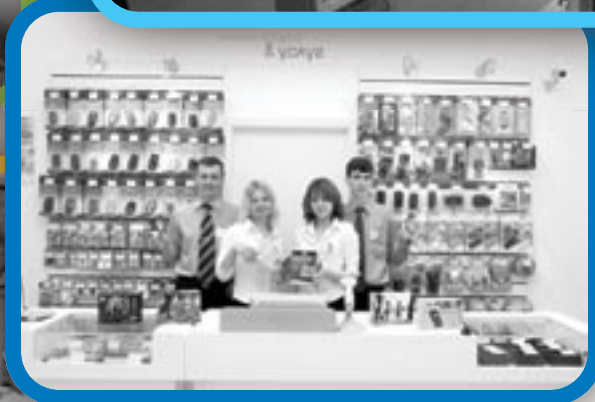






Оглавление

	стр.
Резюме	3
Структура и основные параметры займа	4
Общая информация	5
Обзор мирового рынка	7
Обзор российского рынка	8
Миссия и стратегия развития	11
Структура собственности и корпоративное управление	13
Операционная деятельность	14
Собственная розничная сеть	17
Франчайзинг	19
Оптовые продажи	20
Ремонт сотовых телефонов	22
Финансовое положение	23
Приложение	26

Резюме

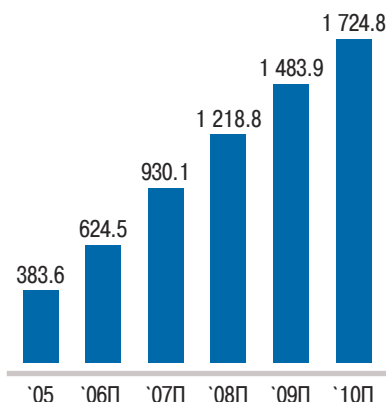
- ГК DIXIS — один из лидеров в области оптовой и розничной дистрибуции оборудования и аксессуаров для сотовой связи, цифровой техники, а также оказания сервисных услуг. К настоящему времени Группа входит в тройку крупнейших игроков на рынке торговли устройствами сотовой связи и занимает 5% рынка.
- По состоянию на 01.06.06г. Группа компаний DIXIS имеет на территории РФ 559 собственных магазинов и 346 франчайзинговых. Кроме того, 32 магазина Группы расположены в Казахстане. В стадии подготовки к открытию находятся еще 180 торговых точек. К концу 2006г. Группа планирует увеличить количество магазинов своей сети до 1600.
- ГК DIXIS является официальным дистрибутором ведущих мировых производителей сотовых телефонов и аксессуаров: Nokia, Sony Ericsson, BenQ-Siemens, Motorola, TCL, Samsung, LG, Philips, Panasonic, Pantech, Sagem, Sharp, Hyundai, Fly.
- Группа тесно сотрудничает со всеми крупнейшими операторами сотовой связи России: в 2004 и 2005 гг. компанией был получен статус «Национальный (Федеральный) дилер» операторов «большой тройки» — компаний МТС, Вымпелком (ТМ «Билайн») и МегаФон.
- Сервисная компания «Диксис Сервис», входящая в Группу компаний DIXIS, располагает 2 уникальными для российского рынка сервисными центрами по ремонту сотовых телефонов в Москве и Санкт-Петербурге, а также 10-ю в других регионах. Сервисные центры DIXIS имеют прямую авторизацию от компаний Nokia, Sony Ericsson, Samsung, Sagem, Sharp и LG.
- Корпоративная структура ГК DIXIS представляет собой холдинг. В состав холдинга входят ОАО «Диксис Холдинг» (управляющая компания) и семь операционных компаний.
- Компании Группы DIXIS готовят отчетность согласно российским стандартам бухгалтерской отчетности (РСБУ). Аудитором ГК DIXIS с 2002г. является компания ЗАО «АКГ МББ-Аудит». С 2007г. ГК DIXIS намерена осуществлять подготовку отчетности по стандартам МСФО.
- В 2005г. выручка ГК DIXIS от продажи товаров и услуг составила USD 383.6 млн., увеличившись по сравнению с 2003г. почти в 2 раза, объем чистой прибыли — USD 5.4 млн., что превышает уровень 2003г. более чем в 8 раз.
- Активы ГК DIXIS увеличились в 1.5 раза к уровню 2004г. — до USD 80 млн., а собственные средства достигли в 2005г. USD 10,7 млн., превысив показатель 2004г. более чем в 2 раза.
- Консолидированные показатели долговой нагрузки ГК DIXIS за 2005 год: Долг/Собственные средства — x2.88, Долг/Выручка — x0.08, Долг/Активы — x0.39.
- Эмитент облигационного займа — ООО «Диксис Трейдинг» — компания, входящая в ГК DIXIS и занимающаяся закупкой оборудования, его реализацией другим компаниям Группы и оптовой торговлей. Поручителем по займу выступает управляющая компания Группы — ОАО «Диксис Холдинг».
- Средства, привлекаемые от размещения облигаций, будут направлены на финансирование развития розничного и франчайзингового направлений бизнеса Группы компаний DIXIS, закупку товаров, а также рефинансирование текущей кредиторской задолженности.

Таблица 1. Основные финансовые показатели ГК DIXIS, 2003-2005гг., USD млн.

	2003	2004	2005
Активы	38.4	54.9	79.6
Собств. средства	3.6	5.4	10.7
Долг	12.1	21.6	30.8
долгосрочн.	0.0	0.0	0.0
краткосрочн.	12.1	21.6	30.8
Выручка	202.5	313.6	383.6
EBITDA	11.9	12.5	14.3
Чистая прибыль	0.6	1.9	5.4
Долг/EBITDA	1.02	1.73	2.15
Долг/Активы	0.32	0.39	0.39
Долг/Собств. Ср.	3.41	3.97	2.88
Долг/Выручка	0.06	0.07	0.08
Рентаб. EBITDA	5.89%	3.97%	3.73%
Чистая рентаб.	0.31%	0.60%	1.40%

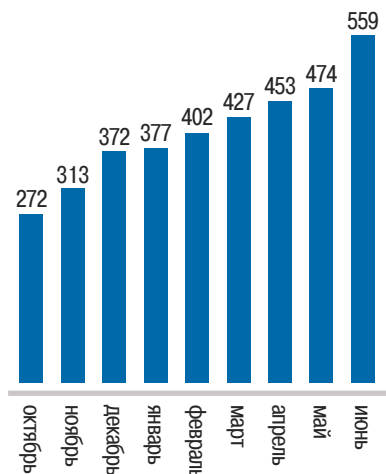
Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Диаграмма 1. Выручка от реализации ГК DIXIS, 2005-2010гг., USD '000



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Диаграмма 2. Количество собственных салонов в РФ, 2005-2006гг.

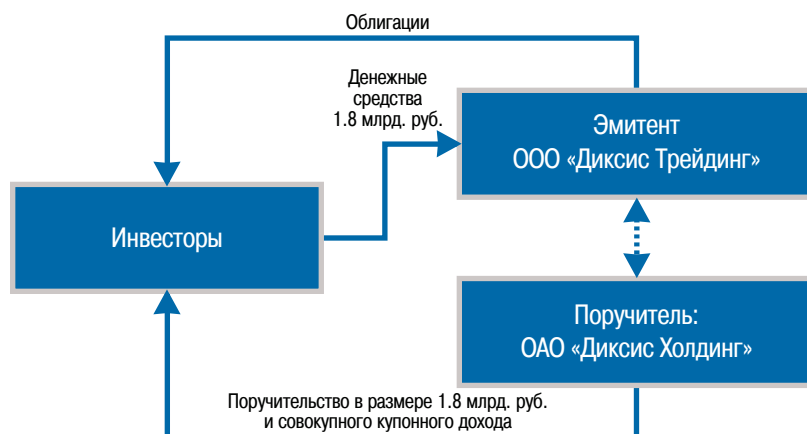


Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Структура и основные параметры займа

- **Цели займа** — финансирование инвестиций в развитие розничного и франчайзингового направлений бизнеса ГК DIXIS, закупку товаров, а также рефинансирование текущей кредиторской задолженности
- **Эмитент** — ООО «Диксис Трейдинг»
- **Поручитель** — ОАО «Диксис Холдинг»
- **Объем выпуска** — 1 800 000 000 рублей
- **Дата погашения** — 20 июля 2009г.
- **Оферта** — через 1 год: в 5-й рабочий день 3-го купонного периода
- **Даты выплат купонов** — 1-й купон — 20 января 2007г., 2-й купон — 20 июля 2007г., 3-й купон — 20 января 2008г., 4-й купон — 20 июля 2008г., 5-й купон — 20 января 2009г., 6-й купон — 20 июля 2009г.
- **Определение ставок купонов** — 1-й и 2-й купоны — 11% годовых, 3-6-й — устанавливаются эмитентом
- **Организатор, Андеррайтер, Платежный агент и Агент по офертам** — ОАО АКБ «РОСБАНК»

Диаграмма 3. Структура займа



Источник: ОАО АКБ «РОСБАНК»

Выбранная структура займа позволит обеспечить максимальную прозрачность и привлекательность выпуска для инвесторов, а также наиболее полно и адекватно оценить имеющиеся структурные риски в рамках транзакции.

