

— Справедливо, так! Но ведь это всего лишь — Справедливый Акт!

— С. Справедливый акт, — ответил он. — Справедливый акт.

И тогда, когда он услышал, что Справедливый акт — это Справедливый акт, он услышал, что Справедливый акт — это Справедливый акт.

ОГРАНИЧЕНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Информация, представленная в Меморандуме, кратко описывает основные условия и структуру выпуска облигаций (основные условия полностью содержатся в проспекте эмиссии облигаций, который подлежит регистрации федеральной службой по финансовым рынкам)

При принятии решения об инвестировании в облигации инвесторы должны самостоятельно ознакомиться с проспектом эмиссии.

Информация, изложенная в Меморандуме, предоставлена ЗАО «Аргументы и Факты» и ООО «ИД «Медиа-Пресса». Организатор или его представители или лица, аффилированные с ним и/или компанией, предоставившей информацию, не проводили проверку точности и полноты информации, содержащейся в Меморандуме. Организатор не несет ответственности за полноту и/или точность информации, предоставленной ЗАО «Аргументы и Факты» и ООО «ИД «Медиа-Пресса».

Информация, содержащаяся в информационном Меморандуме, не является исчерпывающей. Любое лицо, рассматривающее возможность приобретения облигаций, должно провести свой собственный анализ финансового положения эмитента и основных условий на основе информации, содержащейся в проспекте эмиссии.

Организатор не берет на себя обязательства по анализу финансовой и/или другой информации об эмитенте и предоставлению дополнительной информации. Сотрудники организатора не уполномочены предоставлять информацию, относящуюся к эмитенту и/или облигациям и не содержащуюся в меморандуме.

Дата, указанная на меморандуме, не означает, что информация, содержащаяся в меморандуме, является полной и/или точной на эту дату. Организатор и эмитент не берут на себя обязательство обновлять информацию, содержащуюся в меморандуме.

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Инвесторам предлагается принять участие в размещении облигационного займа ООО «АиФ – МедиаПресса Финанс», под поручительство ЗАО «Аргументы и Факты», ООО ИД «Медиа – Пресса», и ООО «Промсвязьфинанс»

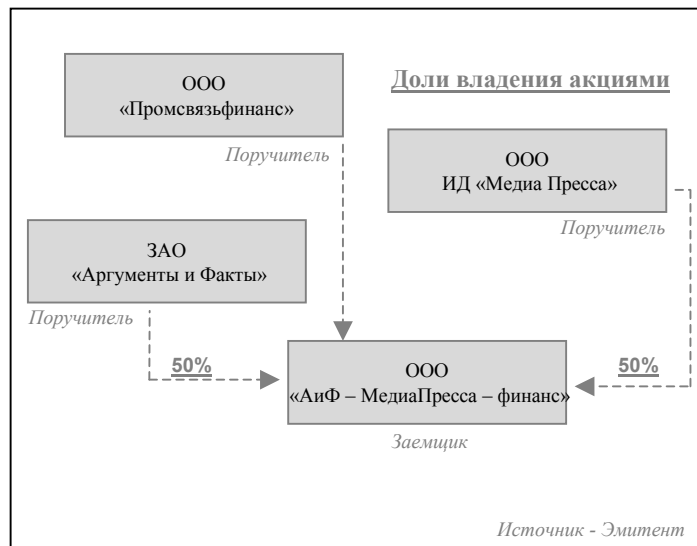
Параметры займа

Эмитент	ООО «АиФ – МедиаПресса – Финанс»
Поручитель	ЗАО «Аргументы и Факты» ООО ИД «Медиа-Пресса» ООО «Промсвязьфинанс»
Вид ценных бумаг	документарные неконвертируемые процентные облигации на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением
Объем эмиссии	1 500 000 000 рублей
Номинал облигации	1 000 рублей
Срок обращения	1092 дня
Оферта	Оферта полтора года
Цена оферты	100% от номинальной стоимости
Купонный период	182 дня
Купонная ставка	Ставка по 1-му купону определяется в ходе конкурса при размещении, Ставка по 2-му и 3-му купону равна ставке 1-го купона Ставка по 4-му купону устанавливается уполномоченным органом Эмитента. Ставка по 5-му и 6-му купону равна ставке 4-го купона
Способ размещения	Открытая подписка
Депозитарий	НДЦ
Площадка	ЗАО «Фондовая биржа ММВБ»
Организатор	АКБ «Промсвязьбанк» (ЗАО)

Цели заимствования

Средства, полученные от размещения Займа будут направлены на обновление производственных мощностей, модернизацию оборудования, внедрение новых эффективных методов и направлений развития для сохранения лидирующих позиций на рынке, а также на реструктуризацию существующего кредитного портфеля.

Структура займа



ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ

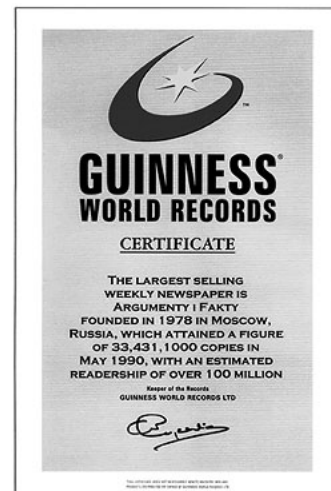
Медиа-Пресса

ООО ИД «Медиа-Пресса» является крупнейшим полиграфическим предприятием в России и выпускает около 250 наименований периодических изданий. Поручитель производит широкий спектр полиграфической продукции: журналы, газеты, каталоги, проспекты, буклеты, календари, открытки, плакаты и многое другое. Поручитель обладает развитым газетным и журнальным производством, включающим в себя всю необходимую инфраструктуру (склады, вспомогательные производства, экспедиционные подразделения), что позволяет осуществлять печать полиграфической продукции (газет, журналов, буклетов, листовок и т.п.) любого уровня сложности и красочности, независимо от объема и тиража, на различных сортах бумаги: газетной, офсетной, мелованной.

В 2001-2003 г.г. введено в эксплуатацию новое газетное оборудование, позволившее печатать ежедневные цветные газеты, такие как «Комсомольская правда», «Жизнь», «Независимая газета», и ряд крупных полноцветных еженедельных изданий «Собеседник», «Сделка», «Окна» и т.д., и получать готовые издания различных форматов с мелованной обложкой и одновременным скреплением газет скрепкой. Современное послепечатное оборудование позволило производить автоматическое вложение в ежедневные газеты, упаковку в готовой продукции в пленку, в том числе и поэкземплярную упаковку изданий.

Аргументы и Факты

«Аргументы и факты» — еженедельная газета, выходящая на 32 полосах, в России и за рубежом, на русском языке. Самая тиражная газета в мире. В 1990 году за фантастический тираж (33,5 млн. экземпляров) была внесена в книгу рекордов Гиннеса. По оценкам социологов, сегодня читательская аудитория «АиФ» составляет не менее 10 млн. человек. Среди них — рабочие и предприниматели, творческая и техническая интеллигенция, политики и работники сферы управления. «Аргументы и Факты» — газета, позиции которой определяются ее названием. И даже если люди не разделяют позиции газеты, все равно вынуждены к ней обращаться — факты вещь упрямая.



Промсвязьфинанс

ООО «Промсвязьфинанс» создано в 1998 году по решению единственного учредителя Компании Блок Венчур Инвестмент Лимитед. До 2003 года ООО «Промсвязьфинанс» специализировалось на торговле оборудованием и подсистемами мониторинга. С 2003 года, когда уставный капитал общества увеличился в шесть раз, операции по купле-продаже ценных бумаг заняли определяющую роль в деятельности организации.

На сегодняшний день единственным участником ООО «Промсвязьфинанс» является EUROPEAN TRADE HOUSE LTD.

ИСТОРИЯ ПОРУЧИТЕЛЕЙ

Аргументы и факты



Еженедельник «Аргументы и факты» начал выпускаться в 1978 году Всероссийским Обществом «Знание» при Отделе контрпропаганды при ЦК КПСС.

В 1978 году Всероссийское Общество «Знание» в помощь лекторам-пропагандистам стало издавать методическое пособие, содержащее некоторую информацию, статистические данные и другие цифры, которые в официальной прессе найти было трудно.

Через два года — в 1980 году «АиФ» стал выходить в виде еженедельной газеты. В розницу тогда газета не продавалась, подписка на еженедельник также была весьма ограничена — за ним долго сохранялась функция полужакрытого издания в помощь политинформаторам.

Как самостоятельное юридическое лицо Компания была создана 31 марта 1992 года в форме акционерного общества закрытого типа. Компания была перерегистрирована в закрытое акционерное общество 15 октября 1996 года.

В 1995 году на втором международном фестивале прессы «Гонг-95» «Аргументы и факты» признаны «Лучшей газетой года».

В 1996 году Союз журналистов РФ присудил еженедельнику и главному редактору «АиФ» приз «Лучший редактор и газета года». В том же году еженедельник получил международную премию как «Лучшее неанглоязычное издание мира».

В 1998 году «Аргументы и факты» отметили 20-летие своего существования и стали победителем профессионального конкурса, проводимого Гильдией издателей периодической печати, в номинации

«Лучший еженедельник России 1998 года». В 1999 году был заложен камень с логотипом «АиФ» в Москве на улице Старый Арбат.

Медиа-Пресса

Типография «Медиа-Пресса» является правопреемницей типографии «Правда». Название «Правда», появившееся в 1934 году из одноименного издания, типография носила более полувека, и за это время она успела превратиться в крупнейшую типографию Европы. В 1934 году была построена и пущена в эксплуатацию первая очередь основного производственного корпуса (ОПК) — газетное производство, в 1935 году — вторая очередь ОПК — журнальное производство для печати партийных журналов и журнала «Огонек», а также редакционно-издательский корпус.

Типография «Правда» была оснащена самым передовым для того времени и производительным оборудованием, использовались эффективные технологии, что позволяло печатать газеты «Правда» и «Комсомольская правда» тиражами более 300 тыс. экз. в краткие сроки и с хорошим качеством.

Следующий этап развития типографии «Правда» — ввод в 1952 году 5-этажного корпуса цветной печати (КЦП) для печати полноцветных журналов. В 1960 году введен в действие корпус глубокой печати. Производственные мощности в начале 60-х годов позволяли выпускать 870 тыс. готовых журналов в сутки. Это стало возможным благодаря внедрению нового печатного оборудования из ГДР и Италии, современного оборудования для изготовления печатных формных цилиндров.

Третий этап развития типографии «Правда» — 70-е годы, когда были созданы условия для выпуска многомиллионных тиражей журналов. В 1980 году вступил в строй новый газетный комплекс (НГК). В сутки выпускалось 2 млн. экземпляров готовых журналов и 9 млн. экз. газет.

Располагая современным производственным оборудованием, квалифицированным персоналом и

опираясь на грамотную маркетинговую политику, ООО ИД «Медиа-Пресса» сумело стать фактическим лидером на рынке цветных ежедневных изданий, в самом востребованном и бурно развивающемся сегменте рынка средств массовой информации.

Целями создания ООО ИД «Медиа-Пресса» являлись расширение рынка полиграфических товаров и услуг, удовлетворение потребностей граждан в информации, а также получение прибыли.



ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Мировые тенденции на рынке

Примерно с 2002 года совокупный газетный тираж в мире практически не растет – прирост составляет примерно 0,5-1,5% в год. Вместе с тиражами сокращается и рекламная доля газет. В мире появилось множество других медиаканалов, что вызывает перераспределение медиарекламного рынка.

доходы ведущих мировых газетных компаний растут

И, несмотря на все это, доходы ведущих мировых газетных корпораций и крупных медиахолдингов по-прежнему растут, а охват увеличивается. Рост этот напрямую зависит от того, в какой степени традиционные газетные компании научились преобразовывать традиционную газету в мультимедийный медиабизнес. На своих ежегодных конгрессах лидеры мировой газетной индустрии в последние годы сошлись во мнении, что современная газета – это не только «бумага». К традиционному бумажному носителю добавились онлайн-каналы, кабельные каналы распространения и доставки контента, производимого одним и тем же газетным ньюзрумом. В последние годы газетный контент начал захватывать и мобильные носители – телефоны и другие устройства, – сопровождающие человека 24 часа в сутки и дающие возможность мгновенной интерактивной реакции потребителя на полученную информацию.

