующих на облигационном рынке значение этого показателя варьируется от 14% до 20%.

Отношение операционных расходов к выручке по отдельным ритейлерам



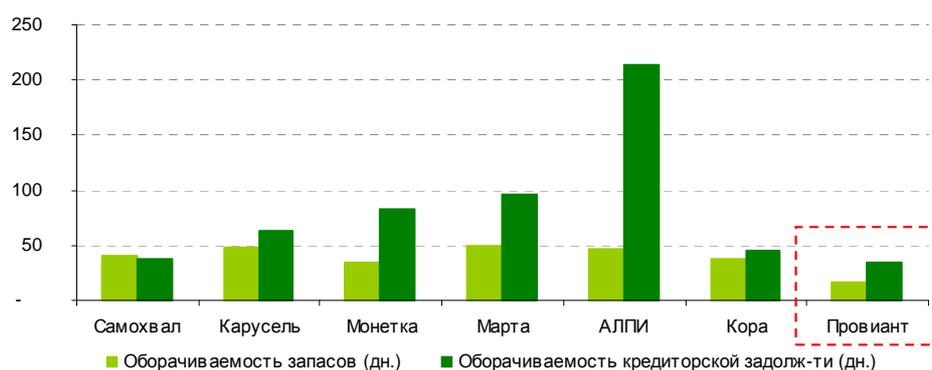
Источник: данные компаний, оценки ЗАО «АТОН Брокер»

По мере роста масштабов деятельности и принятия мероприятий по повышению эффективности (введение в строй распределительного центра, увеличение присутствия в сегменте «супермаркет» и т.п.) руководство Компании видит позитивные тенденции в динамике изменения обоих показателей рентабельности.

Динамика рабочего капитала

Средняя оборачиваемость запасов по итогам 2006 года составила 17 дней. При этом оборачиваемость кредиторской задолженности находится на уровне 33 дней, т.е. за счет задолженности поставщикам более чем полностью финансируется активная часть рабочего капитала. Сроки оплаты поставщикам за товары не превышают средние значения для региональных компаний сравнимого масштаба.

Сравнение коэффициентов оборачиваемости рабочего капитала отдельных розничных компаний (2006 год, различные отчётные периоды)



Источник: данные Компании, оценки ЗАО «АТОН Брокер»

Структура финансовой задолженности

До момента реорганизации долговая политика ТС «Провиант» предполагала акцент на работе с небольшими банками по регионам присутствия Группы. Компания обладает хорошими контактами с местными банками и пользуется репутацией безупречного заёмщика. По состоянию на 1 апреля 2006 года основными банками-кредиторами торговой сети являлись Липецккомбанк (48% предоставленных средств), Сбербанк (17%) и Осколбанк (15%). Основная масса ссуд являются краткосрочными (срок погашения меньше года) и, на практике,

возобновляются по взаимной договорённости с банками-кредиторами по исполнению обязательств по договору. Средняя ставка привлечения финансирования по текущим соглашениям составляет около 13.3%.

Долговая нагрузка компании в настоящее время относительно невысока: соотношение долга к активам на конец 2006 г. равно 0.3х; а долга к EBITDA 2.6х. Коэффициент покрытия процентных платежей EBITDA составляет 2.3х.

В рамках стратегии развития часть средств от размещения облигационного выпуска планируется направить на рефинансирование имеющихся кредитов с дальнейшей централизацией кредитования в двух-трех банках для обеспечения более комфортных условий предоставления финансирования и повышения контроля за финансовыми потоками.