В качестве эмитента займа выступает ООО «Диксис Трейдинг» — компания, входящая в ГК DIXIS и занимающаяся закупкой оборудования (сотовых телефонов, аксессуаров, цифровой техники и т.п.), его реализацией другим компаниям Группы и оптовой торговлей. Поручителем по займу является управляющая компания ГК DIXIS — ОАО «Диксис Холдинг».

Объем 1.8 млрд. рублей является достаточным для возникновения ликвидного вторичного рынка облигаций ООО «Диксис Трейдинг». Облигации ООО «Диксис Трейдинг» предоставляют дополнительную возможность для диверсификации портфелей долговых инструментов инвесторов, ориентирующихся на ценные бумаги компаний, оперирующих на рынке розничной торговли сотовыми телефонами.

Средства привлекаются на развитие бизнеса

Из привлеченных средств:
- 32% — закупка товара;
- 42% — инвестиции в развитие;
- 26% — замещение долга

В структуре займа:
Эмитент — торговая компания

Поручитель — центр корпоративной консолидации



Общая информация

ГК DIXIS является одним из лидеров в области оптовой и розничной дистрибуции оборудования и аксессуаров для сотовой связи, цифровой техники, а также оказания сервисных услуг. К настоящему времени Группа входит в тройку крупнейших игроков на рынке торговли устройствами сотовой связи и занимает 5 % рынка.

Основная деятельность компаний ГК DIXIS представлена следующими направлениями:

- Розничная реализация сотовых телефонов и аксессуаров, цифровой техники, карт экспресс оплаты, контрактов на подключение, продажа комплектов оборудования для подключения к сети Internet, осуществление сопутствующих услуг: прием платежей, продажа дополнительных гарантий на сервисное обслуживание.
- Оптовая реализация сотовых телефонов и аксессуаров, в т.ч. франчайзи Группы.
- Оказание сервисных услуг по гарантийному и после гарантийному обслуживанию сотовых телефонов в собственных сервисных центрах, авторизованных компаниями производителями.

Развитие собственной розничной сети является ключевым направлением деятельности ГК DIXIS. По состоянию на 01.06.06г. Группа компаний DIXIS имеет на территории РФ 559 собственных магазинов. К концу 2006г. количество собственных торговых точек достигнет 980. Магазины ГК DIXIS расположены во всех федеральных округах России, но наиболее значимыми с точки зрения объемов продаж и насыщенности сети являются Северо-Западный федеральный округ, Московский регион (Москва и Московская область) и Южный федеральный округ.

Оптовое направление деятельности существует в Группе с момента ее основания. Начиная с 1996 года, ГК DIXIS планомерно увеличивала свой портфель дистрибуторских соглашений с компаниями-производителями сотовых телефонов и аксессуаров. В настоящее время Группа занимается оптовыми поставками сотовых телефонов и аксессуаров от компаний-производителей для клиентов по всей территории России.

С 2002 года Группа компаний DIXIS развивает программу франчайзинга. В настоящий момент в составе франчайзинговой сети DIXIS насчитывается 346 магазинов и более 70 партнеров в более чем в 140 городах России. До конца 2006 года планируется расширение франчайзинговой сети до 600 магазинов.

Сервисная компания «Диксис Сервис», входящая в Группу компаний DIXIS, располагает двумя уникальными для российского рынка сервисными центрами по ремонту телефонов в Москве и Санкт-Петербурге, а также 10-ю региональными. С 2002 года развивается франчайзинговый проект открытия сервис-центров, охватывающий более 40 городов.

Стратегия Группы компаний DIXIS на 2006-2010гг. направлена на расширение розничной сети Группы, дальнейшее развитие программы франчайзинга и других перспективных направлений, в результате чего Группа сможет увеличить масштабы своей деятельности и долю рынка до 15%.

Корпоративная структура ГК DIXIS представляет собой холдинг. В состав холдинга

ГК DIXIS — 3-й крупнейший оператор дистрибуции мобильных телефонов

Основные виды деятельности:

- розничная реализация;
- оптовая торговля;
- сервисные услуги

Розничная сеть DIXIS:

- 559 магазинов на 01.06.06

- 980 магазинов на 31.12.06

входят ОАО «Диксис Холдинг» (управляющая компания) и семь операционных компаний, в т.ч. эмитент облигационного займа — ООО «Диксис Трейдинг». Доля ОАО «Диксис Холдинг» в уставных капиталах всех операционных компаний составляет 100%.

Компании Группы DIXIS готовят отчетность согласно российским стандартам бухгалтерской отчетности (РСБУ). Аудитором ГК DIXIS является компания ЗАО «АКГ МББ-Аудит». С 2007г. Группа планирует осуществлять подготовку финансовой отчетности по международным стандартам (МСФО).

В 2005г. выручка ГК DIXIS от продажи товаров и услуг составила USD 383.6 млн., увеличившись по сравнению с 2003г. почти в 2 раза. К концу 2006г. Группа прогнозирует рост выручки до USD 624.5 млн. Объем чистой прибыли в 2005г. достиг USD 5.4 млн., и превысил уровень 2003г. более чем в 8 раз.

Активы ГК DIXIS увеличились в 1.5 раза к уровню 2004г. — до USD 80 млн., а собственные средства достигли в 2005г. USD 10.7 млн., превысив показатель 2004г. более чем в 2 раза.

ГК DIXIS имеет следующие консолидированные показатели долговой нагрузки за 2005 год: Долг/Собственные средства — x2.88, Долг/Выручка — x0.08, Долг/Активы — x0.39.

Прозрачная корпоративная
структура

МСФО с 2007 года

Значительные темпы роста
выручки и прибыли



Обзор мирового рынка

Согласно данным компании Gartner, мировой объем поставок сотовых телефонов в первом квартале 2006 года составил 224 млн. трубок. По сравнению с тем же периодом прошлого года рост продаж составил 23.8%. К концу текущего года, по прогнозам Gartner, мировой объем поставок достигнет 960 млн. штук, что более чем на 17% превысит уровень 2005г., когда было продано 816 млн. трубок. При этом в Западной Европе продажи мобильных телефонов в 1 квартале 2006г. выросли по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 12% и достигли 41.1 млн., а в Восточной Европе, Африке и на Ближнем Востоке — на 30% до 41.3 млн. единиц.

Таблица 2. Мировые продажи сотовых телефонов конечным пользователям, 1К2006г., тыс. шт.

Компания	Объем продаж, 1К2006г.	Доля рынка, 1К2006г. (%)	Объем продаж, 1К2005г.	Доля рынка, 1К2005г. (%)
Nokia	76 088.4	34.0	54 960.1	30.4
Motorola	45 518.6	20.3	30 143.3	16.7
Samsung	28 080.5	12.5	24 479.8	13.5
LG	14 508.5	6.5	11 464.2	6.3
Sony Ericsson	13 599.6	6.1	9 905.8	5.5
BenQ-Siemens	7 867.6	3.5	10 209.5	5.7
Другие	38 378.2	17.1	39 829.5	21.9
ВСЕГО	224 041.4	100	180 992.2	100

Источник: Gartner Dataquest (Май 2006г.)

По данным Gartner, лидером мирового рынка в первом квартале 2006 года является Nokia с долей в 34%, что превышает показатель прошлого года на 3.6%. Nokia удалось продать около 75 млн. своих телефонов, увеличив продажи на 40%. Этот результат достигнут благодаря запуску большого количества новых моделей и их активному продвижению на рынке за счет масштабной рекламной кампании. Действия по расширению товарного предложения вендор осуществил после того, как два года назад начал стремительно терять свою долю на рынке. Доля американской компании Motorola составила 20.3% (45 млн. трубок). Годом ранее эта цифра составляла 16.7%. К тому же, компания значительно увеличила свое присутствие на развивающихся рынках Индии и Китая. Доля рынка LG в первом квартале выросла до 6.5% по сравнению с 6.3% в первом квартале 2005 года. В то же время еще одна корейская компания Samsung сократила свою долю в первом квартале с 13.5% до 12.5%. Сфокусировав свои разработки на моделях с фотокамерами и музыкальными плеерами, Sony Ericsson смогла нарастить свою долю в мировых продажах с 5.5% до 6.1% — это пятое место в списке основных вендоров мобильного сектора. Шестерку крупнейших производителей замкнула компания BenQ-Siemens с уменьшившейся почти на 2.0% долей в 3.5%.

Объем глобального рынка
сотовых телефонов — 224 млн.
трубок

В ближайшие 3 года рост
рынка — на 10%-12% ежегодно

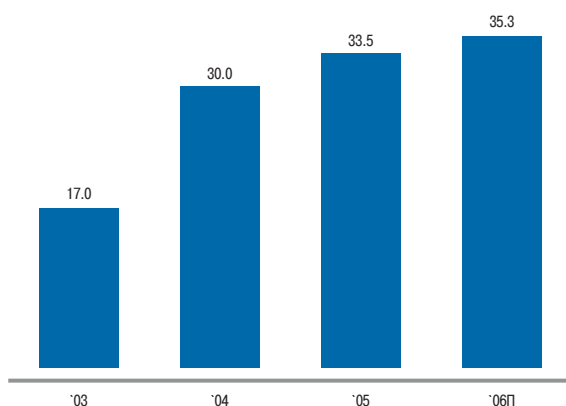
Основные производители:
- Nokia — 34% рынка
- Motorola — 20% рынка
- Samsung — 13% рынка

Обзор российского рынка

По данным компании J'son & Partners, в 2005 году в России было продано 33.5 млн. мобильных телефонов, что в денежном выражении составило около USD 5.5 млрд. В сравнении с 2004 годом прирост составил 11.7%, в то время как в 2004 году данный показатель по отношению к 2003 году равнялся 76%.