В результате активного проникновения Интернета и мобильных сервисов резко возросло потребление онлайн-версий газет, которые отличаются от бумажных версий гораздо большими возможностями.

В то же время, это глубокое заблуждение, что бумажные газеты полностью уйдут с рынка. Газета лишь сокращает свою долю на рынке бумажных медиа, превращаясь в многоканального поставщика контента конечному потребителю.

Если человечество изобретет какой-либо эффективный заменитель сырья для бумаги (например, так называемую e-rare, или электронную бумагу), то даже тогда сохранятся все основные черты и признаки сегодняшней газеты.

На медиаполе все подвергается периодическим изменениям. Когда-то черно-белые, сегодняшние газеты в том или ином соотношении обязательно используют цвет. В свое время это знаменовало революционную фазу развития газет с точки зрения привлекательности для рекламодателей. С тех пор газеты постоянно подвергаются реформатированию, редизайну, чтобы удержать нынешних и привлечь новых читателей.

Главные корни происходящего в том, что изменилась сама структура медиапотребления. Например, наблюдается явный отток молодых читателей из состава регулярной аудитории ежедневных газет, что побуждает газеты прибегать к различного рода контрмерам. Ужесточаются критерии, используемые в процессе медиапланирования для газет, что требует резкого увеличения затрат на маркетинг и прежде всего – на исследование потребительских, поведенческих моделей и информационных ожиданий разных групп потенциальных и действующих читателей.

газеты уходят в on-line

Налицо процесс оттока классифицированной рекламы из бумажных носителей в онлайн (в первую очередь, это касается рекламы вакансий, автомобилей, недвижимости, учебы и образования).

Наиболее дальновидные газетные компании почувствовали этот тренд и успешно интегрировали газетный контент в принципиально новые медиаканалы, под своим же брендом.

Казалось бы, все это должно было отрицательно сказаться на уровне проникновения газетной «бумаги». Но на тех рынках, где позиции газет достаточно сильны и успешно идет обозначенная выше перестройка, ничего подобного не происходит: традиционные ежедневные газеты сохраняются как объект активного потребления.

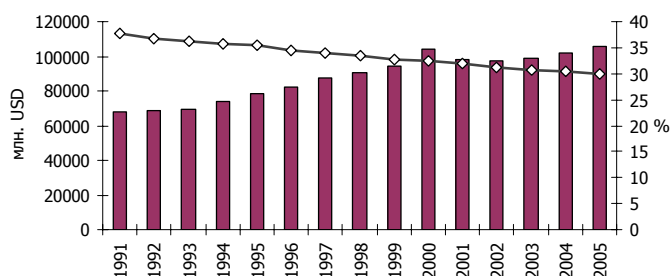
Тиражи растут в развивающихся странах

При этом, однако, сокращается время на их прочтение. Данная тенденция наблюдается, прежде всего, в Норвегии, Японии, Финляндии и Швеции. В России ситуация иная. Здесь на 1 000 человек приходится примерно 27 экз., включая рекламные и бесплатные издания, а среднесуточное время чтения оценивается примерно в 17 мин.

Сегодня медиапотребители существуют в информационном поле, структура которого состоит из ТВ, газет и журналов, Интернет, радио и SMS. Потребление всех этих видов СМИ укладывается в 24 часа. При этом большую часть времени продолжает забирать на себя телевидение. Например, много времени у потребителей начали отнимать онлайн-версии и мобильные ресурсы, в частности – Интернет, что неизбежно повлекло перераспределение времени потребления между традиционными СМИ. Так, на фоне увеличения времени потребления мобильных ресурсов несколько сократилась доля радио.

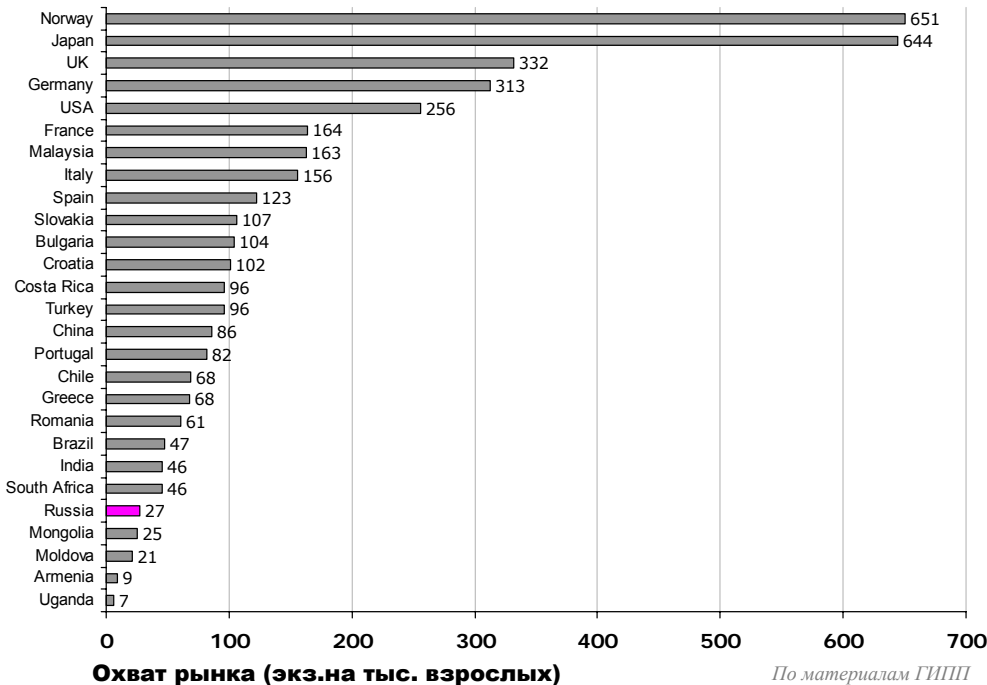
Хорошим примером может служить Великобритания. В 1992 году в этой стране было всего лишь четыре общенациональных канала. Уже в 2003 году их число достигло 312; количество радиостанций увеличилось в четыре раза. Хотя и не такой впечатляющий, рост наблюдался и в журнальном секторе СМИ. Что же касается газет, то рост этого сектора составил всего 11%.

Количество времени, которое человек в среднем тратит на чтение газет, самое высокое в Китае, немного меньшее – в Норвегии, и совсем мало (26 минут) – в Японии. В России, согласно исследованиям, и того меньше – всего 15-17 минут, хотя далеко не все склонны этому верить. Россию сегодня относят к быстро развивающимся рынкам, таким как Китай, Бразилия и Индия, однако мы не можем, в отличие от этих стран, похвастаться большими тиражами и их ростом.



Доходы газетных корпораций и доля газет на рынке медиа

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ



Рынок прессы в России

Рынок газет в России характеризуется как развивающийся: по охвату населения (из расчета экземпляров на тысячу человек) мы находимся на последних местах. Это дает основания полагать, что прогнозировать развитие данной отрасли в России следует по сценарию, присущему развивающимся рынкам прессы, а именно – устойчивый рост. Замедляющиеся тенденции роста рынка, которые можно наблюдать в развитых странах, можно, пожалуй, отнести лишь к Москве, но ни в коей мере ко всей России. Рынок региональной прессы показывает рост не только в абсолютном выражении тиража и, но и в процентном отношении к общему рекламному объему.

Итоги 2005.

Рынок рекламы в России

Как обычно, самая значительная доля рекламных затрат пришлась на телевидение – \$2330 млн. Это на 37% больше, чем в 2004 году, когда на это медиа пришлось \$1700 млн.

Объем радиорынка в 2005 году составил \$300 млн, рост по отношению к 2004 году – 20% (\$250 млн).

У рынка печатных СМИ был зафиксирован самый незначительный рост по сравнению с другими медиа – 16%.

Объем прессы в денежном выражении – \$1390 млн. Из них \$290 млн пришлось на газеты, \$580 млн – на журналы и \$ 520 млн – на рекламные издания. Показатели 2004 года: общий объем рынка прессы – \$1200 млн (газеты – \$250 млн, журналы – \$470 млн, рекламные издания – \$480 млн).

По традиции интернет-рынок показал самые высокие темпы роста – 71%. Объем рынка составил \$60 млн (в 2004 году – \$35 млн).

По материалам АКАР

Доля региональной прессы в рекламном объеме (\$, млрд.)



По материалам ГИПП

АиФ на российском рынке газет

В настоящее время, по сравнению с 2000 годом общее число печатных средств массовой информации в Российской Федерации увеличилось на 15 тысяч наименований (это на 58% больше чем в 2000 году). Однако количественный рост периодических изданий не сопровождается значимым ростом самого суммарного тиража – за последние годы он практически не менялся.

В 2004 году совокупный тираж газет составил около 8,5 миллиардов экземпляров, журналов – 600 миллионов экземпляров.

Суммарный тираж газет ЗАО «АиФ» в 2004 г. составил более 103 миллионов экземпляров и журналов – более 18 миллионов экземпляров. В 2005г. общий тираж составил 127,5 млн. экземпляров.

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

Российский рынок газет. Слово Эмитенту.

Российский газетный рынок по объемам больше журнального.

С 2000 года общее количество газет в стране увеличилось более чем на 10 тыс. наименований, т.е. более чем на треть. Однако темпы регистрации новых газет, как и журналов, замедлились.

Газетный рынок в Российской Федерации сильно политизирован, что оказывает негативное воздействие на его развитие.

Динамика роста числа российских печатных СМИ

Год	Газеты		Журналы	
	Количество, наименований	Прирост, %	Количество, наименований	Прирост, %
1999	12 359	25,2	7 101	20,5
2000	15 145	22,5	8 773	23,5
2001	18 505	22,1	10 697	21,9
2002	22 117	19,5	13 059	22,1
2003	23 749	7,4	14 332	9,7
2004	25 404	6,9	16 160	12,75

По материалам ГИПП

Значительное число газет создается для решения ограниченных во времени политических задач, после чего интерес учредителей к ним обычно пропадает, а сами издания становятся нежизнеспособными. В процентном соотношении число зарегистрированных, реально издаваемых в стране газет много меньше, чем журналов. Да, и рыночных газетных проектов немного. За вычетом рекламных изданий, таковых сегодня порядка 10% от общего количества российских газет. За небольшим исключением, это специализированные издания о здоровье, даче, огороде, «желтая» и развлекательная пресса, а также региональные еженедельные газеты общей тематики.

Насыщенность газетного ранка страны велика, в связи с чем, достичь успеха на нем новичкам, особенно серьезным ежедневным изданиям, непросто. Из центральных газет за последние 5 лет это удалось только газете «Ведомости». Немного таких примеров и в регионах. Без прямой финансовой поддержки со стороны бизнеса или власти сейчас не могут обойтись даже большинство старых российских ежедневных газет. Это негативно сказывается и на содержании ежедневной прессы, и на доверии к ней читателей.

Организация облигационных займов

- это наша работа.

И мы делаем ее хорошо!