Структура финансовой задолженности ТС «Провиант» на 01.04.2007

| № п/п | Кредитор | Сумма (тыс. руб.) | % ставка | Дата получения | Дата исполнения | Обеспечение по кредиту |
|-----------------------|---------------------------|-------------------|---------------|----------------|-----------------|------------------------|
| ООО "РС Провиант-1" | ООО "Осколбанк" | 3 000 | 14.0% | 07.06.2006 | 04.06.2007 | Оборудование |
| ООО "РС Провиант-1" | Старооскольское ОСБ №8426 | 25 000 | 12.5% | 29.03.2007 | 24.03.2008 | Оборудование |
| ООО "РС Провиант-1" | Старооскольское ОСБ №8426 | 10 000 | 12.5% | 29.03.2007 | 24.03.2008 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | Старооскольское ОСБ №8426 | 16 500 | 12.7% | 08.08.2006 | 06.08.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | ЗАО УКБ "Белгородсоцбанк" | 30 000 | 14.0% | 08.09.2006 | 10.09.2008 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | ЗАО УКБ "Белгородсоцбанк" | 13 000 | 13.0% | 18.09.2006 | 24.09.2007 | ТМЦ |
| ООО "РС Провиант-1" | ООО "Осколбанк" | 6 000 | 14.0% | 16.10.2006 | 15.10.2007 | Оборудование |
| ООО "РС Провиант-1" | ЗАО УКБ "Белгородсоцбанк" | 3 000 | 13.0% | 24.10.2006 | 23.10.2007 | ТМЦ |
| ООО "РС Провиант-1" | ООО "Осколбанк" | 4 000 | 12.0% | 19.12.2006 | 18.12.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | ЗАО УКБ "Белгородсоцбанк" | 4 210 | 12.7% | 28.12.2006 | 20.11.2007 | Обороты по счету |
| ООО "РС Провиант-1" | ОАО "Липецккомбанк" | 16 600 | 14.0% | 25.05.2006 | 24.05.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | ОАО "Липецккомбанк" | 12 000 | 13.0% | 21.03.2007 | 14.09.2007 | ТМЦ |
| ООО "РС Провиант-1" | ОАО "Липецккомбанк" | 40 000 | 14.0% | 30.06.2006 | 30.06.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-1" | ООО "Осколбанк" | 11 000 | 12.0% | 01.02.2007 | 26.10.2007 | ТМЦ |
| ООО "Провиант Логист" | ООО "Осколбанк" | 15 000 | 14.0% | 22.08.2006 | 21.08.2007 | ТМЦ |
| ООО "Карат" * | ООО "Осколбанк" | 8 000 | 14.0% | 29.06.2006 | 25.04.2007 | ТМЦ |
| ООО "Карат" * | ООО "Осколбанк" | 4 000 | 12.0% | 23.11.2006 | 22.11.2007 | Недвижимость |
| ООО "Провиант-2" * | ООО "Осколбанк" | 15 000 | 12.0% | 03.11.2006 | 02.11.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-4" | Курское ОСБ №8596 | 7 788 | 13.0% | 27.03.2007 | 26.08.2007 | Обороты по счету |
| ООО "РС Провиант-2" | ЗАО УКБ Белгородсоцбанк | 7 163 | 13.0% | 07.09.2006 | 15.08.2007 | Обороты по счету |
| ООО "РС Провиант-2" | ОАО "Липецккомбанк" | 23 000 | 13.0% | 07.03.2007 | 05.03.2008 | ТМЦ |
| ООО "РС Провиант-2" | ОАО "Липецккомбанк" | 40 000 | 13.5% | 17.11.2006 | 16.11.2007 | Недвижимость |
| ИП Мосур * | Старооскольское ОСБ №8426 | 12 100 | 13.0% | 29.05.2006 | 28.05.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-3" | ОАО "Липецккомбанк" | 32 000 | 13.5% | 08.11.2006 | 07.11.2007 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-3" | ОАО "Липецккомбанк" | 40 000 | 14.0% | 26.02.2007 | 26.02.2008 | Недвижимость |
| ООО "РС Провиант-3" | ФЗАО "Газэнергопромбанк" | 19 952 | 12.5% | 18.01.2007 | 16.07.2007 | Обороты по счету |
| ООО "РС Провиант-3" | ФЗАО "Газэнергопромбанк" | 10 000 | 12.5% | 23.01.2007 | 22.01.2008 | Недвижимость |
| Итого | | 428 313 | 13.30% | | | |

* - технические компании – заемщики, завершается процесс перевода займов на торговых операторов

Источник: данные Компании

Средства от размещения облигационного займа руководство Компании предполагает направить на следующие цели:

- строительство и оснащение распределительного центра, включая приобретение автопарка в сумме до 200 млн. рублей;
- аренда и покупка новых и реконструкция старых магазинов в сумме до 400 млн. рублей;
- рефинансирование текущей финансовой задолженности в сумме 400 млн. рублей.