По оценкам J'son & Partners, в первом квартале 2006г. было продано 7.1 млн. телефонов по средней цене в USD 184. В количественном выражении продажи сотовых телефонов сократились по сравнению с аналогичным периодом 2005г., однако выросли в денежном — до USD 1.3 млрд. По прогнозам J'son & Partners в 2006 году в России будет продано около 35.3 млн. мобильных телефонов.

Диаграмма 4. Продажи сотовых телефонов в РФ, 2003-2006гг, млн. шт.



Источник: J'son & Partners

Крупнейшими игроками на российском рынке розничных продаж сотовых телефонов являются «Евросеть», «Связной», DIXIS, «Цифроград», Divizion, «Беталинк», «УльтраСтар». Если в декабре 2003г. 10 крупнейших российских ритейлеров, согласно данным агентства «Сотовик», занимали всего 20% рынка по количеству проданных сотовых телефонов, то в конце 2004г. на них приходилось уже 45% рынка, а в декабре 2005г. — 72%. При этом на тройку лидеров, по оценке «Сотовика», в декабре 2005 года приходилось почти 50% рынка. По мнению сотовых операторов, тенденция к консолидации рынка сохранится и в дальнейшем.

В 2005г. лидеры рынка продолжили активно расширять свои региональные сети, а также развивать франчайзинговые программы. В подобной ситуации все сложнее приходится независимым региональным розничным сетям, которые не в состоянии составить серьезную конкуренцию федеральным ритейлерам. Поэтому в 2005г. и 1К2006г. продолжились процессы M&A, в результате которых прекратили существование многие региональные розничные продавцы. Консолидация продолжается и на столичном рынке — так в августе 2005г. «Евросеть» приобрела компанию «Техмаркет» (157 торговых точек).

Другой тенденцией рынка сотовых телефонов в России является замедление темпов роста рынка, что обусловлено, во-первых, насыщением рынка сотовой связи, а во-вторых, последствиями таможенного кризиса в августе 2005 года.

По данным аналитической компании AC&M Consulting, число пользователей сотовой связи в России на начало апреля достигло 132 млн., увеличившись на 2.1 млн. с февраля 2006 года и на 46.5 млн. с марта 2005 года.

В 2005г. объем рынка —
USD 5.5 млрд. руб.,
рост — 11.7%

Темпы роста в натуральном
выражении замедлились, но
остаются значительными

Розничная торговля:
продолжение роста лидеров

Таблица 3. Три крупнейших оператора сотовой связи в России

Оператор	Всего абонентов на 30.04.2006	Прирост за 12 месяцев, %	Всего абонентов в Москве и МО на 30.04.2006
МТС	46 350 000	45	10 320 000
Вымпелком	45 347 291	48	9 587 795
МегаФон	24 812 706	53	3 983 234

Источник: J'son & Partners

Показатель проникновения сотовой связи вырос до 91% (рост 1% по сравнению с февралем 2006 года и 32% — с мартом 2005 года). На 31 марта 2006 года в Москве и Петербурге на 100 жителей приходилось по 139 и 122 SIM-карте, соответственно.

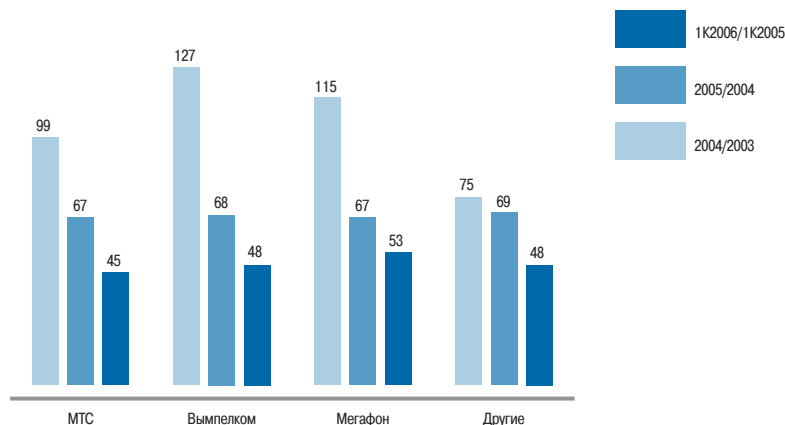
Таблица 4. Число мобильных абонентов (sim-карт) в России

	1K2006
Пользователей сотовой связи в России	132 075 000
Уровень проникновения в России*	91.0%
Пользователей сотовой связи в Москве	23 663 557
Уровень проникновения в Москве*	139.3%
Пользователей сотовой связи в С.-Петербурге	7 745 075
Уровень проникновения в С.-Петербурге*	122.2%
Пользователей сотовой связи в регионах	100 666 368
Уровень проникновения в регионах*	82.6%

* Проникновение рассчитано на основании данных Госкомстата о населении
 Источник: оценка ACM-Consulting

Согласно прогнозу ACM-Consulting, под влиянием сезонных факторов в ближайшие месяцы темпы роста абонентской базы могут несколько ускориться. При ожидаемом ежемесячном приросте около 3 млн. абонентов уже в августе 2006г. формальное проникновение сотовой связи превысит 100%. Таким образом дальнейший потенциал роста абонентской базы будет сильно ограничен.

Диаграмма 5. Темпы прироста абонентской базы, %



Источник: J'son & Partners

Августовский таможенный кризис 2005г., в результате которого значительно сократились каналы импорта «серых» сотовых телефонов, послужил толчком к изменению условий работы основных операторов рынка. Во второй половине 2005г. практически все крупные ритейлеры стали самостоятельно осуществлять ввоз оборудования, отказавшись от услуг посредников. ГК DIXIS, первой на рынке сотовой связи, перешла к подобной практике и стала участником внешнеэкономической деятельности. Ввоз товара без посредников значительно ускоряет процесс поставки,

Рынок сотовой связи близок к насыщению

Таможенный кризис 2005г.:

с 2005г. операторы мобильной розницы осуществляют прямой ввоз оборудования

а также дает гарантию получения качественного и оформленного с соблюдением требований налогового и таможенного законодательства РФ оборудования.

Другим следствием кризиса стал повсеместный рост цен на телефоны — в среднем на 20%. Однако увеличение средней стоимости телефона в 2005 году было вызвано не только уменьшением поставок «серых» телефонов, но и некоторыми другими факторами, в частности, ростом рынка реплейсмента. При покупке нового телефона взамен старого, как правило, выбираются более функциональные и, соответственно, более дорогие модели. Сказывается также рост доходов и покупательной способности населения. По мнению экспертов, тенденция увеличения средней цены сохранится и в 2006 году. По данным J'son & Partners, в первом квартале 2006г. доля продаж моделей стоимостью более USD 350 выросла с 5% до 13%, а бюджетных моделей — до USD 80 — снизилась с 22% до 17%. При этом если раньше основной прирост цен происходил в Москве и Санкт-Петербурге, то сейчас данная тенденция стала характерна и для регионов.

В 2005 году наиболее значимыми, с точки зрения объемов продаж, для сотовых ритейлеров оставались Московский и Санкт-Петербургский регионы, на долю которых пришлось порядка 22% всех продаж сотовых телефонов. Однако аналитики J'son & Partners ожидают продолжения снижения доли столичных регионов в общем объеме продаж. Основными регионами, где ожидается прирост продаж сотовых телефонов, по оценке J&P, будут Сибирский, Дальневосточный и Южный ФО.

Вследствие снижения рентабельности бизнеса по продаже сотовых телефонов, вызванного ростом конкуренции и замедлением темпов роста рынка, в 2005 году получила дальнейшее развитие тенденция диверсификации ассортимента крупнейших сотовых ритейлеров.

ГК DIXIS, помимо сотовых телефонов, аксессуаров, постоянно расширяет ассортимент портативной цифровой техники. В 2006 году в продаже появились ноутбуки, DVD-плееры и видеокамеры, увеличилось количество предоставляемых услуг: ксерокопирование и мобильный моддинг (нанесение рисунка на корпус устройства), прием коммунальных платежей (в московских магазинах). С 2004г. крупнейшие сотовые ритейлеры, такие как «Евросеть», «Связной», DIXIS, стали активно осваивать торговлю контентом. Сегодня сотовые ритейлеры подключают абонентов к Интернет, Стрим-ТВ, НТВ+.

В результате диверсификации структура доходов крупнейших розничных сетей претерпела существенные изменения. Например, в структуре валовой прибыли за 2005 год розничной сети ГК DIXIS на сотовые телефоны приходится около 53.37%, на цифровую технику — 4.87%, карты оплаты 7.43%, комиссии за подключение и прием платежей 29% и аксессуары 4.92%.