777-10-20

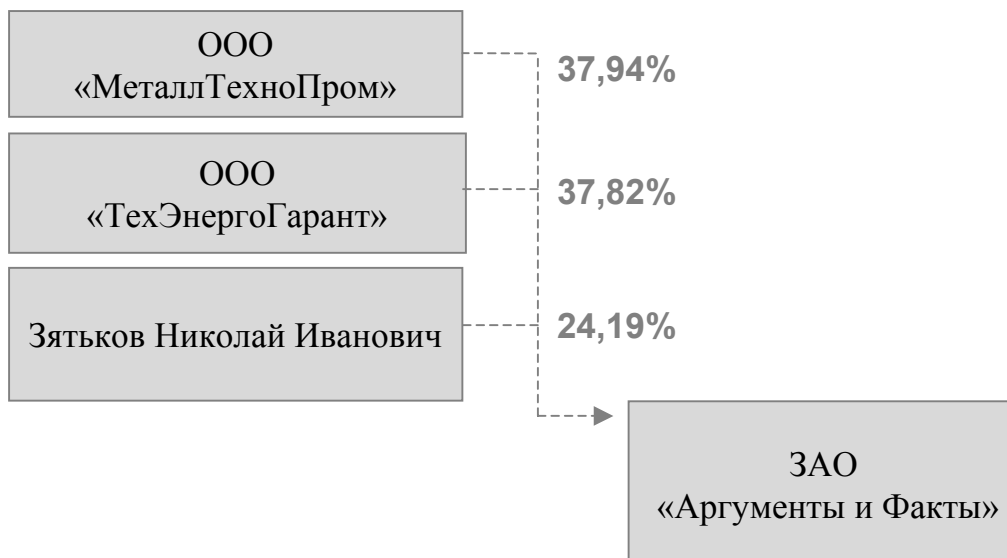
На правах рекламы



АКЦИОНЕРНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК
ПРОМСВЯЗЬБАНК

АиФ: СТРУКТУРА ГРУППЫ

Структура акционерного капитала



На 01.10.2005 Источник - Эмитент

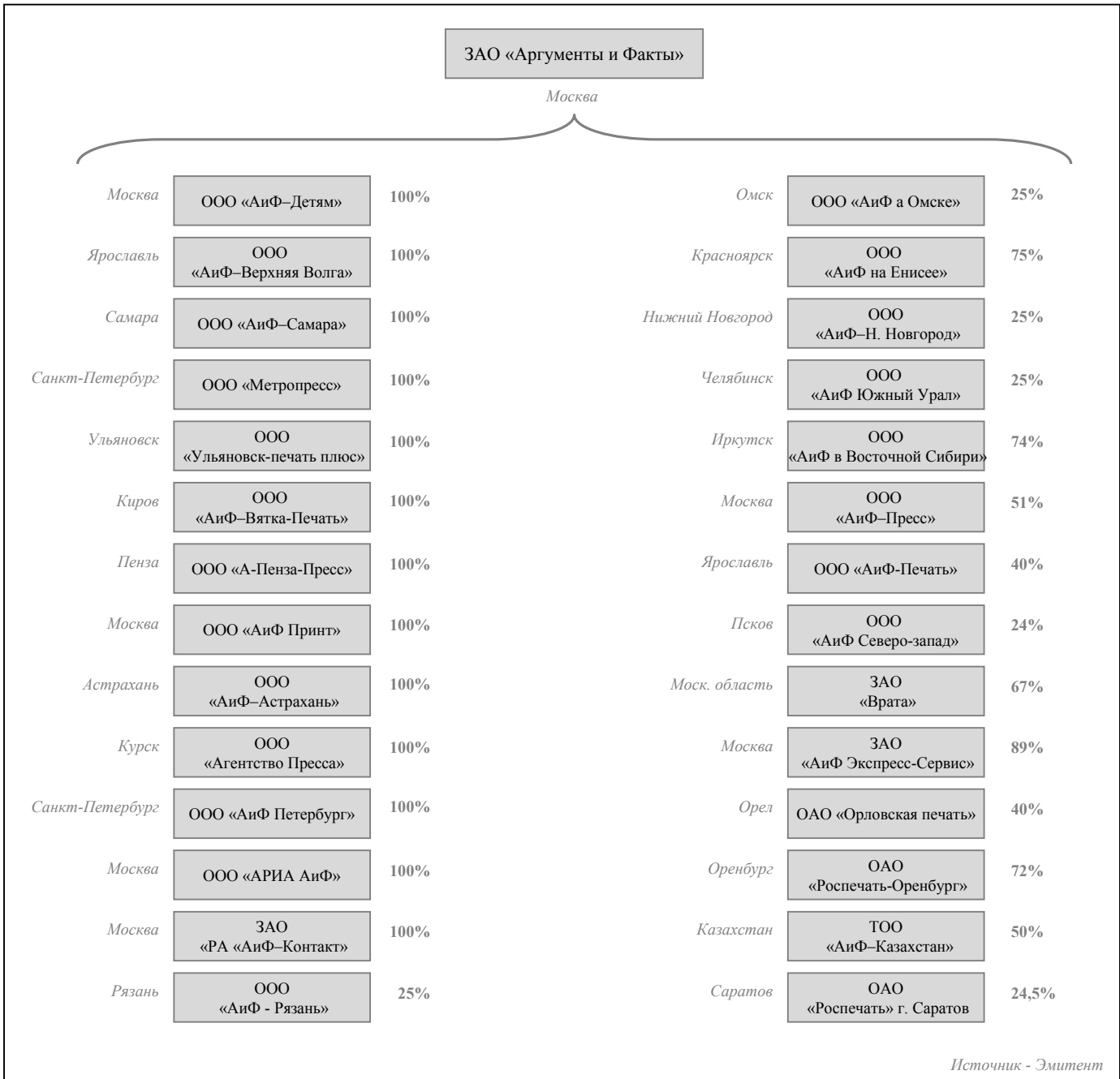
Структура совета директоров



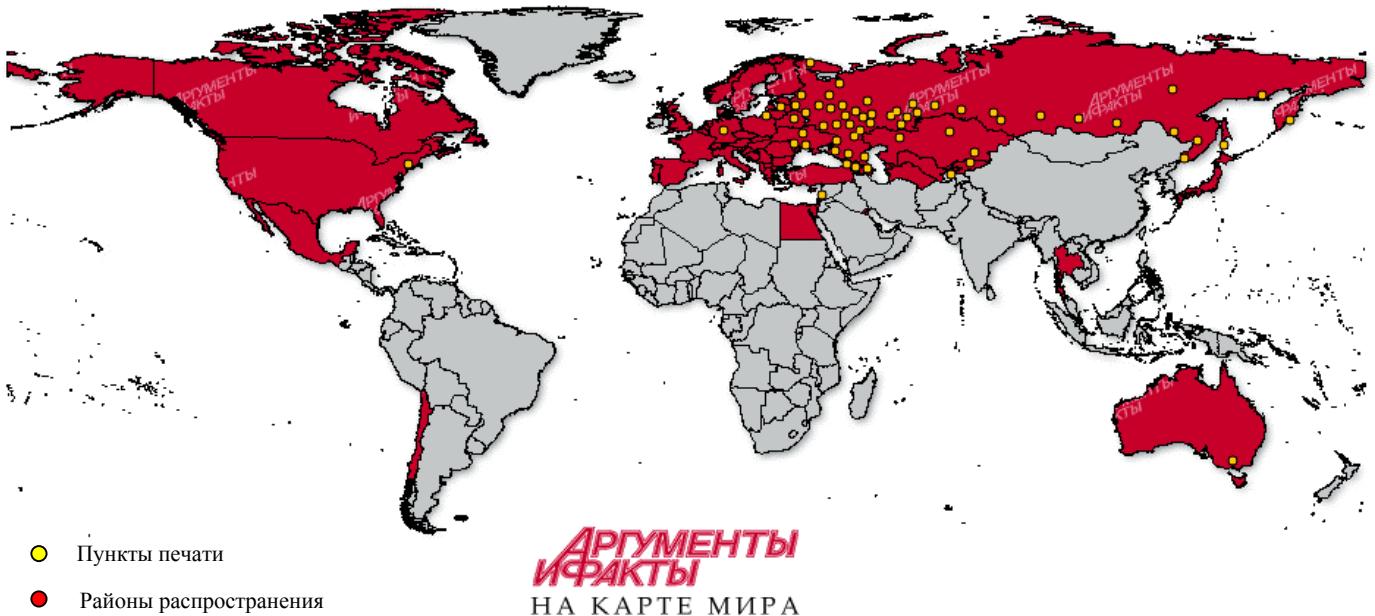
На 01.10.2005 Источник - Эмитент

АиФ: ОПИСАНИЕ ХОЛДИНГА

Структура Холдинга



АиФ: БИЗНЕС ХОЛДИНГА



© 2005 ЗАО «Аргументы и факты»

Факты про «Аргументы и Факты»

- ✓ Региональные редакции АиФ находятся в 64 городах России – от Калининграда до Камчатки.
- ✓ Регион распространения в Европе - 32 страны.
- ✓ Газета регулярно представлена на всех обитаемых континентах
- ✓ АиФ - самая тиражная газета в мире. В 1990 году за фантастический тираж (33,5 млн. экземпляров) была внесена в книгу рекордов Гиннеса.

АиФ: БИЗНЕС ХОЛДИНГА

Издания АиФ

Еженедельная газета «АиФ»

Самая тиражная газета в мире, выходящая в России на 24 полосах, на русском языке.

По оценкам социологов, сегодня читательская аудитория «АиФ» составляет не менее 10 млн. человек. Среди них — рабочие и деловые люди, творческая и техническая интеллигенция, политики и работники сферы управления.

«АиФ. Москва»

Весь спектр городской жизни: проблемы купли-продажи квартир, адреса дорогих магазинов, проблемы экологии и здоровья, расценки на разные виды услуг, городская хроника, криминальная тематика, новости для тех, кто ездит на автомобиле. Отдельная рубрика газеты — как и где в Москве отдохнуть: репертуар концертных залов и кинотеатров, выставки и фестивали. Непременное приложение — телепрограмма, новости видеорынка, спортивные события в городе. Эксклюзивная информация из первых рук московского чиновничества.

«АиФ-Петербург»

Газета объемом 16 полос и тиражом 170000 экземпляров. Распространяется в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. На страницах «АиФ-Петербург» — весь спектр городской жизни: новости, эксклюзивная информация из первых рук петербургских чиновников, проблемы экологии и здоровья, городская хроника, криминальная тематика, телепрограмма.

«АиФ в Белоруссии».

Еженедельник выходит с различными тематическими рубриками: «АиФ-Стиль», «АиФ-Авто», «АиФ-Вкус», «АиФ-ЗooСад», «АиФ-Деловая неделя», «АиФ-Здоровье»...

Читатели «АиФ» составляют почти 20% взрослого населения Республики Беларусь, из которых 61% являются регулярными читателями.

«АиФ Долгожитель»

Единственное на сегодняшний день общероссийское периодическое издание о людях старшего поколения, об их проблемах и судьбах, о желаниях и тревогах, о надеждах и жизненных ценностях.



«Аргументы и факты. International»

32 полосы популярнейшего еженедельника с эксклюзивными материалами лучших российских журналистов плюс «газета в газете» — 8 полос приложения с материалами от наших европейских корреспондентов, телепрограмма, реклама.

Нас читают не менее 100 000 человек в 32 странах Европы (розничные сети и подписчики)

«АиФ. Здоровье»

Одно из самых известных и авторитетных еженедельных изданий, посвященных медицине.

Здесь информация о новейших открытиях в области отечественной и зарубежной медицины, подробные ответы ведущих специалистов на вопросы читателей, доступные описания заболеваний с рекомендациями по их профилактике и, разумеется, лечению.

«АиФ. Суперзвезды»

Газета «для воскресного» семейного чтения. Светская хроника, скандалы, свежие новости, интервью с суперзвездами кино, музыки и спорта, самые хитовые материалы зарубежной печати, суперкроссворд.

«АиФ. Я хочу все узнать!»

Газета «АиФ. Я хочу все узнать» — познавательное и развлекательное издание, предоставляющее информацию о различных интересных, полезных и забавных фактах из области науки, истории, образования, медицины и т.д., а также советы для подростков на самые животрепещущие темы: какую профессию выбрать, куда пойти учиться, чем заняться в свободное время, как провести каникулы, что модно в этом сезоне и как себя вести, если тебя покинул любимый человек. Это газета для нового поколения молодежи — для любознательных ребят, интересующихся всем на свете.

«АиФ. На Даче»

Свежая и оперативная информация, которая поможет содержать в образцовом состоянии свой дачный участок и снимать обильные урожаи, несмотря на капризы природы. Всегда к услугам дачников — перечень неотложных работ в саду, огороде, цветнике. Постоянно освещаются проблемы борьбы с сорняками и вредителями, а так же новости о средствах этой борьбы, удобрениях. В каждом номере — опыт наших читателей, новинки селекции различных культур, сведения о последних научных разработках для дачи. На вопросы читателей отвечают специалисты по всем дачным проблемам — от селекционеров и юристов до экологов и ландшафтных дизайнеров. Цены на самый широкий ассортимент дачных товаров. Рецепты заготовок, проблемы хранения — так же постоянные наши рубрики.

«АиФ. Дочки-Матери»

Цветная газета для всей семьи: для умных женщин и мужчин, которые хотят быть вместе, для молодых, которые хотят стать такими. О любви, досуге, моде, кухне, звездах, семье, детях и о себе самих.