Руководство Компании ожидает сохранения стабильного контролируемого уровня долговой нагрузки и прогнозирует сокращения коэффициента долг / EBITDA с 4.1х (ожидаемый уровень на конец 2007 г.) до 2.6х к 2010г. Руководство компании планирует сохранять относительно невысокий уровень долговой нагрузки в будущем, рассматривает размещение облигационного займа как одноразовое событие и не планирует размещение новых долговых выпусков в среднесрочной перспективе.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 – ТС «ПРОВИАНТ», ФИНАНСОВАЯ ОТЧЁТНОСТЬ

ТС «Провиант» - Консолидированный отчет прибылей и убытков

| \$ тыс. | 2005 | 2006 | 2007П |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Выручка | 119 395 | 177 117 | 256 846 |
| Себестоимость | 102 282 | 151 789 | 217 806 |
| Валовая прибыль | 17 113 | 25 328 | 39 041 |
| Коммерческие расходы | 13 520 | 19 129 | 28 614 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 3 593 | 6 199 | 10 427 |
| Проценты к уплате (нетто) | 1 630 | 2 703 | 3 769 |
| Прибыль до налога | 1 963 | 3 496 | 6 658 |
| Налог на прибыль | 183 | 839 | 1 598 |
| Чистая прибыль | 1 780 | 2 657 | 5 060 |
| <i>Справочно: EBITDA</i> | 3 593 | 6 199 | 10 531 |

ТС «Провиант» - Консолидированный бухгалтерский баланс

| \$ тыс. | 2004 | 2005 | 2006 | 2007П |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Нематериальные активы | - | - | - | - |
| Основные средства | 12 910 | 29 335 | 42 819 | 72 607 |
| Долгосрочные финансовые вложения | - | - | - | - |
| Итого: внеоборотные активы | 12 910 | 29 335 | 42 819 | 72 607 |
| Запасы | 2 395 | 5 861 | 8 260 | 12 062 |
| Дебиторская задолженность | - | 347 | 380 | 506 |
| Краткосрочные финансовые вложения | - | - | - | - |
| Денежные средства | 288 | 543 | 4 676 | 6 693 |
| Итого: оборотные активы | 2 683 | 6 752 | 13 316 | 19 261 |
| Итого: активы | 15 593 | 36 086 | 56 135 | 91 868 |
| Собственный капитал | 2 126 | 14 555 | 24 283 | 29 990 |
| Итого: капитал и резервы | 2 126 | 14 555 | 24 283 | 29 990 |
| Займы и кредиты | - | - | - | 38 911 |
| Итого: долгосрочные обязательства | - | - | - | 38 911 |
| Займы и кредиты | 6 955 | 10 195 | 16 069 | 3 891 |
| Кредиторская задолженность | 6 512 | 11 337 | 15 783 | 19 076 |
| Итого: краткосрочные обязательства | 13 467 | 21 532 | 31 852 | 22 967 |

Источник: данные компании

Приложение 2 – ТС «Провиант», отчетность поручителей по РСБУ
Поручители - отчеты о прибылях и убытках (РСБУ)

| тыс. рублей | ООО "РС ПРОВИАНТ-1" | | ООО "РС ПРОВИАНТ -3" | | ООО "Коммерческая недвижимость" | |
|-----------------------------------|---------------------|----------------|----------------------|----------------|---------------------------------|------------|
| | 12 мес. 2006 | | 12 мес. 2006 | | 12 мес. 2006 | |
| Выручка | | 967 479 | | 1 063 911 | | 669 |
| Себестоимость | | 846 201 | | 953 711 | | - |
| Валовая прибыль | | 121 278 | | 110 200 | | 669 |
| Коммерческие расходы | | 108 368 | | 108 416 | | 466 |
| Прибыль от продаж | | 12 910 | | 1 784 | | 203 |
| Проценты к получению | | 4 | | - | | - |
| Проценты к уплате | | 5 408 | | - | | - |
| Прочие операционные доходы | | 191 | | - | | - |
| Прочие операционные расходы | | 33 | | - | | - |
| Внереализационные доходы | | 403 | | 3 808 | | - |
| Внереализационные расходы | | 3 199 | | 2 671 | | 56 |
| Прибыль до налогообложения | | 4 868 | | 2 921 | | 147 |
| Текущий налог на прибыль | | 1 621 | | 1 001 | | 35 |
| Штрафы, пени | | 1 | | - | | - |
| Чистая прибыль | | 3 246 | | 1 920 | | 112 |