К одному из наиболее перспективных направлений мобильной розницы можно отнести бизнес виртуальных операторов сотовой связи — MVNO (Mobile Virtual Network Operator). Тарифные планы «реальных» сотовых операторов пока не охватывают все потребности пользователей услуг сотовой связи, например, они очень слабо ориентированы на активных пользователей услуг передачи данных и доступа в интернет. За счет занятия подобных ниш этот бизнес может быть жизнеспособен и эффективен, о чем свидетельствует и опыт других стран. Однако в России для бизнеса MVNO существуют серьезные трудности. «Реальные» сотовые операторы не хотят делиться трафиком, да и российская законодательная база не вполне готова. Поэтому и анонсированные ранее проекты, например «Евросетью», пока находятся в стадии проработки.

Рост рынка в денежном выражении за счет продажи более дорогих моделей

Москва и С.-Петербург — важные рынки сбыта,

дальнейший рост за счет экспансии в регионы

2005-2006гг. — диверсификация выручки операторов мобильного ритейла

Миссия и стратегия развития

Миссия ГК DIXIS состоит в том, чтобы помочь людям в их стремлении шагнуть в мир безграничных возможностей мобильной связи, которая объединяет и делает их свободными во времени и пространстве.

Стратегия Группы компаний DIXIS на 2006-2010гг. направлена на расширение розничной сети Группы, дальнейшее развитие программы франчайзинга и других перспективных направлений, в результате чего Группа сможет увеличить масштабы своей деятельности и долю рынка до 15%, а также повысить устойчивость бизнеса.

Стратегия ГК DIXIS на 2006-2010гг. будет реализована в три этапа:

Этап 1 — Реинжиниринг и бурный рост (2006 — первая половина 2007гг.)

Задачами этапа являются:

- максимальное расширение сети магазинов ГК DIXIS, как за счет открытия новых магазинов, так и за счет покупки салонов региональных розничных сетей;
- осуществление программ по подготовке и переподготовке персонала, создание и внедрение эффективной системы мотивации, увеличение проактивности персонала магазинов;
- гармонизация предложения товаров и услуг, как по регионам деятельности Группы, так и между собственными и франчайзинговыми магазинами;
- определение стратегических партнеров Группы среди банков, страховых и транспортных компаний, запуск эксклюзивных сервисов и продуктов в сотрудничестве со стратегическими партнерами;
- приведение структуры управления и процессов в соответствие задачам этапа.

Результатами данного этапа должно стать увеличение общего числа магазинов (собственных и франчайзинговых) до 1800-2000 штук, и оборота до USD 1.0-1.3 млрд.

Этап 2 — Повышение эффективности и умеренный рост (вторая половина 2007-2008гг.)

Задачами этапа являются:

- умеренное увеличение количества магазинов;
- перенос акцента в развитии Группы с увеличения количества магазинов на повышение эффективности их работы, введение жесткого нормирования показателей;
- полное завершение процесса гармонизации предложения, введение централизованного управления категориями и ценами во всех магазинах;
- запуск пилотных сервисных проектов с операторами связи и банками;
- запуск private label продуктов и услуг;
- проведение IPO.

Результатами этапа должно стать увеличение количества магазинов до 2300-2800, рост оборота до USD 1.3-1.7 млрд. и достижение уровня рентабельности EBITDA в 10% и выше.

ГК DIXIS: реалистичная
стратегия развития

Этап 3 — Повышение устойчивости бизнеса (2008-2010гг).

Задачами этапа являются:

- дальнейшее увеличение количества магазинов при сохранении акцента на эффективности параметров их работы;
- предложение новых услуг и увеличение доли услуг в выручке компании до 30%;
- реализация новых бизнес-моделей, таких как:
 - виртуальный мобильный оператор (MVNO);
 - оператор мобильного телевидения;
 - розничный банк \ универсальная сеть оплаты услуг;
 - кастомизация цифровых устройств.

Результатами этапа должно стать увеличение количества магазинов до 2800-3200, рост оборота до USD 1.8-2.5 млрд., поддержание рентабельности EBITDA на уровне 10%.

На протяжении реализации стратегии ключевыми аспектами в развитии компании будут:

- персонал, его тщательный подбор и профессиональная подготовка;
- четкое соответствие структуры, процессов и мотивации задачам этапа;
- быстрый сбор и обработка информации для принятия решений на любых уровнях;
- поддержание гибкости бизнес-модели;
- прозрачность финансового планирования и отчетности;
- целостность бренда.

Реализация стратегии позволит компании прогнозируемо развиваться в качестве самостоятельного рыночного игрока, и в то же время быть готовой к любым изменениям на рынке.

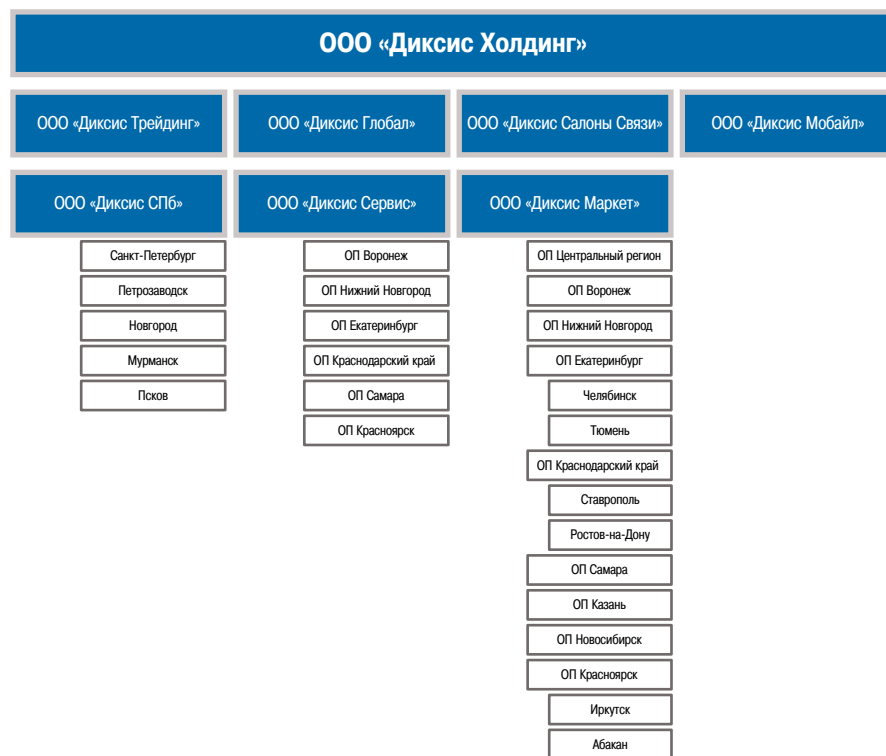
К основным факторам, определяющим успешность реализации стратегии относятся:

- своевременная и полная реализация бизнес-планов по открытию торговых точек — магазинов цифровой техники;
- увеличение объемов товарооборота с целью получения дополнительного дохода в форме бонусов от производителей;
- оптимизация издержек с целью повышения рентабельности бизнеса.

Структура собственности и корпоративное управление

Корпоративная структура ГК DIXIS представляет собой холдинг. В состав холдинга входят ОАО «Диксис Холдинг» (управляющая компания) и семь операционных компаний. Доля ОАО «Диксис Холдинг» в уставных капиталах всех операционных компаний составляет 100%.

Диаграмма 6. Корпоративная структура ГК DIXIS



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Таблица 5. Высшее руководство ГК DIXIS

ФИО	Должность	Возраст	Образование	Стаж работы в ГК DIXIS
Шлыков Андрей Юрьевич	Генеральный директор ГК DIXIS	43	МВТУ им. Баумана. Специальность: Инженер-электрик	10 лет
Чуйкин Алексей Анатольевич	Заместитель генерального директора ГК DIXIS	38	Московский Государственный Технологический Университет «Станкин» Специальность: инженер-системотехник	3 мес.
Дорогов Михаил Георгиевич	Генеральный директор ООО «Диксис Трейдинг»	47	Московский Технологический институт пищевой промышленности. Специальность: инженер-механик	7 лет

Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Корпоративная структура
ГК DIXIS — холдинг,
консолидирующий 7
операционных компаний

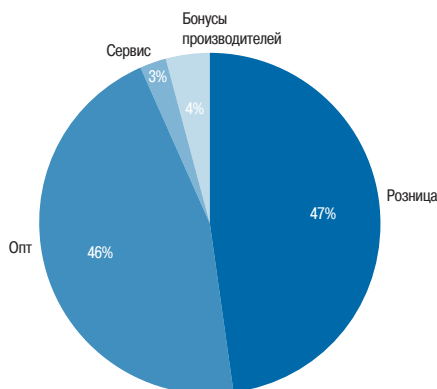
Профессиональная команда
менеджеров

Операционная деятельность

Основная деятельность компаний ГК DIXIS представлена следующими направлениями:

- Розничная реализация сотовых телефонов и аксессуаров, цифровой техники, карт экспресс оплаты, контрактов на подключение, продажа комплектов оборудования для подключения к сети Internet, осуществление сопутствующих услуг: прием платежей, продажа дополнительных гарантий на сервисное обслуживание.
- Оптовая реализация сотовых телефонов и аксессуаров, в т.ч. франчайзи Группы.
- Оказание сервисных услуг по гарантийному и после гарантийному обслуживанию сотовых телефонов в собственных сервисных центрах, авторизованных компаниями производителями.