«АиФ. Семейный совет»

«АиФ. Семейный совет» — это интересная газета для всей семьи, соучредителями которой являются Московский государственный университет М.В. Ломоносова и Департамент образования Правительства Москвы. Газета впервые вышла в свет в январе 1995 года и сразу же приобрела симпатии читательской аудитории и рекламодателей. Газета выходит 2 раза в месяц, распространяется по всей территории России и странам ближнего и дальнего зарубежья по подписке и в розницу.

АиФ: БИЗНЕС ХОЛДИНГА

Конкурентная среда

Основной продукт ЗАО «АиФ» – это общественно-политическая еженедельная газета «Аргументы и факты». Основным конкурентом в данной нише является издательство Проф-Медиа (Газета «КП Толстушка»), Моя Семья (с одноименной газетой) и Московский Комсомолец («МК Воскресенье»)

К конкурентам за рубежом можно отнести: Издательство ReLine GmbH, выпускающее еженедельную независимую газету «Русская Германия»; издательство «Вестник Кипра», выпускающее еженедельную газету «Вестник Кипра»; издательство Werner Media GmbH, выпускающее еженедельную информационно-аналитическую газету «Европа Экспресс»; издательство Portorosso, выпускающее еженедельник «Слово».

Одним из основных факторов конкурентоспособности является широкий региональный охват (корреспондентская сеть, распространение, вкладки и т.д.).

Издательский дом «Аргументы и Факты» – это семья изданий различной тематики общим еженедельным тиражом более 4,5 миллионов экземпляров.

Еженедельник «Аргументы и Факты» – флагман «семьи» и одно из ведущих печатных СМИ России. Его тираж – около 3 миллионов экземпляров, около 1 миллиона постоянных подписчиков.

«АиФ» - ведущее СМИ для русских, проживающих на ПМЖ за рубежом и отпускников.

Особая ниша – общественно-политическая тематика доступным языком, при этом – две уникальные для данного сегмента декларируемые характеристики – «качество и, как следствие, доверие».

По данным компании TNS Gallup Media – за 10.2005-02.2006г. аудитория одного номера еженедельника «АиФ» по России составляет 8 504 тыс. чел. (14,9 %), а аудитория одного номера газеты «Комсомольская правда» по России – 6 455 тыс. чел. (11,3%). Таким образом «Аргументы и Факты» читает каждый пятый житель Москвы и Санкт-Петербурга и каждый седьмой житель России.

Данный фактор влияет на привлекательность издания с точки зрения рекламодателей.

Объемы аудитории еженедельных изданий

		AIR, тыс. чел.	AIR, %
Аргументы и факты	Россия	8504.2	14.9
	Москва	1661.1	18.4
	СПб	808.7	20.4
Жизнь	Россия	2360.0	4.1
КП-"Толстушка"	Россия	6455.0	11.3
	Москва	754.3	8.3
	СПб	439.0	11.1
МК-Воскресенье	Россия	1036.0	1.8
	Москва	750.9	8.3
	СПб	122.6	3.1
Моя семья	Россия	2521.5	4.4
	Москва	297.0	3.3
	СПб	153.9	3.9

по результатам исследования компании "TNS Gallup Media"

Таблица содержит данные по объемам аудитории изданий.

Average Issue Readership (AIR) - усредненное количество читателей одного номера издания.

Кроме того, фактором конкурентоспособности «АиФ» является также наличие собственных оптово-розничных сетей распространения. Совокупное количество торговых точек на конец 2004 г. по Москве, Московской области, Санкт-Петербургу и регионам составляет 1 484 штук.

В условиях усиления конкурентной борьбы за сбытовые каналы данные факторы показывают неоспоримое преимущество издательского дома «Аргументы и факты».

АиФ: БИЗНЕС ХОЛДИНГА

Компания о бизнесе:

К основным причинам, способствующим достижению Холдингом положительных результатов, относятся:

- грамотная инвестиционная политика;
- обновление производственных мощностей, модернизация оборудования;
- привлечение Поручителем квалифицированного персонала;
- углубленное изучение читательских интересов в сегментах СМИ;
- расширение ассортимента продукции;
- постоянное повышение качества своей продукции;
- осуществление полного сервисного сопровождения;

К причинам, негативным образом, сказавшимся на деятельности компании можно отнести:

- повышение цен на материалы, сырье и услуги;

К основным факторам и условиям, влияющих на деятельность компании, относятся:

- рост конкуренции на рынке СМИ;
- изменение цен на материалы и услуги;
- повышение общего уровня качества продукции.

Основными результатами деятельности Холдинга являются:

- концентрация и совершенствование управленческих решений;
- внедрение политики, направленной на повышение качества продукции и разработку новых видов продукции;
- поиск новых эффективных методов и направлений развития для сохранения лидирующих позиций на рынке СМИ Российской Федерации.

Компания осуществляет разработку и способствует воплощению в жизнь политики, базирующейся на следующих основных принципах:

- стимулирования розничных продаж и подписки;
- увеличения доли на рекламном рынке;
- установления оперативного контроля за коммерчески - привлекательными региональными бизнес единицами.
- реорганизации системы управления;
- внедрения автоматизированной системы управления бизнесом (ERP).

К основным факторам, которые могут в наибольшей степени негативно повлиять на возможность получения в будущем таких же или более высоких результатов относятся:

- существенный рост цен на сырье и услуги;
- выход на рынок новых отечественных конкурентов с более конкурентоспособной продукцией;
- объединение конкурентов в стратегический альянс против Холдинга.

Вероятность наступления таких событий существует, но, по мнению Компании, шансы ее возникновения оцениваются как ниже среднего.

Планы развития

Планы компании основываются на поддержании приоритетов, которые были заданы в 2003 – 2004 гг.:

- активное продвижение собственных изданий;
- грамотная инвестиционная политика;
- активная работа с регионами;
- углубленное изучение читательских интересов в сегментах СМИ, отличных от ниши общественно-политических изданий;
- продолжение формирования ЗАО «Аргументы и факты» - как бизнес ориентированной компании.

В будущем, компания планирует сконцентрироваться на поддержании и укреплении доли рынка рекламы в печатных средствах массовой информации, а также на совершенствовании управленческих решений, поиске новых эффективных методов и направлений развития для сохранения лидирующих позиций на рынке СМИ Российской Федерации.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ

Отраслевые риски

Основной деятельностью Поручителя является редакционно-издательская и рекламно-информационная.

Возможные затруднения в сфере деятельности Поручителя могут быть вызваны резким и продолжительным спадом активности в отрасли предприятия, что может негативно отразиться на финансово-экономическом положении Поручителя, однако не окажет существенного влияния на деятельность Поручителя и на исполнение обязательств по ценным бумагам.

Наиболее значимым, по мнению Поручителя, возможным изменением на внутреннем рынке может стать снижение спроса на производимую Поручителем продукцию в основных регионах деятельности предприятия - Москве и Московской области, сибирского и северо-западного регионов России.

Снижение объемов реализации продукции Поручителя в данных регионах возможно в результате развития альтернативных средств массовой информации, в том числе развития Интернет ресурсов, а также усиления конкурентных преимуществ других издательских домов, в том числе занимающихся региональной (местной) прессой.

К факторам, способным негативно повлиять на прибыльность деятельности Поручителя, относится возможный рост цен на сырье, используемое в производстве.

Однако, поскольку негативные последствия роста цен на сырье компенсируются посредством оперативного пересмотра ценовой политики Поручителя, то влияние этих рисков на деятельность и исполнение обязательств Поручителя по ценным бумагам оценивается как незначительное.

Существует вероятность, что в результате усиления конкуренции, может возникнуть необходимость снижения цен на производимую и реализуемую Поручителем продукцию на внутреннем рынке, что может привести к снижению доходов Поручителя.

Пути снижения данного риска заключаются в увеличении объемов реализации, а также в увеличении доли услуг по сервисному обслуживанию.

По оценке Поручителя, риски данной группы не способны оказать существенного влияния на деятельность Поручителя и исполнение обязательств по ценным бумагам

Страновые и региональные риски

Поручитель поддерживает точку зрения большинства аналитиков, прогнозирующих в среднесрочной перспективе продолжения ранее выбранного курса проводимых в стране экономических, политических и иных реформ. Ведущими международными рейтинговыми агентствами процессы реформирования и экономическая ситуация оцениваются положительно, о чем свидетельствуют присваиваемые стране рейтинги и их динамика. По оценке Standard and Poor's, в частности, суверенный рейтинг РФ на 15.12.2005 — по обязательствам в иностранной валюте — с «BBB-» до «BBB»; по обязательствам в национальной валюте — с «BBB» до «BBB+», прогноз изменения рейтингов — «Стабильный».

Таким образом, ситуация в стране оценивается как стабильная.

Поручитель зарегистрирован и осуществляет свою основную деятельность в г. Москва — экономически благополучном регионе, являющемся в настоящее время основным центром российских, а также зарубежных финансовых институтов и продолжающим сохранять положительную динамику в своем дальнейшем развитии.

Дальнейший экономический рост Московского региона скажется на деятельности Поручителя и его возможностях исполнять свои обязательства по облигациям благоприятным образом. Негативные изменения экономической и политической ситуации в столичном регионе, по мнению Поручителя, могут быть вызваны только серьезным экономическим спадом общенационального производства Российской Федерации, вероятность чего оценивается как незначительная.

Поручитель зарегистрирован и осуществляет свою основную деятельность в г. Москва, где возможность рисков возникновения военных конфликтов, введения чрезвычайного положения и проведения массовых забастовок оценивается как минимальная.

В целях предотвращения возможных забастовок на предприятии ведется работа с персоналом и предпринимаются меры, направленные на поддержание спокойной социальной обстановки на предприятии.

Вероятность значительного негативного изменения ситуации в стране и регионе деятельности Поручителя оценивается как крайне маловероятная. В случае наступления таких обстоятельств Поручитель планирует на основании тщательного анализа ситуации осуществить разработку ряда мер по диверсификации страновых и региональных рисков.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ

Финансовые риски

Отрицательное влияние на деятельность Поручителя могут оказать негативные изменения денежно-кредитной политики в стране, рост процентных ставок по привлекаемым средствам, значительные темпы инфляции и резкие колебания валютного курса.

Также нельзя полностью исключить возможность принятия неэффективных управленческих решений, в том числе, связанных с осуществлением хеджирования, осуществляемого Поручителем в целях снижения неблагоприятных последствий влияния вышеуказанных рисков.

Изменения курса денежно-кредитной политики в стране и на мировом рынке могут привести к усилению инфляции, росту процентных ставок по используемым Поручителем привлеченным средствам, и, соответственно, росту затрат Поручителя.

В целях устранения возможных негативных последствий изменений на валютном рынке, Поручитель планирует диверсифицировать валютные риски путем размещения своих свободных денежных средств в наиболее устойчивые твердые валюты.

Поскольку Поручитель активно не занимается валютными операциями, то риски, связанные с изменением курса иностранных валют, минимальны.

Возможными последствиями негативного влияния инфляции может стать снижение доходов Поручителя и затруднения с исполнением обязательств по ценным бумагам.

Критическими для Поручителя значениями инфляции является годовой индекс инфляции в размере 20%.

Поручитель намерен придерживаться гибкой ценовой политики, своевременно реагируя на изменение общероссийского индекса цен.

Показателями финансовой отчетности Поручителя, наиболее подверженными изменению в результате влияния указанных финансовых рисков, являются показатели прибыли и рентабельности. На уровень выручки финансовые риски оказывают минимальное влияние. Вероятность появления описанных выше финансовых рисков (резкое изменение валютных курсов, инфляция, рост процентных ставок) в ближайшие годы Поручитель оценивает как низкую. Тем не менее, в случае появления данных рисков возможен рост себестоимости производимой продукции и снижение прибыли компании, который может компенсироваться путем увеличения цен на производимую печатную продукцию.

Риски, связанные с деятельностью Поручителя

Резкий и продолжительный спад активности в отрасли Поручителя может негативно отразиться на финансово-экономическом положении Поручителя.

Постоянное возникновение мелких судебных процессов о защите чести, достоинства и деловой репутации Поручителя не имеют существенного влияния на производственную деятельность Поручителя.

Кроме того, могут возникнуть случаи взыскания существенных сумм денежных средств возмещения морального вреда, которые до сегодняшнего момента не имели места.

Данный риск отсутствует, поскольку основная деятельность Поручителя не подлежит лицензированию, а также Поручитель не использует в своей деятельности объекты, нахождение которых в обороте ограничено.