Поручители – бухгалтерские балансы (РСБУ)

| тыс. рублей | ООО "РС ПРОВИАНТ -1" | | ООО "РС ПРОВИАНТ -3" | | ООО "Коммерческая недвижимость" | |
|--|----------------------|-----------------|----------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|
| | 31 декабря 2005 | 31 декабря 2006 | 31 декабря 2005 | 31 декабря 2006 | 31 декабря 2005 | 31 декабря 2006 |
| Нематериальные активы | - | - | - | - | - | - |
| Основные средства | - | 771 | - | 1 054 | - | 174 |
| Незавершенное строительство | - | - | - | - | - | 72 |
| Итого: внеоборотные активы | - | 771 | - | 1 054 | - | 246 |
| Запасы | - | 63 751 | - | 53 663 | - | - |
| Дебиторская задолженность | - | 78 968 | - | 4 796 | - | 263 |
| Краткосрочные финансовые вложения | - | 213 938 | - | 101 570 | - | 152 |
| Денежные средства | 5 | 40 337 | - | 37 390 | - | 36 |
| Итого: оборотные активы | 5 | 396 994 | - | 197 419 | - | 451 |
| Итого: активы | 5 | 397 765 | - | 198 473 | - | 697 |
| Уставный капитал | 5 | 20 | - | 300 | - | 114 |
| Нераспределенная прибыль | - | 2 991 | - | 1 920 | - | 112 |
| Итого: капитал и резервы | 5 | 3 011 | - | 2 220 | - | 226 |
| Займы и кредиты | - | - | - | - | - | - |
| Итого: долгосрочные обязательства | - | - | - | - | - | - |
| Займы и кредиты | - | 232 886 | - | 61 240 | - | 102 |
| Кредиторская задолженность | - | 161 868 | - | 135 013 | - | 369 |
| Итого: краткоср. обязательства | - | 394 754 | - | 196 253 | - | 471 |

Источник: данные компании

Контактная информация

ООО «ПРОВИАНТ Финанс»

309513, Россия, Белгородская область,
г. Старый Оскол, ул. Крутикова, дом 3

7 (4725) 44-17-19
7 (4725) 44-17-19, факс

www.proviant.ru

ЗАО «АТОН Брокер»

101000, Россия,
Москва, Чистопрудный бульвар, д.17 стр.1

7(495) 777-8877
7(495) 777-8876, факс

www.aton.ru
ATON <GO> (Bloomberg)

Организация выпуска и размещения корпоративных облигаций

| | | |
|---|------------------|------------------|
| Департамент долговых ценных бумаг, управляющий директор Сергей Сидоров | 7 (495) 777-8830 | Ssidorov@aton.ru |
| Департамент рынков капитала, директор Рустем Хазипов | 7 (495) 777-8827 | khazipov@aton.ru |
| Чудаев Алексей | 7 (495) 777-8877 | chudaev@aton.ru |
| Перунов Владислав | 7 (495) 777-8877 | perunov@aton.ru |
| Департамент производных и структурированных продуктов, директор Юрий Плечко | 7 (495) 777-8877 | plechko@aton.ru |

Операции на рынке корпоративных облигаций

| | | |
|--|------------------|--------------------|
| Продажи Филипп Аграчев | 7 (495) 777-8830 | agrachev@aton.ru |
| Дмитрий Соловьёв | | soloviev@aton.ru |
| Михаил Морозов | | morozov@aton.ru |
| Екатерина Ли | | li@aton.ru |
| Торговые операции Павел Галаничев | 7 (495) 777-8830 | Galanichev@aton.ru |
| Алексей Ю | | yu@aton.ru |
| Аналитика долгового рынка Алексей Булгаков | 7 (495) 777-8836 | boulgakov@aton.ru |
| Дмитрий Зеленкин | 7 (495) 777-8877 | zelenkin@aton.ru |