Диаграмма 7. Структура выручки по направлениям бизнеса ГК DIXIS, 2005г.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

География деятельности ГК DIXIS охватывает все федеральные округа России. Филиалы Группы открыты в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Воронеже, Нижнем Новгороде, Самаре, Казани, Краснодаре, Красноярске и Новосибирске.

Операционную деятельность Группы компаний DIXIS осуществляют 7 операционных компаний.

Таблица 6. Функциональная структура операционных компаний

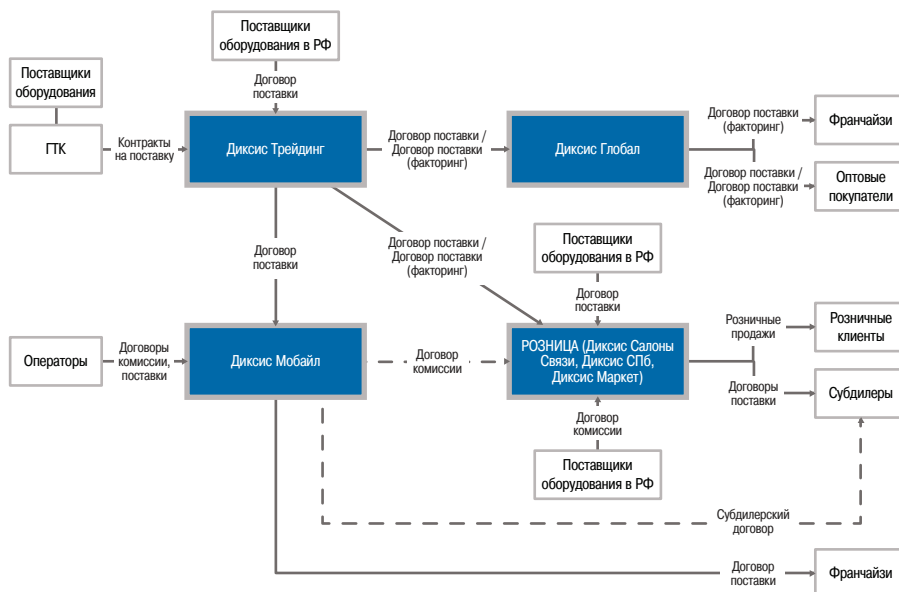
Наименование компании	Вид деятельности
ООО «Диксис Трейдинг»	Закупка, в том числе импорт, оборудования (сотовых телефонов, аксессуаров, цифровой техники, запасные части и комплектующие для ремонта), реализация оборудования компаниям, входящим в группу (розничным сетям и сервисным центрам), оптовая торговля оборудованием.
ООО «Диксис Глобал»	Оптовая продажа мобильных телефонов и аксессуаров российским дистрибуторам, розничным сетям, франчайзи – контрагентам, работающим с ГК DIXIS по договору коммерческой концессии.
ООО «Диксис Салоны Связи»	Розничная торговая сеть в Москве, занимающаяся реализацией мобильных телефонов, аксессуаров, цифровой техники, карт экспресс оплаты, контрактов на подключение, продажей комплектов оборудования для подключения к сети Internet, осуществление сопутствующих услуг: прием платежей, продаж дополнительных гарантий на сервисное обслуживание и т.п.
ООО «Диксис СПб»	Розничная торговая сеть в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, осуществляющая деятельность аналогичную ООО «Диксис Салоны Связи».
ООО «Диксис Маркет»	Региональная розничная сеть по продаже мобильных телефонов, аксессуаров, цифровой техники и т.п. в ряде регионов РФ (Московской области, Краснодаре, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Воронеже, Самаре, Казани, Новосибирске, Красноярске и иных региональных центрах), региональные подразделения которой не являются филиалами, однако ведут самостоятельную деятельность и рассматриваются как центры финансовой ответственности (ЦФО).
ООО «Диксис Мобайл»	Работа с операторами мобильной связи, реализация КЭО и контрактов оптом (через субдилеров и через розничные сети ГК DIXIS), реализация оптом сотового оборудования и аксессуаров франчайзи по договору коммерческой концессии.
ООО «Диксис Сервис»	Сервисное обслуживание и ремонт мобильных телефонов

Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Диверсифицированная
структура выручки

В структуре выручки: 47%
розничная торговля сотовыми
телефонами

Диаграмма 8. Схема товарных потоков ГК DIXIS



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Характерными чертами деятельности ГК DIXIS являются:

- продажа только сертифицированного оборудования;
- большое количество авторизаций у производителей;
- диверсифицированность бизнеса Группы как по направлениям, так и по номенклатуре реализуемой товаров.

DIXIS является официальным дистрибутором всех ведущих производителей сотовых телефонов. Крупнейшие поставщики Группы компании NOKIA, Sony Ericsson, Samsung, Motorola, BenQ-Siemens.

Таблица 7. Крупнейшие поставщики сотовых телефонов ГК DIXIS, 2004-2005гг.

Полное фирменное наименование	Место нахождения	Доля в общем объеме поставок, %	
		2004г.	2005г.
NOKIA CORPORATION	Keilalahdentie 4, FIN-02150 Espoo, Finland	13.8	27.07
Sony Ericsson Mobile Communication AB	Nya Vattentornet SE-221 88 Lund Sweden	26.7	24.05
Samsung Electronics Overseas B.V.	Olaf Palmeestraat 10, 2616 LR Delft, The Netherlands	18.2	18.71
Motorola GmbH	Heinrich-hertz Strasse 1, 65232 Taunusstein, Germany	18.1	13.46
Siemens AG	Haidenauplatz 1, D-81667 Munchen, Germany	15.9	11.50

Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Конкурентные преимущества ГК DIXIS:

- наличие четкой цели и стратегии развития;
- наличие единых стандартов и принципов управления, процессный подход к совершенствованию системы управления;
- прочные и долговременные отношения с производителями;
- наибольшее число авторизаций у производителей;

Прозрачная схема денежных потоков

ГК DIXIS – официальный дистрибутор всех ведущих производителей

Очевидные конкурентные преимущества

- снижение рисков и синергетический эффект, достигаемый за счет диверсификации бизнеса
- низкие издержки, экономия на объеме;
- узнаваемость бренда;
- четкое позиционирование магазинов, собственный фирменный стиль, единая система подготовки и обучения продавцов, централизованный мерчендайзинг;
- высокая культура обслуживания покупателей;
- широкий ассортимент;
- крупнейшая сеть сервисных центров в России;
- внедрена системы менеджмента качества бизнес-направления сервиса, пройдена сертификация по стандарту ISO 9001:2000;
- повышение прозрачности бизнеса — Группа намерена провести международный аудит отчетности;
- быстро развивающееся направление франчайзинга;
- высокопрофессиональный и преданный компании кадровый состав.

Собственная розничная сеть

Развитие собственной розничной сети является ключевым направлением деятельности ГК DIXIS. По состоянию на 01.06.06г. Группа компаний DIXIS имеет на территории РФ 559 собственных магазинов. К концу 2006г. количество собственных торговых точек достигнет 980.

Наибольшее число магазинов расположено в Северо-Западном федеральном округе, Московском регионе (Москва и Московская область) и в Южном федеральном округе. Стоит отметить, что магазины DIXIS присутствуют во всех федеральных округах. Большая часть торговых точек расположена в Европейской части России, но Группа активно наращивает свое присутствие за Уралом: так на текущий момент ГК DIXIS располагает 54 магазинами в Свердловской области, 47 в Красноярском крае, Иркутске, Кемерово, Барнауле и в других регионах УФО и СФО.

Диаграмма 9. Географическая сегментация сети магазинов ГК DIXIS, 01.06.2006г.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

До 2004 года ассортимент магазинов торговой сети ГК DIXIS практически полностью состоял из сотовых телефонов и аксессуаров для них. В 2004 году, после завершения ребрендинга и формирования новой ассортиментной политики, салоны связи DIXIS стали «магазинами цифровой техники». В результате нового позиционирования ассортимент был значительно расширен за счет портативной цифровой техники и других высокотехнологичных устройств. В 2005 году помимо mp3-плееров, цифровых фотоаппаратов, КПК, диктофонов, в продаже появились ноутбуки и игровые приставки. В начале 2006 года в ассортимент магазинов были добавлены портативные DVD-плееры и цифровые видеокамеры.

Диаграмма 10. Структура прибыли от реализации ГК DIXIS, 2005г.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Развитие собственной розничной сети — стратегический приоритет Группы

На 01.06.06: 559 собственных магазинов

Планируемое количество на 31.12.06 — 980 собственных магазинов

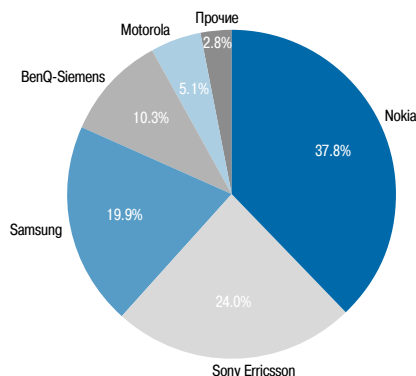
Географическая диверсификация торговой сети — важное преимущество

Диверсифицированные источники чистой прибыли

В настоящий момент средняя площадь магазинов Группы составляет порядка 35-40 м². Однако увеличение номенклатуры продаваемых товаров приводит к постепенному изменению формата магазинов — все большее предпочтение отдается торговым площадям в 80-150 м², расположенных в торговых центрах. Подобная торговая площадь позволяет эффективно представить весь ассортимент и создать максимальный комфорт для покупателя при его выборе. При этом Группа располагает магазинами различного формата: от небольших торговых точек и специализированных luxury магазинов до крупных магазинов цифровой техники, представляющих полный ассортимент продукции.