Данный риск оценивается как незначительный, поскольку основания для возникновения ответственности по долгам третьих лиц, в том числе дочерних обществ, у Поручителя отсутствуют.

Основным покупателем розничных тиражей печатной продукции Поручителя является дочерняя оптово-розничная компания Закрытое акционерное общество «АРИА-АиФ».

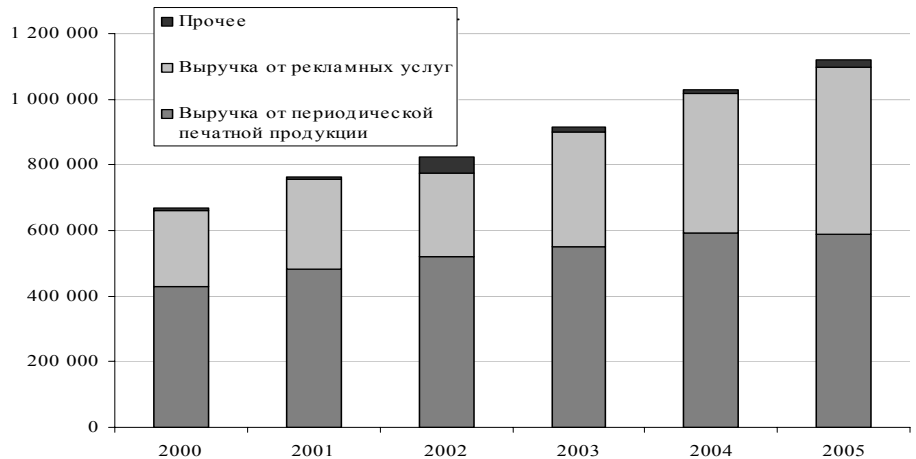
Вероятность потери потребителя, на оборот с которыми приходится не менее чем 10 процентов общей выручки от продажи продукции Поручителя, в данном случае является ничтожной.

АиФ: АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выручка и рентабельность

Выручка ЗАО «Аргументы и факты» в 2002-2005 году устойчиво и равномерно росла. Среднегодовые темпы роста составили 10,7%. Основные компоненты выручки компании – продажи печатной продукции и реализация услуг по размещению рекламной информации в периодических печатных изданиях. В 2004 году выручка резко выросла в связи резким ростом рекламных и информационных доходов на фоне новой политики продаж и подходов к работе с рекламодателями. В целом за анализируемый период роль продажи рекламы в общем объеме доходов достаточно устойчиво растет: к 2005 году этот показатель увеличился до 40%.

В связи с насыщением рынка газетной продукции, ростом конкуренции и стабилизации роста рынка рекламы компания рассчитывает, что в 2006-2010 г.г. среднегодовые темпы роста выручки немного снизятся, однако не будут меньше 6%, поэтому к 2010 году объем выручки компании приблизится к 1,5 млрд. руб.



Наименование показателя	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Объем выручки от продажи продукции всего, тыс. руб.	668 644	763 862	822 650	915 089	1 027 679	1 118 381
Объем выручки от реализации периодической печатной продукции тыс. руб.	430 286	480 813	519 304	551 537	593 462	587 693
Доля в общем объеме выручки, %	64,4	62,9	63,1	60,2	57,7	52,6
Объем выручки от рекламных услуг, тыс. руб.	231 018	274 205	254 385	349 877	422 621	509 827
Доля в общем объеме выручки, %	34,6	35,9	30,9	38,2	41,2	45,6

Источник - Эмитент

Структура себестоимости

Себестоимость компании имеет сложную структуру, однако на протяжении всего рассматриваемого периода около 70% в общей ее величине занимали 3 ключевые статьи: сырье и материалы, затраты на оплату труда и типографские расходы. Если в 2002-2004 г.г. основное давление на себестоимость оказывали рост расходов на оплату труда, то в 2005 году главным источником роста издержек компании стали расходы на бумагу, цены на которую начали быстро расти на фоне непрекращающегося кризиса в европейской целлюлозно-бумажной отрасли. (Производство бумаги очень энергозатратно, и рост цен на электроэнергию и энергоносители напрямую способствует резкому росту цен)

В связи с этим темпы роста себестоимости в течение рассматриваемого периода были несколько выше темпов роста выручки и колебались на уровне 15-50% в год. Поскольку рынок газетной продукции находится в стадии насыщения, то возможности компенсировать рост себестоимости за счет повышения отпускных цен у ЗАО «Аргументы и Факты» нет, поэтому рентабельность

компании в последние годы тяготеет к снижению. Однако несмотря на снижение нормы рентабельности, уровень остается

очень высоким: в 2005 г. рентабельность по валовой прибыли была на уровне 53%, а EBITDA margin – около 24,5%

Статья затрат	2004	2005
Сырье и материалы, %	25,4	24,61
Представительские расходы, привлечение кадров, программные продукты, %	3,0	0,90
Арендная плата, %	0,8	1,84
Отчисления на социальные нужды, %	3,6	3,33
Амортизация основных средств, %	1,3	2,16
Затраты на оплату труда, %	23,2	21,80
Экспедирование, %	5,5	5,92
Типографские услуги, %	22,0	21,70
Командировочные расходы, %	0,7	0,76
Расходы на рекламу, %	7,7	8,30
Коммунальные услуги, %	0,7	0,55
Телефон, нотариальные, юридические, аудиторские услуги, %	1,6	1,11
Страхование, %	2,5	1,91
Ремонты зданий, содержание служебного автотранспорта, %	1,4	2,78
Товары для перепродажи, %	0,6	0,69
Итого: затраты на производство и продажу продукции (работ, услуг) (себестоимость), %	100	100
Справочно: выручка от продажи продукции (работ, услуг), % к себестоимости	142%	125%

Источник - Эмитент

АиФ: АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

По итогам 2005 года ОАО «Аргументы и факты» показало в отчете о прибылях и убытках значительную сумму внереализационных расходов, которые привели к появлению отрицательно чистой прибыли. Это связано с выкупом компанией у одного из акционеров 27% акций и является разовым явлением.

	2002	2003	2004	2005
Рентабельность валовой прибыли	65,06%	63,87%	58,43%	53,89%
Рентабельность продаж	23,05%	31,58%	29,70%	19,80%
Рентабельность ЕВПДА	22,07%	31,14%	29,69%	-27,42%
Рентабельность по прибыли до налогообложения	23,89%	33,89%	30,82%	-25,99%
Рентабельность по чистой прибыли	17,69%	25,35%	23,27%	-31,16%
Рентабельность по чистой прибыли без учета сделки по выкупу акций				20,70%
Рентабельность капитала по чистой прибыли	29,57%	32,60%	25,15%	-57,86%
Рентабельность активов по чистой прибыли	19,94%	25,95%	19,09%	-32,36%

Источник - Эмитент

Структура активов

По итогам 2005 года ОАО Основную долю в активах ЗАО «Аргументы и факты» занимают основные средства и ликвидные активы. В рассматриваемый период компания накапливала прибыль в виде денежных средств, поэтому доля ликвидных активов (денежных средств и краткосрочные финансовых вложений) выросла с 54% до 70%.

Компания планирует в дальнейшем расширять свой бизнес в том числе и за счет новых приобретений, поэтому увеличивала свою ликвидность. В 2005 году в связи выкупом пакета акций у одного из акционеров величина активов компании сократилась, причем практически весь объем снижения пришелся на уменьшение краткосрочных финансовых вложений, а размер активов, относящихся к основному бизнесу, оставался относительно стабильным.

В структуре внеоборотных активов компании основную долю (65-67% в разные годы) составляли здания. Балансовая стоимость недвижимости компании на конец 2005 года составляла 192,5 млн. руб.

Поскольку компания работает со своими покупателями в основном по предоплате, то величина дебиторской задолженности является невысокой: ее доля в совокупных активах колеблется от 12% до 8%, а оборачиваемость очень высока: за рассматриваемый период показатель снизился с 40 до 29 дней.

Структура оборотных средств	2004		2005	
	тыс.руб.	%%	тыс. руб.	%%
Запасы, в том числе:	30 184	3,65	28 523	4,34
<i>сырье, материалы и другие аналогичные ценности</i>	22 518	2,72	20 147	3,06
<i>готовая продукция и товары для перепродажи</i>	1 703	0,21	2 297	0,35
<i>расходы будущих периодов</i>	5 963	0,72	6 079	0,92
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	6 528	0,79	4 426	0,67
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течении 12 месяцев после отчетной даты), в том числе	102 494	12,39	91 384	13,89
<i>покупатели и заказчики</i>	81 435	9,85	67 756	10,30
<i>авансы выданные</i>	-	-	7 803	1,19
<i>прочие дебиторы</i>	-	-	15 825	2,41
Краткосрочные финансовые вложения	649 276	78,52	513 679	78,09
Денежные средства	38 439	4,65	24 254	3,69
Прочие оборотные активы	-	-		
Оборотные средства, всего	826 921	100 %	657 840	100 %

Источник - Эмитент

	2003	ам*	2004	ам	2005	ам
Здания	160899	2088	166393	9020	155338	12156
Сооружения	930	491	930	582	930	672
Машины и оборудование	34284	12093	35747	16364	35473	19398
Транспортные средства	13774	5273	14711	7077	16233	9018
Производственный и хозяйственный инвентарь	5831	2253	6123	2951	5881	3411
Другие виды основных средств	24014	373	24059	565	24059	757
Итого:	239731	22571	247962	36560	237914	45412

ам* - накопленная амортизация

Источник - Эмитент

АиФ: АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

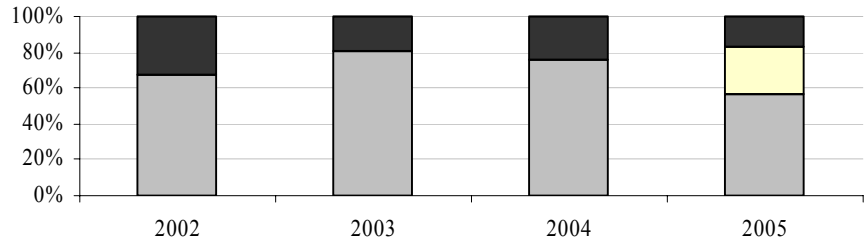
Структура пассивов и долговая нагрузка

Основным источником финансирования компании являются собственные средства: их доля колеблется от 67% до 80%. Величина уставного капитала составляла с 2002-2004 году 126,6 тыс. руб. и составляла незначительную долю капитала. Основную роль в формировании собственных средств играет нераспределенная прибыль, доля которой в собственных средствах в течение всего рассматриваемого периода превышает 99% от совокупного капитала. Распределение прибыли не производилось в связи с подготовкой к изменениям в акционерном капитале. В 2005 году, после того, как ЗАО выкупило пакет акций одного из акционеров, величина собственных средств компании сократилась, что является разовым явлением и не окажет существенного влияния на финансовое состояние компании.

Доля кредиторской задолженности в рассматриваемый период колеблется от 30% до 17% в структуре пассивов компании. ЗАО оперативно рассчитывается со своими кредиторами, не допуская просрочек, оборачиваемость кредиторской задолженности колеблется от 103 до 59 дней. Кредиторы компании – это постоянные поставщики.

В течение рассматриваемого периода компания практически не пользовалась заемными средствами, лишь в 2005 году был привлечен краткосрочный кредит на сумму 287,825 млн. руб., поэтому долговая нагрузка у компании остается минимальной (покрытие выручкой долга превышает 2,8, а чистый долг компании лишь в 2005 году стал положительным).

Структура пассивов



■ Собственные средства □ Краткосрочные займы ■ Кредиторская задолженность

Источник - Эмитент

Долговая нагрузка

Чистый долг (тыс. р.)	-9 154	-78 741	-38 440	263 571
Капитал/активы	0,67	0,80	0,76	0,56
Заемные средства/активы	0,00	0,00	0,00	0,27
Капитал/займы	-	-	-	2,09
Долгосрочный долг/заемные средства	-	-	-	0,00
Совокупный долг/выручка	0,00	0,00	0,00	0,26
Чистый долг/выручка	-0,01	-0,09	-0,04	0,24
Выручка/долг	-	-	-	2,86

Источник - Эмитент

МЕДИА-ПРЕССА

В фокусе истории



Еще недавно отечественная типография «Правда» была крупнейшей в Европе и выпускала газеты и журналы миллионными тиражами. Типография «Правда», построенная в 1934 г. в центре Москвы на одноименной улице (ул. Правды), долгие годы была известна во всем мире. Сегодня эта типография носит название ООО «Объединенный Издательский Дом «МЕДИА-ПРЕССА», следует лучшим традициям и более чем полувековому опыту типографской деятельности. Название «ПРАВДА» типография носила более полувека, и за это время произошло ее становление, развитие и превращение в крупнейшую типографию Европы.

В 1934 году была построена и пущена в эксплуатацию первая очередь основного производственного корпуса (ОПК) — газетное производство типографии «ПРАВДА», которое долгие годы являлось практически монополистом в исполнении партийных заказов. Это предприятие гигант отстраивалось и оснащалось год за годом, постепенно приближаясь к уровню крупнейших европейских предприятий. В 1935 году была запущена вторая очередь ОПК, журнальное производство для печати партийных журналов и журнала «Огонек», а также редакционно-издательский корпус. Типография «ПРАВДА» была оснащена самым передовым для того времени и производительным оборудованием, использовались эффективные технологии. Что позволяло печатать самые важные советские газеты. На машинах высокой печати 3-миллионным тиражом издавались: «Правда» и «Комсомольская правда». Общий ежедневный тираж всех ежедневных газет составлял 5 миллионов экземпляров.

Во время войны, осенью 1941 года, часть оборудования была отправлена в Куйбышев (Самару), где и продолжался выпуск газет. При этом на оборудовании, оставшемся в типографии в Москве, печатали газеты, листовки. После войны газетное оборудование вернулось в родные стены.

Следующий этап развития типографии «ПРАВДА» — ввод в 1952 году 5-этажного корпуса цветной печати (КЦП) для печати полноцветных журналов. Так началось производство цветной печатной продукции: сначала обложки и приложения, потом журналы. В 1954–1960 гг. в цехах были установлены офсетные печатные машины, новые печатные машины высокой печати и оборудование для изготовления фотоформ. Использовались три технологии цветной печати: высокая печать, офсетная печать и глубокая печать. В цвете стали печататься журналы «Огонек», «Смена», «Здоровье», «Работница», «Крестьянка» и другие.

Третий этап — ввод в эксплуатацию в 1960 году корпуса глубокой печати. Это позволило печатать полноцветные издания «Огонек», «Смена», «Здоровье», «Работница», «Крестьянка» тиражами от одного до трех миллионов экземпляров, журнал «Советская женщина» тиражом около 1 млн экземпляров на 14 иностранных языках, журнал «Советский Союз» тиражом около 1,5 млн экземпляров на 22 иностранных языках — и все это с хорошим качеством и в установленные сроки. Производственные мощности в начале 60-х годов позволяли выпускать 870 тысяч готовых журналов в сутки. Это стало возможным благодаря внедрению нового печатного оборудования из ГДР и Италии, современного оборудования для изготовления печатных формных цилиндров.

Четвертый этап развития типографии «ПРАВДА» — 70-е годы, когда была объявлена свободная подписка на газеты и журналы, и тиражи основных журналов — «Работница», «Крестьянка», «Здоровье», — возросли до 20 млн экземпляров в месяц.

Свободная подписка увеличила и тираж газет. Ежедневный тираж печатаемых типографией газет достиг 9 млн экземпляров. Было принято решение правительства о строительстве нового газетного комплекса (НГК), оснащенного передовым производственным оборудованием. В 1980 году комплекс вступил в строй действующего производства. В середине 90-х годов в связи с резким сокращением тиражей всех журналов и газет был законсервирован корпус глубокой печати, резко сокращены журнальное и газетное производство. Новая экономическая ситуация потребовала очередного обновления — как производственного оборудования, так и структуры и методов управления производством. Типография, так долго бывшая лидером полиграфического производства в Советском Союзе, должна была доказать свою способность лидировать в новых условиях российского рынка.

Значительным шагом в модернизации производства можно считать установку на рубеже 2001-2003 г.г. газетных печатных машин немецкой фирмы «MAN Roland», которые предопределили развитие цветной газетной печати в стране. Модернизация предприятия затронула все части производственного процесса от приема заказа издательств до экспедиционного обслуживания.

Типография «Медиа-Пресса» сохранила лидирующие позиции в отрасли по выпуску газетной продукции. В основе деятельности компании сегодня — принцип прозрачности отношений с заказчиком, обеспечивающий открытость всех расчетов. Производственные мощности типографии позволяют ей не зависеть ни от одного СМИ, поэтому сотрудничество со всеми заказчиками в «МЕДИА-ПРЕССЕ» ведется на абсолютно равных условиях. Богатый профессиональный опыт, накопленный за десятилетия успешной деятельности, современные производственные мощности, налаженная система управления позволяют обеспечивать надежность и точность обслуживания заказчика. И вновь оборудование, система организации, вне всякого сомнения, ставят «МЕДИА-ПРЕССУ» в один ряд с ведущими европейскими типографиями. «Нет победителя сильнее того, кто сумел победит самого себя».

МЕДИА-ПРЕССА: БИЗНЕС КОМПАНИИ



Кроме традиционно печатающихся однокрасочных и двукрасочных газет, число которых в настоящее время превышает 100 наименований, в типографии печатаются цветные издания. Среди них: ежедневные газеты «Жизнь», «Вечерняя Москва», «Независимая», «Новые Известия», «Метро»; еженедельные «Антенна», «Труд-7», «Мир Новостей», «Родная газета», «АиФ», «Сударушка» и многие другие.



Это стало возможным после ввода в действие двух машин «Унисет-70». Конструктивной особенностью второй машины, в отличие от первой, является возможность печати одновременно на мелованной и газетной бумагах, а также получение готовой газеты с мелованной обложкой и вкладкой с одновременным скреплением газет формата А3 скрепкой. Обе машины укомплектованы транспортёрами, стеккерами и упаковочными машинами (генеральный поставщик – фирма «Фераг»). В настоящее время введена в действие линия для упаковки газет в плёнку.

Типография оснащена рулонными ротационными машинами с газовой сушкой для печати многокрасочной журнальной продукции тиражами от 15000 экземпляров на различных сортах бумаги: газетной 48,8 г/кв.м, офсетной до 80 г/кв.м, мелованной от 55 г/кв.м до 80 г/кв.м. В октябре 2002 года установлены и запущены в работу листовые машины фирмы MAN-Roland:

- “Roland-705 LV” – пятисекционная машина формата 740x1040 мм с модулем лакировки и с системой сушки;
- “Roland 706 LTTLV” – шестисекционная машина формата 740x1040 мм с двумя модулями лакирования – воднодисперсионной и ультрафиолетового лакирования и с двумя модулями сушки.
- “Roland-710” — десятисекционная машина формата 740x1040 мм для печати по схеме 10/0, 5/5 и 4/6.
- “Roland-305” — пятикрасочная машина.

Все установленные печатные машины имеют системы денситометрического контроля. Переоснащение печатной базы машинами “Roland” позволит типографии занять свою нишу в печати малотиражной высококачественной журнальной продукции в кратчайшие сроки.



Одной из основных задач предприятия является создание современной системы управления как оборудованием (предварительная настройка), так и предприятием в целом на основе создания системы сбора и постоянной передачи данных о работе оборудования (время работы, простои и их причины, расход бумаги и других материалов, отпечатанные тиражи и т.д.) в единую сеть, что позволит сократить документооборот и управляющий аппарат и оперативно принимать решения по управлению производством. В настоящее время в типографии начала действовать система “РЕСOM Web”, которая отображает данные производства, поступающие с рулонных печатных машин “MAN-Roland” на компьютер пользователя, включённый в локальную сеть предприятия.

Все машины имеют системы предварительной настройки, что резко сокращает время подготовки к печати и перехода с одной работы на другую. В конце 2003 года было установлено оборудование для вложения в газету в режиме печати необходимых рекламных, заранее отпечатанных материалов, и с соответствующим экспедиционным оборудованием для формирования адресных стандартных и нестандартных посылов.

В отделочном производстве приобретена и в марте 2003 года установлена линия бесшвейного скрепления с секциями вкладки различных элементов в журнал, а также в типографии осуществляется поэкземплярная упаковка издания в плёнку.

Проведённая и продолжающаяся работа позволяет с уверенностью говорить, что по качеству продукции и срокам её изготовления типография готова удовлетворить самого взыскательного заказчика.

МЕДИА-ПРЕССА: БИЗНЕС КОМПАНИИ

Сфера услуг

Печать:

оперативная печать крупнотиражных черно-белых и цветных газет;
Форматы : А2, А3, А4, В2, В3.
Красочность: 1+1, 2+1, 4+4, 4+2, 4+1.
Дополнительные элементы: обложки, вклады.

Дополнительная обработка: подборка на ВШРА с шитьем, без шитья, с обрезкой и без обрезки.

Ролевая и листовая печать журнальной и акцидентной продукции;

Глубокая печать многомиллионных тиражей журналов и каталогов.

Ролевые машины: Форматы 70x108 и 84x108 в 1/16 и в 1/32. Красочность 1+1, 4+4. Обработка: ВШРА, бесшвейное скрепление.

Печать журналов и брошюр на листовых и ротационных машинах любого формата и красочности. Обработка: ВШРА, бесшвейное скрепление.

Печать и изготовление бланков, плакатов, календарей, альбомов, буклетов, блокнотов и т.п.

Отделочные процессы:

- УФ-лакирование, ВД-лакирование;
- фальцовка;
- блинтовое тиснение;
- перфорация;
- биговка;
- высечка;
- припрессовка пленки или ламинирование;
- тиснение фольгой, конгрев;
- мягкий переплет;
- бесшвейное скрепление переплета;
- скрепление: ниткошвейное, проволокошвейное (скоба/скрепка);
- пробивка отверстий, кругление уголков, навивка пружины и др.

Допечатная подготовка изданий:

- сканирование и цветоделение;
- прием полос по выделенным каналам Internet
- верстка и электронный монтаж спуска полос;
- изготовление спусковых проб и цветопроб;
- вывод фотоформ.

Экспедирувание:

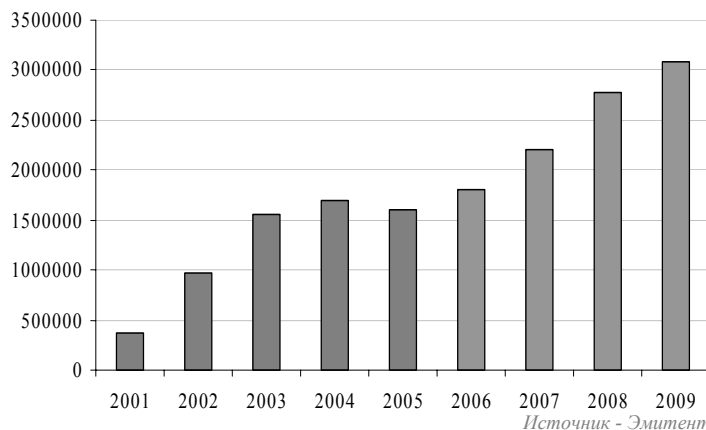
- экспедирование печатной продукции по Москве и Московской области, по регионам России, в страны СНГ и дальше зарубежье наземным (ж/д и авто), либо воздушным транспортом;
- экспедирование печатных изданий: по карточной системе; по адресной системе;
- вклады и (или) вклейки рекламных и других материалов в различные издания. Вклейка пробников различной косметической продукции, пробников продуктов питания (чай, кофе) и др. Также вкладка в печатную продукцию журналов, листовок, брошюр, проспектов, буклетов, DVD, CD, видеокассет и другое;
- упаковка отпечатанной в типографии либо в другом месте продукции в индивидуальную (поэкземплярную) упаковку - прозрачную пленку;
- полное экспедиционно-складское обслуживание клиентов, печатающихся в типографии;
- использование магистральной пересылки.

МЕДИА-ПРЕССА: ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

Прогноз прибыли

Компания планирует увеличение общей выручки, в первую очередь за счет ввода в эксплуатацию нового, более совершенного оборудования.

Ввиду усиливающейся конкуренции на рынке полиграфии в ближайшие годы прогнозируется некоторое снижение рентабельности, однако основное снижение произошло в 2004-2005 годах, и дальнейшее снижение будет незначительным.