ГК DIXIS является официальным дистрибутором всех ведущих производителей сотовых телефонов: Nokia, Sony Ericsson, BenQ-Siemens, Motorola, TCL, Samsung, LG, Philips, Panasonic, Pantech, Sagem, Sharp, Hyundai, Fly. По итогам 1-го квартала 2006 года розничные продажи в компании распределяются следующим образом: Nokia занимает 30.8% в общем объеме продаж, за ней следует Sony Ericsson — 24.0%, немного отстает от него Samsung — на продукцию этого производителя приходится 19.9%, BenQ-Siemens и Motorola занимают 10.3% и 5.1% соответственно. Остальные 2.8% поделили между собой прочие производители.

Диаграмма 11. Структура продаж сотовых телефонов ГК DIXIS по производителям, 1К2006г., %



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

В магазинах DIXIS представлены сотовые телефоны всех ценовых категорий. При этом средняя цена продажи одного телефона выше, чем среднее значение по рынку на 12%-18%. В 2005г. произошло смещение спроса в сторону более дорогих моделей. Так доля аппаратов стоимостью до USD 200 за 2005г. в обороте компании уменьшилась на 8%, которые распределились следующим образом: на 5% возросла доля аппаратов в ценовой категории USD 200-400 и на 3% — свыше USD 400. Данная тенденция обусловлена прежде всего увеличением спроса потребителей на более сложные и многофункциональные модели телефонов, ростом рынка реплейсмента, характеризующегося более высокими ценами последующих покупок. Увеличение доходов населения также положительно сказывается на структуре продаж. Группа планирует и в дальнейшем делать ставку на высокотехнологичные модели с более высокой среднерыночной ценой, не уменьшая при этом оборот по бюджетным терминалам.

Средняя торговая площадь
одного магазина — 35-40 м²

ГК DIXIS — официальный
дистрибутор:

- Nokia;
- Sony Ericsson;
- BenQ-Siemens;
- Motorola;
- TCL;
- Samsung;
- LG;
- Philips;
- Panasonic;
- Pantech;
- Sagem;
- Sharp;
- Hyundai;
- Fly

Ассортимент ориентирован на
все ценовые сегменты



Франчайзинг

Группа компаний DIXIS развивает программу франчайзинга с 2002 года. В настоящий момент в составе франчайзинговой сети DIXIS насчитывается 346 магазинов и более 70 партнеров в более чем 140 городах России. До конца 2006 года планируется расширение франчайзинговой сети до 600 магазинов.

Ключевым фактором, определяющим успешное развитие франчайзингового направления бизнеса ГК DIXIS, стал солидный опыт Группы в построении и управлении собственной розничной сетью, который позволяет предоставлять партнерам современные технологии работы, гарантирующие эффективное и динамичное развитие бизнеса.

На условиях франчайзинга ГК DIXIS предоставляет своим партнерам возможность:

- открывать магазины под торговой маркой «DIXIS» на территории региона партнера;
- получать оборудование (телефоны и аксессуары к ним, цифровую технику) по конкурентоспособным ценам, обеспечивая при этом «ценовую защиту» поставляемого оборудования;
- использовать разработанные и проверенные технологии в организации и ведении бизнеса в сфере сотовой связи и цифровой техники;
- использовать льготные тарифы, доступные DIXIS, в организации банковского и страхового обслуживания;
- реализации услуг федеральных операторов сотовой связи, работающих в регионе, путем заключения субдилерских договоров с Группой;
- участия в различных маркетинговых и рекламных акциях, проводимых Группой и компаниями-производителями, с компенсацией части затрат.

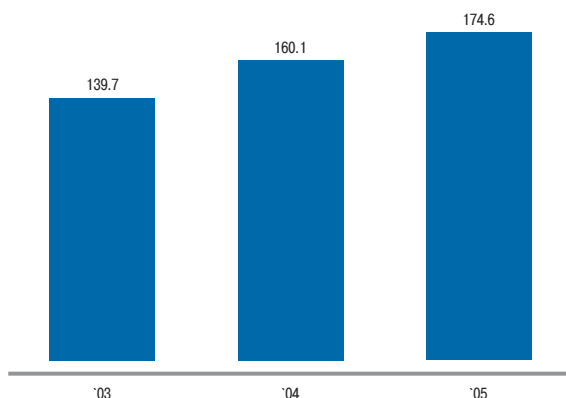
ГК DIXIS поддерживает такое соотношение между собственным розничным и франчайзинговым направлением, которое обеспечивает максимально высокие темпы развития сети и продвижения бренда «DIXIS» в регионах при минимальных временных и инвестиционных затратах и высокой стабильности бизнеса. Поддержание стабильности является проблемой для чисто франчайзинговых сетей, поскольку у них очень высок риск моментальной потери сети, в случае если франчайзи решит сменить партнера или выйти из бизнеса. И этот риск будет только повышаться с приближением момента окончательной консолидации рынка. ГК DIXIS параллельно развивает оба направления бизнеса, делая ставку на собственные магазины. Комбинированная схема развития сети позволяет, в случае необходимости, выкупить у партнера его бизнес. Выстраивая отношения с франчайзи, DIXIS определяет условия, на которых они могут выйти из программы франчайзинга «без потерь». И одним из возможных вариантов «выхода» является выкуп бизнеса владельцем торговой марки. На текущий момент реализованы проекты по покупке крупных франчайзи в Красноярске, Ярославле, Твери, Усть-Илимске, Самаре. На базе трех франчайзинговых салонов в Самаре ГК построила крупное розничное подразделение, насчитывающее 26 магазинов сотовой связи. Опыт ГК DIXIS по удачному приобретению франчайзи насчитывает уже более трех лет. Первыми были партнеры в Екатеринбурге, Воронеже и Краснодаре. Удачное приобретение позволило компании значительно расширить свое присутствие в этих регионах. В общей сложности обособленное подразделение в Екатеринбурге насчитывает 54 магазина, в том числе, в Тюмени, Челябинске, Пермской и Свердловской областях. Красноярский филиал за два года увеличил количество магазинов в 10 раз. Сегодня магазины Группы открыты по всему Черноморскому побережью и Краснодарскому краю.

Франчайзинг – важное
направление деятельности
ГК DIXIS

Оптовые продажи

Оптовое направление деятельности существует в Группе с момента ее основания. Начиная с 1996 года, ГК DIXIS планомерно увеличивала свой «портфель» дистрибуторских соглашений с компаниями-производителями сотовых телефонов и аксессуаров. На сегодняшний день Группа занимается оптовыми поставками сотовых телефонов и аксессуаров от компаний-производителей для клиентов по всей территории России. В 2005г. выручка от оптовой реализации товаров составила USD 174.6 млн.

Диаграмма 12. Выручка от оптовой реализации ГК DIXIS, 2003-2005гг., USD млн.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Компания DIXIS имеет дистрибуторские договора с компаниями Nokia, Sony Ericsson, Samsung, BenQ-Siemens, TCL (бренды Alcatel и Skyvox), Sagem, Motorola, Panasonic, Philips, LG, Sharp, Skylink, Pantech, Hyundai, MTC, Fly и ORA Electronics.

Оптовое направление деятельности ГК DIXIS характеризуется следующими аспектами:

- продажа только сертифицированного оборудования;
- всегда полный ассортимент сотовых телефонов и аксессуаров;
- гибкая система товарного кредита;
- единый прайс-лист по России;
- развитая региональная сеть складов;
- бесплатная доставка по России;
- сервисная поддержка.

Постоянными клиентами ГК DIXIS являются крупнейшие российские компании-операторы сотовой связи — МТС, Вымпелком, региональные компании операторы, а также розничные сети по продаже сотового оборудования.

Для сокращения времени доставки оборудования, Группа использует региональные центры как опорные точки для отправки грузов оптовым клиентам по различным направлениям. Сегодня клиенты ГК DIXIS имеют возможность заказать поставку оборудования в любую точку России. Работая с транспортными компаниями по корпоративным тарифам, ГК DIXIS существенно экономит на объеме транспортных издержек.

Для крупных клиентов введена система предварительных заказов ассортимента непосредственно у компаний-производителей. Компании, представившие свои

Оптовые продажи — третий
ключевой аспект бизнеса
ГК DIXIS

планы по закупкам на месяц и квартал обладают правом преимущества при распределении поставок оборудования. В целях увеличения объемов продаж аксессуаров к сотовым телефонам и цифровой техники в компании создана группа брэнд-менеджеров, которые, с одной стороны, помогают региональным и оптовым подразделениям корректно планировать ассортимент, а с другой, осуществляют взаимодействие с поставщиками, с том числе и в сфере маркетингового продвижения данного направления.