Обновление оборудования

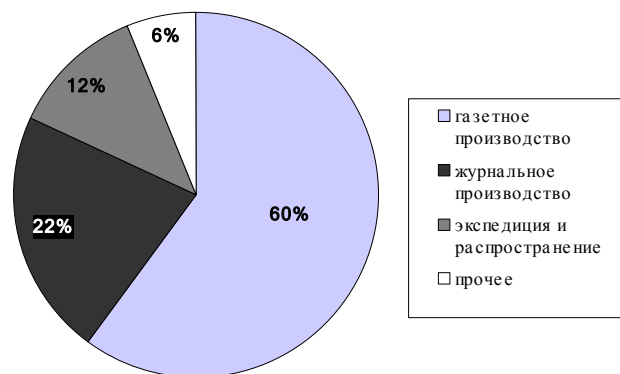
В ближайшие планы Компании входит:

- приобретение, установка и запуск двух новых журнальных 16-ти полосных ролевых печатных машин (GOSS M-600 или аналогичных им). Первая машина (GOSS M-600) будет установлена уже в мае месяце текущего года. Установка второй планируется до конца 2006 года.

- обновление в 2007 году парка газетных машин - замена машин черно-белой печати на новое более современные полноцветное оборудование.

- обновление и увеличение парка допечатного оборудования, главным образом, за счет приобретения новых установок СТР (Computer to Plate). Первая поступит уже в июне месяце 2006г., а до конца года планируется ввод в эксплуатацию еще как минимум одной подобной машины. В 2007 году их станет четыре (две для газетного производства, две для журнального производства)

Пропорции выручки



В ближайшее время, Компания планирует менять пропорции выручки в пользу более популярного и рентабельного журнального производства (в первую очередь) и экспедиции (в меньшем объеме) за счет газетного производства.

План производственного развития на 2006-2008 гг.

Основной целью деятельности компании является сохранение лидирующих позиций на рынке в сегменте газетной печати и увеличение рыночной доли в сегменте журнальной печати с повышением уровня доходности и капитализации.

Для реализации указанной цели, компания предполагает решение следующих задач:

- увеличение объемов газетного производства, главным образом по цветной газетной печати, в том числе и за счет установки нового печатного оборудования,
- увеличение объемов журнального производства, главным образом за счет установки нового печатного оборудования,

- обновление технической базы допечатных процессов и ускоренное внедрение современных технологий (СТР) с целью повышения их оперативности и качества и снижением доли ручных операций,

- опережающее увеличение объемов производства по отношению к расходам на персонал и количества персонала,

- «омолаживание» трудового коллектива и повышение профессионального уровня персонала за счет улучшения условий труда, социальной защиты и создания современной системы мотивации деятельности,

- упрощение организационной структуры компании.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

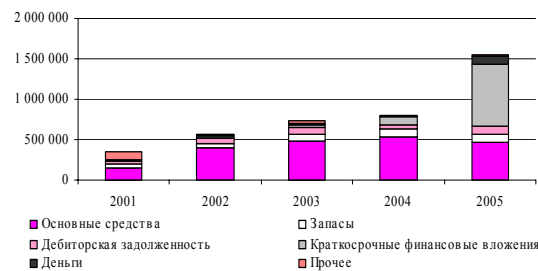
Структура активов

Основную долю в активах ООО ИД "Медиа-Пресса" занимают основные средства, что связано в высокой капиталоемкостью типографского бизнеса, их доля колеблется на уровне 40-70% в 2001-2005 г.г. В 2005 году произошло существенно уменьшение доли основных средств в структуре активов компании, что связано с увеличением ликвидных активов предприятия: краткосрочных финансовых вложений и денежных средств, которые появились в результате неполного расходования средств от привлеченных в прошлом году займов.

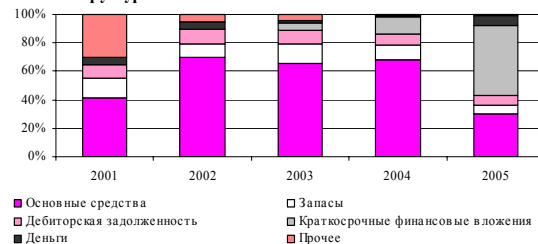
Дебиторская задолженность традиционно играет небольшую роль в активах компании (доля колеблется от 7,2% до 12,3%),

поскольку специфика работы типографского предприятия предусматривает преимущественно работу по предоплате. Данный фактор свидетельствует о низкой рискованности работы с клиентами, а в условиях наличия стабильного их круга говорит о возможном получении гарантированного стабильного денежного потока и в будущем. По итогам 2001-2004 г.г. среднегодовой темп роста активов компании составлял 36,2%. Рост носит неравномерный характер, что связано с острой конкурентной борьбой на рынке, а также процессом периодического обновления производственных фондов компании. По итогам 2005 года активы компании снизились в связи с выбытием устаревшего оборудования.

Динамика активов



Структура активов



Источник - Эмитент

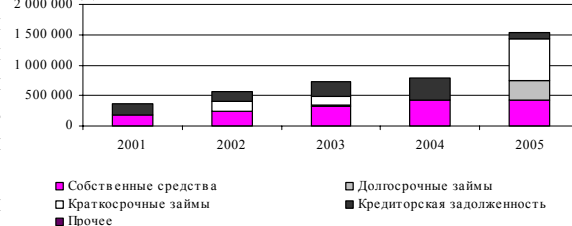
Структура пассивов

Основным источником финансирования компании являются собственные средства: их доля колеблется от 47,53% до 54%. Большую роль в финансировании компании традиционно играла кредиторская задолженность, доля которой составляла более 45% в структуре пассивов. В 2005 году в связи с привлечением долгосрочных заемных средств на сумму 412 млн. руб. величина кредиторской задолженности и ее доля в пассивах компании существенно сократилась с 365,19 млн. руб. до 183,7 млн.руб. и с 45,85% до 15,65%.

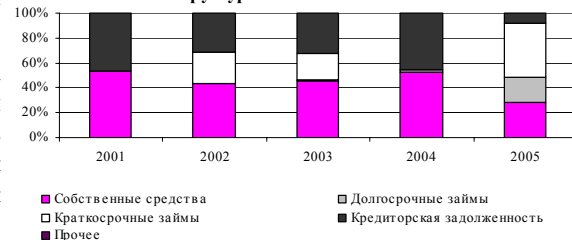
Заемные средства не играли существенной роли в жизни компании в 2001-2004 г.г. Компания периодически пользовалась краткосрочными кредитами для пополнения оборотных средств, однако их объем был незначительным, а нагрузку на рентабельность в виде процентных платежей долги не создавали.

После привлечения кредита в 2005 г. на сумму 412 млн. руб. долговая нагрузка компании остается очень невысокой: отношение долга к активам не превышает 0,35, а к выручке 0,25.

Динамика пассивов



Изменение структуры пассивов



Источник - Эмитент

Прогноз финансовых показателей	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Выручка	369729	964470	1550113	1692972	1551472	1800000	2200000	2771745	3080944
Себестоимость	288056	781671	1264231	1413633	1378955	1869437	2150813	2432189	2713565
Валовая прибыль	81673	182799	285882	279339	172517	283911	311734	339556	367379
Коммерческие расходы	0	0	0	0	0				
Управленческие расходы	28945	94454	129439	140358	150159	195170	224004	252837	281670
Прибыль (убыток) от продаж	52728	88345	156443	138981	22359	88740	87730	86720	85710
Проценты к получению	0	0	0	0	0				
Проценты к уплате	0	0	0	0	0				
Прочие операционные доходы	5910	11833	15714	126952	13475	73851	86876	99901	112926
Прочие операционные расходы	6031	14624	38771	145536	19887	92557	108419	124281	140144
Внереализационные доходы	1386	198685	30992	28384	13463	10738	-3877	-18492	-33107
Внереализационные расходы	725	211915	48481	29782	6661	8435	-8591	-25617	-42643
Прибыль (убыток) до налогообложения	53268	72324	115897	118999	22748	72338	70901	69465	68028
Отложенные налоговые активы	0	0	43	124	63	121	146	171	196
Отложенные налоговые обязательства	0	0	215	3758	2235	3710	4533	5355	6178
Текущий налог на прибыль	0	0	28778	26430	8723	25949	30336	34724	39111
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	45267	60036	86947	88935	16197	50704	47780	44856	41932
Постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0	1094	1477	1091	1830	2196	2562	2927

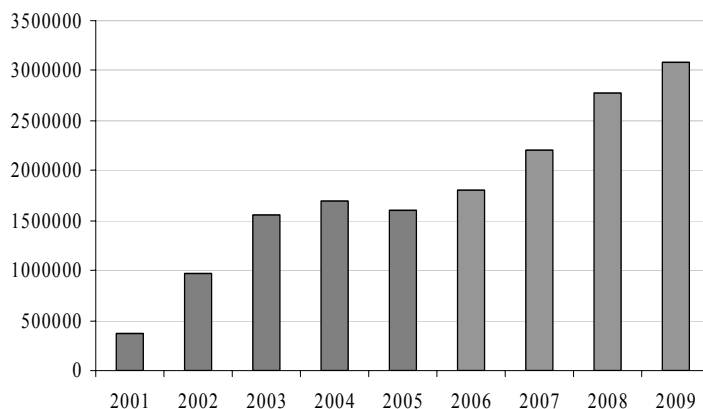
Источник - Эмитент

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выручка и рентабельность

ООО ИД "Медиа-Пресса" демонстрирует хорошую динамику показателей выручки и прибыли. В 2001-2004 среднегодовые темпы роста выручки составили 55%, а за период 2001-2005 года объем выручки вырос в 4,2 раза. По предварительным оценкам, на конец 2005 года выручка превысила 1,6 млрд.руб.

Снижение выручки в 2005 году по сравнению с 2004 годом является временным явлением и объясняется снижением объемов производства в связи с выводом из эксплуатации части устаревшего оборудования с целью его замещения на более современную технику. Кроме того, в 2003-2004 г.г. на рынке типографских услуг резко возросла конкуренция в связи с выходом на рынок новых игроков, которая привела к утрате прежними лидерами части рыночных позиций. По мере ввода в эксплуатацию новых производственных мощностей объемы производства возрастут, что, соответственно, приведет и к росту объемов выручки. Согласно консервативным прогнозам менеджмента компании к 2009 году объем выручки должен превысить 3 млрд. р.



Источник - Эмитент

Рентабельность компании в последние 2 года имеет тенденцию к снижению. Снижение рентабельности объясняется несколькими объективными причинами. Первый фактор - уже упомянутое снижение выручки. Основной фактор – значительный рост себестоимости, вызванный ростом цен на основное сырье - бумагу.

К концу 2005 года компания подтвердила свои лидирующие позиции на рынке газетной печати. Начиная с 2006 года планируется значительный объем мероприятий по техническому обновлению производственных фондов, установка более производительного печатного и постпечатного оборудования, полная автоматизация допечатных процессов.

Указанные мероприятия значительно повысят технологичность производственных работ, снизят объем потребляемого сырья и уменьшат потребность в человеческих ресурсах. Согласно финансовому плану рентабельность продаж в 2006-2009 г.г. стабилизируется на уровне 12%.

ПРОМСВЯЗЬФИНАНС

О Компании

На дату утверждения проспекта ценных бумаг Поручитель существует более 7-ми лет.

ООО «Промсвязьфинанс» создано в 1998 году по решению единственного учредителя Компании Блок Венчур Инвестмент Лимитед. До 2003 года «Промсвязьфинанс» специализировалось на торговле оборудованием и подсистемами мониторинга. С 2003 года, когда уставный капитал общества увеличился в шесть раз, операции по купле-продаже ценных бумаг заняли определяющую роль в деятельности организации.

На сегодняшний день единственным участником «Промсвязьфинанс» является EUROPEAN TRADE HOUSE LTD. Сейчас «Промсвязьфинанс» занимает достойное место на рынке по операциям с ценными бумагами. Организация является надежным партнером.

Целью создания Поручителя являлось получение прибыли от купли-продажи ценных бумаг сторонним организациям.

**Единоличный исполнительный орган
– Генеральный директор.**

Макаров Виктор Иванович, 1947 г.р.