В настоящее время оптовые подразделения Группы открыты в Санкт-Петербурге, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Воронеже, Краснодаре, Ставрополе, Казани, Новосибирске, Красноярске. В ближайшее время оптовые отделы начнут работу в Самаре, Иркутске и Ростове. В дальнейшем количество представительств будет только увеличиваться.



Ремонт сотовых телефонов

Сервисная компания «DIXIS Сервис», входящая в Группу компаний DIXIS, располагает двумя уникальными для российского рынка сервисными центрами по ремонту телефонов в Москве и Санкт-Петербурге, а также 10-ю региональными. Производительность центров – свыше 50 тысяч ремонтируемых телефонов в месяц. С 2002 года развивается франчайзинговый проект открытия сервис-центров. В рамках этого проекта открыты сервисные центры в Брянске, Красноярске, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Великом Новгороде, Челябинске, Ульяновске, Твери – всего более чем в 40 городах. Сервисные центры DIXIS имеют прямую авторизацию от крупнейших компаний Nokia, Sony Ericsson, Samsung, Sagem, Sharp и LG.

Конкурентные преимущества DIXIS на рынке сервисных услуг по ремонту и послегарантийному обслуживанию сотовых телефонов:

- отсутствует необходимость строить отдельные пункты приема неисправных телефонов – для этой цели используются магазины Группы;
- отсутствует необходимость в значительных затратах на маркетинг, поскольку сервисные центры работают под узнаваемым брендом «DIXIS».

В 2005г. выручка «DIXIS Сервис» составила USD 9.7 млн. Большую часть в выручке сервис-центров составляют гарантийные ремонты (более 60%), доход от продажи запасных частей (около 20%), а также платные ремонты (10%) и прочие услуги и возмещения от производителей.

Сервисное обслуживание
покупателей – важное
конкурентное преимущество



Финансовое положение

Компании Группы DIXIS готовят отчетность согласно российским стандартам бухгалтерской отчетности (РСБУ). Аудитором ГК DIXIS является компания ЗАО «АКГ МББ-Аудит». С 2006г. Группа планирует осуществлять подготовку финансовой отчетности по международным стандартам (МСФО). Кроме того, ГК DIXIS готовит сводную управленческую отчетность, которая в полной мере отражает финансовое положение и результаты деятельности Группы.

Данные финансовой отчетности ГК DIXIS свидетельствует о достаточно высоких темпах развития бизнеса Группы. В 2005г. выручка ГК DIXIS от продажи товаров и услуг составила USD 383.6 млн., увеличившись по сравнению с 2003г. почти в 2 раза. К концу 2006г. благодаря значительному расширению сети магазинов — ГК DIXIS будет располагать 1600 торговыми точками — Группа прогнозирует рост выручки до USD 624.5 млн.

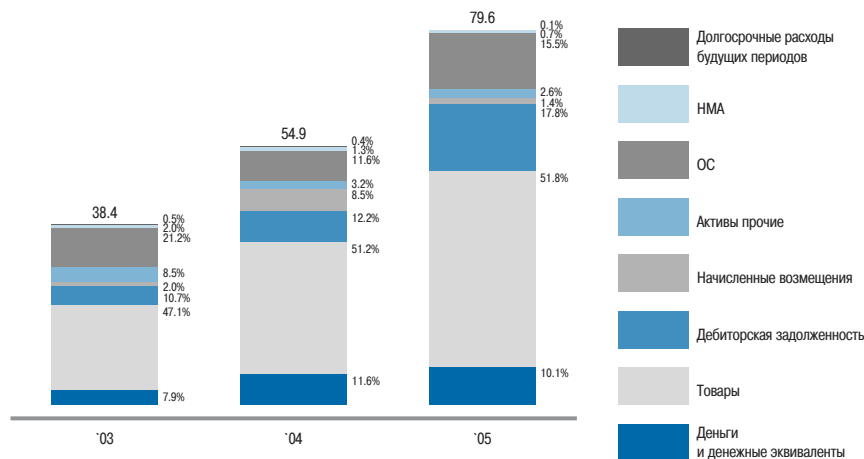
Таблица 8. Основные финансовые показатели ГК DIXIS 2003-2005гг., USD млн.

	2003	2004	2005
Активы	38.4	54.9	79.6
Собственные средства	3.6	5.4	10.7
Долг	12.1	21.6	30.8
долгосрочный	0.0	0.0	0.0
краткосрочный	12.1	21.6	30.8
Выручка	202.5	313.6	383.6
EBITDA	11.9	12.5	14.3
Чистая прибыль	0.6	1.9	5.4
Долг/EBITDA	1.02	1.73	2.15
Долг/Активы	0.32	0.39	0.39
Долг/Собств. средства	3.41	3.97	2.88
Долг/Выручка	0.06	0.07	0.08
Рентабельность EBITDA	5.89%	3.97%	3.73%
Чистая рентабельность	0.31%	0.60%	1.40%

Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Объем чистой прибыли в 2005г. достиг USD 5.4 млн., и превысил уровень 2003г. более чем в 8 раз. Чистая рентабельность в 2005г. составила 1.4%.

Диаграмма 13. Структура активов ГК DIXIS, 2003-2005гг.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

С 2007г. ГК DIXIS планирует готовить отчетность по МСФО

В 2005г.:

- рост выручки в 2 раза;
- рост прибыли в 8 раз

Основные показатели 2005г.:

- Выручка — USD 383.6 млн.
- EBITDA — USD 14.3 млн.
- Активы — USD 79.6 млн.
- С.Средства — USD 10.7 млн.
- Долг — USD 30.8 млн.

Активы ГК DIXIS на 01.01.2006г. увеличились в 1.5 раза к уровню 2004г. — до USD 80 млн. В структуре активов наибольшую долю занимают товары (в 2005г. — 52.2%) и дебиторская задолженность (18%), что отражает специфику деятельности Группы — оптовая и розничная продажа оборудования и аксессуаров для сотовой связи, цифровой техники требует постоянного поддержания значительных товарных запасов для обеспечения бесперебойных поставок товаров в магазины розничной сети и оптовым покупателям. ГК DIXIS уделяет большое внимание улучшению логистики, благодаря чему товарные запасы Группы имеют оборачиваемость в среднем 23-25 дней, и складские помещения используются максимально эффективно.

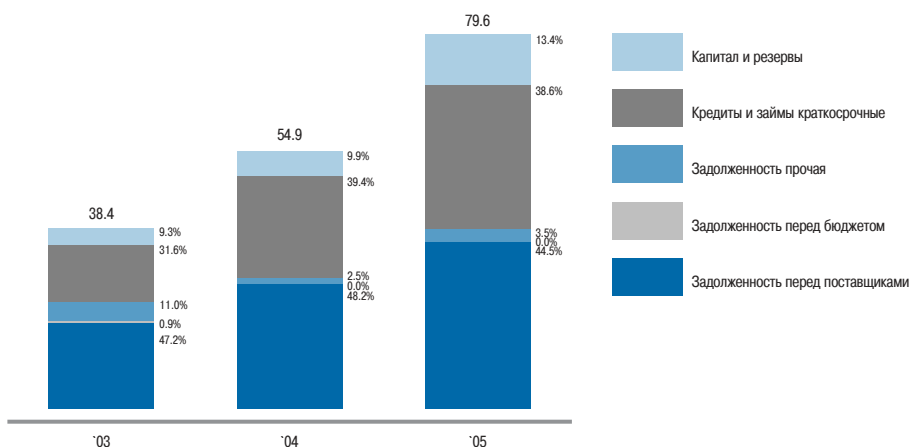
Третьей по величине статьей активов являются основные средства — USD 11.8 млн. в 2005г., которые представлены различным оборудованием, необходимым для осуществления операционной деятельности компаниями Группы DIXIS. Как и у большинства других ритейлеров торговые площади магазинов Группы находятся в аренде, что обеспечивает гибкость управления и позволяет избежать значительных затрат на приобретение (строительство) собственных площадей.

В структуре пассивов наиболее велика доля кредиторской задолженности — около 44% в 2005г., что является следствием значительных оборотов компании. Оборачиваемость кредиторской задолженности составляет в среднем 32 дня, что значительно больше оборачиваемости дебиторской задолженности (в среднем 10 дней).

В 2005 году все поставщики улучшили условия предоставления товарного кредита. Сроки кредитования увеличились до 45 дней (по некоторым поставщикам до 60 дней). Также были значительно увеличены кредитные лимиты.

Второй крупнейшей статьей являются краткосрочные кредиты и займы — в 2005г. данная статья увеличилась до USD 30.7 млн. Кредиторами Группы являются Сбербанк, Финансбанк, МДМ-банк, Мастер-банк, Альфа-банк, Славинвестбанк, РОСБАНК и другие крупные кредитные организации. ГК DIXIS имеет безупречную кредитную историю и успешно использует заемные ресурсы в сочетании с собственными для финансирования развития своего бизнеса.

Диаграмма 14. Структура пассивов ГК DIXIS, 2003-2005гг.



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

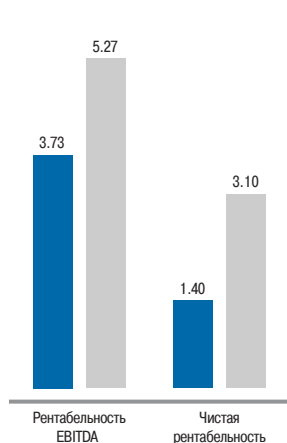
Для повышения устойчивости и поддержания сбалансированной структуры пассивов ГК DIXIS за последние 3 года значительно увеличила собственный капитал. Собственные средства достигли в 2005г. USD 10.7 млн., превысив показатель 2004г. более чем в 2 раза.

Структура капитала
традиционная для ритейлеров

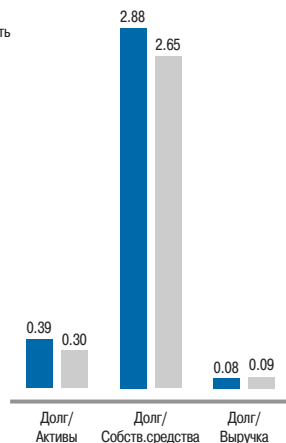
ГК DIXIS имеет следующие консолидированные показатели долговой нагрузки за 2005 год: Долг/Собственные средства — $\times 2.88$, Долг/Выручка — $\times 0.08$, Долг/Активы — $\times 0.39$. Данные показатели свидетельствуют о способности Группы к дальнейшим заимствованиям без снижения финансовой устойчивости.

Диаграмма 15. Сравнение ГК DIXIS с лидером рынка — компанией «Евросеть» на 01.01.2006г.

а) показатели рентабельности, %



б) показатели долговой нагрузки, $\times$



Источник: данные компании, ОАО АКБ «РОСБАНК»

Приемлемые показатели
долговой нагрузки

Приложение

Таблица 9. Баланс ООО «Диксис Трейдинг», 2003-2005гг., тыс. руб.

АКТИВ	2003	2004	2005
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	65	49	40
Основные средства	4 016	9 776	11 333
Незавершенное строительство	-	-	50
Отложенные налоговые активы	-	54	34
ИТОГО по разделу I	4 081	9 879	11 457
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы, в т.ч.	39 279	526 625	753 655
готовая продукция и товары для перепродажи	37 736	525 004	743 533
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	5 979	57 885	245 240
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты), в т.ч.	91 082	237 685	1 416 793
покупатели и заказчики	90 087	215 427	934 909
Краткосрочные финансовые вложения	8 003	2 811	22 363
Денежные средства	5 232	474	1 483
ИТОГО по разделу II	149 575	825 480	2 448 866
БАЛАНС	153 656	835 359	2 460 323
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	8	8	8
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	665	1 143	2 698
ИТОГО по разделу III	673	1 151	2 706
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	-	-	-
Отложенные налоговые обязательства	-	17	35
ИТОГО по разделу IV	-	17	35
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	133 561	348 489	729 968
Кредиторская задолженность, в т.ч.	19 422	485 702	1 587 764
поставщики и подрядчики	18 952	481 551	973 018
прочие кредиторы	78	3 631	585 560
ИТОГО по разделу V	152 983	834 191	2 457 582
БАЛАНС	153 656	835 359	2 460 323

Таблица 10. Отчет о прибылях и убытках ООО «Диксис Трейдинг», 2003-2005гг., тыс. руб.

	2003	2004	2005
I. 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)	1 221 409	2 620 011	3 341 423
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	(1 177 468)	(2 502 300)	(3 272 411)
Валовая прибыль	43 941	117 711	69 012
Коммерческие расходы	(29 720)	(50 432)	(60 774)
Прибыль (убыток) от продаж	14 221	67 279	8 238
II. Операционные доходы и расходы			
Проценты к получению	-	16	7 154
Проценты к уплате	(10 061)	(36 473)	(40 546)
Доходы от участия в других организациях	-	-	-
Прочие операционные доходы	-	837	4 241
Прочие операционные расходы	(1 793)	(34 951)	(32 057)
III. Внеоперационные доходы и расходы			
Внеоперационные доходы	981	16 349	208 850
Внеоперационные расходы	(2 338)	(11 612)	(152 129)
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 010	1 445	3 751
Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	(346)	(696)	(2 196)
Чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода)	664	853	1 555



Таблица 11. Баланс ГК DIXIS, управленческая отчетность, 2003-2005гг., USD

АКТИВЫ	2003	2004	2005
Оборотные активы	29 288 828	47 539 477	67 139 964
Деньги и денежные эквиваленты	3 040 303	6 375 968	8 067 900
Товары	18 098 614	28 088 491	41 543 105
Дебиторская задолженность	4 097 912	6 693 826	14 302 056
Начисленные возмещения	778 806	4 640 301	1 157 563
Активы прочие	3 273 193	1 740 891	2 069 340
Внеоборотные активы	9 112 953	7 326 202	12 466 415
ОС	8 136 421	6 384 664	11 813 260
НМА	786 088	720 917	542 636
Финансовые вложения	-	-	-
Долгосрочные расходы будущих периодов	190 444	220 621	110 519
ВСЕГО АКТИВЫ	38 401 781	54 865 679	79 606 379
ПАССИВЫ			
Краткосрочные обязательства	34 847 763	49 421 323	68 924 164
Задолженность перед поставщиками	18 124 092	26 422 505	35 414 241
Задолженность перед бюджетом	363 825	16 105	-
Задолженность прочая	4 233 946	1 391 724	2 765 422
Кредиты и займы краткосрочные	12 125 900	21 590 989	30 744 501
Долгосрочные обязательства	-	-	-
Кредиты и займы долгосрочные	-	-	-
Капитал	3 554 019	5 444 356	10 682 215
Собственный капитал и нераспределенная прибыль	3 554 019	3 554 019	10 464 693
Накопленная прибыль отчетного периода	-	1 890 337	217 522
ВСЕГО ПАССИВЫ	38 401 782	54 865 679	79 606 379

Таблица 12. Отчет о прибылях и убытках ГК DIXIS, управленческая отчетность, 2003-2005гг., USD

	2003	2004	2005
Выручка от реализации	202 491 923	313 628 022	383 646 297
Себестоимость реализации	177 923 217	272 746 488	337 158 776
Валовая прибыль	24 568 705	40 881 534	46 487 521
Накладные расходы	14 524 073	23 668 571	31 707 164
Внереализационные доходы	3 568 217	4 074 485	1 983 983
Внереализационные расходы	1 680 952	8 825 520	2 447 192
EBITDA	11 931 898	12 461 929	14 317 148
Амортизация	1 460 767	2 394 634	2 352 619
Проценты за кредит	1 088 979	1 505 806	3 682 016
Налог на прибыль	719 678	1 015 539	1 478 740
Прибыль к распределению	8 662 474	7 545 950	6 803 773
Чистая прибыль после распределения	626 193	1 890 337	5 370 357



ДЕПАРТАМЕНТ
ИНВЕСТИЦИОННО-БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Телефон: +7 (495) 234-0947
Факс: +7 (495) 721-9550
syndication@mx.rosbank.ru
www.rosbank.ru

Директор Департамента
Порхун Алексей
APorkhun@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 234-0974

Управляющий директор
Афонский Михаил
MAfonsky@rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 234-0974

Управление рынков капитала

Директор
Гуня Александр
AGunya@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5637

Старший менеджер
Станков Илья
IStankov@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5637

Менеджер
Думнов Алексей
ADumnov@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5637

Старший менеджер
Балыкина Ирина
IBalykina@rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 234-0947

Аналитик
Литвиненко Сергей
SLitvinenko@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5637

Аналитик
Колычев Владимир
VKolychev@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5637

Менеджер
Морозов Дмитрий
DMorozov@rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5477

Менеджер
Тарченкова Ирина
ITarchenkova@mx.rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5477

Аналитик
Павлова Анна
AVPavlova@rosbank.ru
Телефон: +7 (495) 725-5477

Настоящий инвестиционный меморандум носит исключительно информационный характер и не является документом или частью пакета документов, подлежащих предоставлению в регистрирующие или иные государственные органы Российской Федерации или какого-либо иностранного государства в связи с регистрацией ценных бумаг, упомянутых в данном документе. При ознакомлении с данным меморандумом каждому потенциальному инвестору рекомендуется самостоятельно ознакомиться с официальными документами, подготавливаемыми Эмитентом в соответствии с законодательством РФ.

Данный инвестиционный меморандум не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента. Основной целью данного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте, Облигациях 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 инвестиционном меморандуме. 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.

Инвестиционный меморандум 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 инвестиционном меморандуме, 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. Организаторы не проводили самостоятельной проверки информации и полагаются 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 инвестиционном меморандуме после даты его опубликования.

Заявления, относящиеся к Организаторам, опираются на информацию, предоставленную им Эмитенту исключительно для использования в настоящем документе. Ни распространение инвестиционного меморандума, ни размещение Облигаций ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствие возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты опубликования инвестиционного меморандума, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в меморандум. 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 инвестиционном меморандуме, и при рассмотрении возможности приобретения Облигаций опираться на исследования и иные проверки, которые могут быть сочтены необходимыми. Организаторы выпуска не принимают и не принимают на себя обязательств по изучению положения дел и финансового состояния Эмитента в течение срока действия договоренностей, предусмотренных инвестиционным меморандумом, и не обязуются консультировать кого-либо из инвесторов или потенциальных инвесторов в Облигации относительно изложенной информации.