2005-наст. время

ЗАО "Промсвязькапитал"

Заместитель директора департамента
информационно-аналитической работы

2005- наст. время

ООО «Промсвязьфинанс»

генеральный директор

Состав участников

EUROPEAN TRADE HOUSE LTD

Место нахождения: Коммонвелф
Траст Лимитед Дрейк Чемберс
Тартолла Британские Виргинские
Острова (c/o Commonwealth Trust
Limited P.O. Box 3321 Road
Town, Tortola, British Virgin
Islands)

Размер доли участника 100%

Финансовая отчетность

	2004	2005
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Долгострочные финансовые вложения	302235	23
ИТОГО по разделу I	302235	23
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ		
Краткосрочные финансовые вложения	125	303620
Денежные средства	1446	165
ИТОГО по разделу II	1571	303785
БАЛАНС	303806	303808

III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ		
Уставный капитал	303715	303715
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	91	93
ИТОГО по разделу III	303806	303808
БАЛАНС	303806	303808

Источник - Эмитент

	2005	2004
Доходы и расходы по обычным видам деятельности	-	-
010		
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	-
029	-	-
Валовая прибыль	029	-
030	-	-
Коммерческие расходы	030	-
040	(14943)	(12467)
Управленческие расходы	040	(14943)
050	(14943)	(12467)
Прибыль (убыток) от продаж	050	(14943)
Прочие доходы и расходы	060	2466
Проценты к получению	060	2466
Прочие операционные доходы	090	625300000
Прочие операционные расходы	100	(625286000)
140	1523	1526
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	1523
Текущий налог на прибыль	150	(366)
190	1157	1160
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	1157

Источник - Эмитент

АиФ: ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

ЗАО «Аргументы и Факты»

АКТИВ	Код стр.	2003	2004	2005
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	110	62411	96072	72550
Основные средства	120	217159683	211402133	192502090
Незавершенное строительство	130	-	9184920	4813051
Долгосрочные финансовые вложения	140	32447688	204850619	213410658
Отложенные налоговые активы	145	437961	373538	308977
Прочие внеоборотные активы	150	16000	42621	-
ИТОГО по разделу I	190	250123743	425949903	411107326
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	210	33032526	30183672	28522496
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	25218202	22517717	20146936
животные на выращивании и откорме	212	-	-	-
затраты в незавершенном производстве (издержках обращения)	213	-	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214	1070117	1703188	2296546
товары отгруженные	215	-	-	-
расходы будущих периодов	216	6744206	5962766	6079015
прочие запасы и затраты	217	1	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	4148629	6528178	4425689
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	-	-
покупатели и заказчики	231	-	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	129618347	102493929	91384946
покупатели и заказчики	241	95119161	81434592	67757527
авансы выданные	245	-	-	-
прочие дебиторы	246	-	-	-
Краткосрочные финансовые вложения	250	398297475	649275700	517008700
Денежные средства	260	78741426	38439982	24253838
Прочие оборотные активы	270	-	-	-
ИТОГО по разделу II	290	643838403	826921460	665595668
БАЛАНС	300	893962146	1252871363	1076702994
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	410	126620	126620	92410
Добавочный капитал	420	2147025	2147025	2147025
Резервный капитал	430	18993	18993	18993
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	18993	18993	18993
Нераспределенная прибыль отчетного года	470	709295130	948419760	599969784
ИТОГО по разделу III	490	711587768	950712398	602228212
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	510	-	-	-
Отложенные налоговые обязательства	515	2161012	2186169	1966443
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-	-
ИТОГО по разделу IV	590	2161012	2186169	1966443
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	610	-	-	287825000
Кредиторская задолженность	620	172290237	299972797	184683339
поставщики и подрядчики	621	37209375	156977756	51700324
Задолженность перед персоналом организации	622	293887	-	249483
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	1430210	44812	-
задолженность по налогам и сборам	624	1713271	7146687	4680368
прочие кредиторы	625	131643494	135803542	128053164
Доходы будущих периодов	640	-	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	7923129	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-	-
ИТОГО по разделу V	690	180213366	299972797	472508339
БАЛАНС	700	893962146	1252871364	1076702994

АиФ: ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

ЗАО «Аргументы и Факты»

Наименование показателя	Код стр.	2003	2004	2005
I. Доходы и расходы по обычным видам деятельности				
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг	010	915 089	1 027 679	1 118 381
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	-330 627	-427 215	-515 630
Валовая прибыль	029	584 462	600 464	602 750
Коммерческие расходы	030	-91 753	-98 110	-130 798
Управленческие расходы	040	-203 680	-197 091	-250 565
Прибыль (убыток) от продаж	050	289 029	305 263	221 387
II. Прочие доходы и расходы				
Проценты к получению	060	31 879	31 756	20 050
Проценты к уплате	070		-10 600	-4 117
Прочие операционные доходы	090	31 886	80 108	45 796
Прочие операционные расходы	100	-19 058	-64 888	-38 709
Внереализационные доходы	120	2 524	11 609	691 671
Внереализационные расходы	130	-26 154	-36 536	-1 226 757
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	310 107	316 713	-290 678
Отложенные налоговые активы	141	221	-64	-65
Отложенные налоговые обязательства	142	-672	-25	220
Текущий налог на прибыль	150	-77 694	-77 498	-57 927
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода)	190	231 962	239 125	-348 450

Источник - Эмитент

АиФ: КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ**Консолидированная отчетность АиФ (тыс. руб)**

	01/01/2006	01/01/2005
Необоротные активы		
Здания, машины и оборудование	330 162	316 561
Нематериальные активы	135	141
Инвестиции в дочерние компании	65 678	18 222
Инвестиции в зависимые компании	173	72
Долгосрочные займы	5 660	5 271
Прочие инвестиции	1 173	509
Долгосрочная дебиторская задолженность	11	0
Goodwill	177 226	178 166
Оборотные активы		
Запасы	124 832	114 096
Дебиторская задолженность	150 743	163 795
Краткосрочные займы	11 376	10 201
Деньги и денежные эквиваленты	733 578	865 848
Прочие активы	11 781	12 146
Итого активы	1 612 528	1 685 028
Капитал и резервы		
Уставные капитал	92	127
Нераспределенная прибыль	998 168	1 219 823
Долгосрочная кредиторская задолженность		
Кредиты и займы	0	0
Обязательства по отложенному налогу на прибыль	2 149	2 433
Миноритарным акционерам	0	7 067
Краткосрочная кредиторская задолженность		
Кредиты и займы	287 825	2 477
Кредиторская задолженность	199 260	317 901
Доходы будущих периодов	125 034	135 200
Итого пассивы	1 612 528	1 685 028

Источник - Эмитент

АиФ: КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

	2005 год, 000'RUR	2004 год, 000'RUR
Выручка от реализации		
подписка	278 232	273 101
Реализация изданий АиФ (опт, розница)	485 502	440 274
Реализация сторонних изданий (опт, розница)	1 515 136	1 151 976
Реализация ТНП	428 080	351 723
Реализация авторских прав	10 378	25 576
доходы от рекламы	626 567	546 798
межрегиональная вкладка	36 931	32 760
прочая реализация	54 556	59 094
	3 435 382	2 881 302
Себестоимость		
бумага типографская	-185 359	-161 686
типографские расходы	-193 742	-151 855
Зарплата и отчисления	-81 172	-71 927
себестоимость изданий АиФ	-53 943	-43 586
себестоимость сторонних изданий	-953 046	-742 613
себестоимость ТНП	-249 491	-221 408
Себестоимость реализованных услуг	-10 102	-4 560
прочие	-23 641	-13 529
	-1 750 496	-1 411 164
Валовая прибыль	1 684 886	1 470 138
Коммерческие расходы	-492 370	-362 135
Административно-хозяйственные расходы	-677 468	-574 747
Прочие налоги и отчисления	-7 300	-9 975
Операционные доходы и расходы	-2 273	-64 461
Прочие неординарные расходы/доходы		
Прибыль от хозяйственной деятельности	505 475	458 820
Доходы (расходы) от финансовой деятельности	33 854	40 690
Доходы от участия в дочерних и зависимых компаниях	1 251	1 686
Прибыль (убыток) до налогообложения	540 580	501 196
Отложенные налоговые обязательства		
Налог на прибыль, ЕНВД	-83 287	-99 516
Прибыль после вычета налога на прибыль	457 293	401 680
Миноритарным акционерам	0	-1 797
Прибыль (убыток) отчетного периода	457 293	399 883
дивиденды выплаченные	-130 593	-123 589
выкуп акций	-548 356	
Чистая прибыль на одну акцию	3,61	3,17

Медиа-Пресса:

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

АКТИВ	Код	на 31.12.2002	на 31.12.2003	на 31.12.2004	на 31.12.2005
	показ				
1	2	3	4	5	6
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	110				
Нематериальные активы					
Основные средства	120	399 946	476 539	540 912	469 695
Незавершенное строительство	130	5 942	10 146	1 222	1 090
Отложенные налоговые активы	145	619	576	452	389
ИТОГО по разделу I	190	406 507	487 261	542 586	471 174
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	210				
Запасы		53 599	96 609	86 873	95 498
в том числе:		41 844	84 624	58 656	73 996
затраты в незавершенном производстве		5 075	5 994	7 901	11 095
готовая продукция и товары для перепродажи			174		
расходы будущих периодов		6 680	5 817	20 314	10 407
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	24 770	17 484	8 594	6 850
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	59 929	73 276	57 045	101 579
в том числе покупатели и заказчики		48 511	70 777	54 183	76 971
Краткосрочные финансовые вложения	250		32 871	97 650	760 847
Денежные средства	260	29 596	18 409	3 735	107 309
Прочие оборотные активы	270				
ИТОГО по разделу II	290	167 894	238 649	253 897	1 072 083
БАЛАНС	300	574 401	725 910	796 483	1 543 257

ПАССИВ	Код	на 31.12.2002	на 31.12.2003	на 31.12.2004	на 31.12.2005
	показ				
1	2	3	4	5	6
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал	410	145 521	145 521	145 521	145 521
Добавочный капитал	420				
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	99 533	186 472	275 407	288 683
ИТОГО по разделу III	490	245 054	331 993	420 928	434 204
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	510				
Займы и кредиты					309 439
Отложенные налоговые обязательства	515	6 389	6 604	10 363	8 330
Прочие долгосрочные обязательства	520				
ИТОГО по разделу IV	590	6 389	6 604	10 363	317 769
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	610				
Займы и кредиты		145 636	151 702	0	673 798
Кредиторская задолженность	620	177 322	235 611	365 192	117 486
в том числе:		140 916	193 064	323 520	92 758
поставщики и подрядчики					
задолженность перед персоналом организации		7 528	10 968	0	
задолженность перед государственными внебюджетными фондами		1 820	1 235	6	89
задолженность по налогам и сборам		4 955	12 263	4 940	3 707
прочие кредиторы		22 103	18 081	36 726	20 932
ИТОГО по разделу V	690	322 958	387 313	365 192	791 284
БАЛАНС	700	574 401	725 910	796 483	1 543 257

Медиа-Пресса: ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Показатель наименование	код	За 2002 год	За 2003 год	За 2004 год	За 2005 год
1	2	3	4	5	6
Доходы и расходы по обычным видам деятельности					
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	964 470	1 550 113	1 692 972	1 600 683
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ,	020	781 671	1 264 231	1 413 633	1 428 561
Валовая прибыль	029	182 799	285 882	279 339	172 122
Коммерческие расходы	030				
Управленческие расходы	040	94 454	129 439	140 358	152 895
Прибыль (убыток) от продаж	050	88 345	156 443	138 981	19 227
Прочие доходы и расходы					
Проценты к получению	060				
Проценты к уплате	070				
Доходы от участия в других организациях	080				
Прочие операционные доходы	090	11 833	15 714	126 952	15 726
Прочие операционные расходы	100	14 624	38 771	145 536	21 284
Внереализационные доходы	120	198 685	30 992	28 384	15 778
Внереализационные расходы	130	211 915	48 481	29 782	9 616
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	72 324	115 897	118 999	19 831
Отложенные налоговые активы	141		43	124	62
Отложенные налоговые обязательства	142		215	3 758	2 033
Текущий налог на прибыль	150	12 288	28 651	26 155	8 110
Налог на прибыль за пред.периоды	151				339
Санкции и иные обязательные платежи	152		41	27	77
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	60 036	86 947	88 935	13 276
СПРАВОЧНО					
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200		1 094	1 477	1 677

Источник - Эмитент