



Сеть гипермаркетов детских товаров

## ООО «БАНАНА-МАМА»

**Выпуск неконвертируемых купонных документарных облигаций на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением на сумму 1 000 000 000 (один миллиард) рублей со сроком погашения в 1092-й (одна тысяча девяносто второй) день с даты начала размещения**

выпускаемых Обществом с ограниченной ответственностью «БАНАНА-МАМА», обеспеченных поручительством Общества с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал»

Общество с ограниченной ответственностью «БАНАНА-МАМА», учрежденное в соответствии с законодательством Российской Федерации (далее – «Эмитент»), осуществляет размещение процентных неконвертируемых купонных документарных облигаций на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением номинальной стоимостью 1000 (одна тысяча) рублей каждая в количестве 1 000 000 (один миллион) штук с шестью купонными периодами и сроком погашения в 1092-й (одна тысяча девяносто второй) день с даты начала размещения, обеспеченных поручительством Общества с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал» (далее – ООО ТД «Триал», «Поручитель») на сумму номинальной стоимости выпуска облигаций, составляющей 1 000 000 000 (один миллиард) рублей, и совокупного купонного дохода по облигациям, (далее – «Облигации») в соответствии с Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг, зарегистрированными решением Федеральной службы по финансовым рынкам (далее – «ФСФР») от 31.08.2006 (далее – «Решение о выпуске ценных бумаг» и «Проспект ценных бумаг», соответственно) с присвоением Облигациям государственного регистрационного номера 4-01-36176-R. Процентная ставка по первому купону устанавливается на конкурсе по определению процентной ставки по первому купону (далее – «Конкурс») в процентах годовых в дату начала размещения Облигаций на торгах, проводимых Закрытым акционерным обществом «Фондовая Биржа «ММВБ» (далее – «Биржа», «ФБ ММВБ»). Конкурс проводится в соответствии с Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг, а также согласно регламенту и правилам Биржи, действующими на дату размещения Облигаций. Ставка первого купона фиксируется на срок до первой оферты или на весь срок обращения в зависимости от принятия решения о проведении досрочного приобретения Облигаций с возможностью их дальнейшего обращения, о котором Эмитент сообщит в день раскрытия информации о дате размещения Облигаций. Доход, полученный Эмитентом в результате размещения Облигаций, будет использован им для рефинансирования краткосрочной задолженности и развития торговой сети (см. раздел «Цели эмиссии облигаций»). Выпуск всех Облигаций оформляется одним сертификатом (далее – Сертификат), подлежащим обязательному централизованному хранению в НДЦ (далее – также «Депозитарий»). Выдача отдельных сертификатов Облигаций на руки владельцам Облигаций не предусмотрена. Владельцы Облигаций не вправе требовать выдачи сертификатов на руки. Учет и удостоверение прав на Облигации, учет и удостоверение передачи Облигаций, включая случаи обременения Облигаций обязательствами, осуществляется НДЦ, выполняющим функции Депозитария, и депозитариями, являющимися депонентами по отношению к НДЦ (далее именуемые совместно – «Депозитарии»). Права собственности на Облигации подтверждаются выписками по счетам депо, выдаваемыми НДЦ и Депозитариями – депонентами НДЦ держателям Облигаций.

**Ц Е Н А Р А З М Е Щ Е Н И Я**  
**100 (сто) процентов от номинала**

**ОРГАНИЗАТОР**

**ЗАО ИК «Тройка Диалог»**

**Информационный меморандум**

## Сеть гипермаркетов детских товаров «БАНАНА-МАМА»



## Ограничение ответственности

ИНФОРМАЦИЯ, ПРЕДСТАВЛЕННАЯ В МЕМОРАНДУМЕ, КРАТКО ОПИСЫВАЕТ ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ И СТРУКТУРУ ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ («ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ВЫПУСКА»). ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ПОЛНОСТЬЮ СОДЕРЖАТСЯ В ПРОСПЕКТЕ ЦЕННЫХ БУМАГ, КОТОРЫЙ ЗАРЕГИСТРИРОВАН ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ПО ФИНАНСОВЫМ РЫНКАМ. ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЯ ОБ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ОБЛИГАЦИИ ИНВЕСТОРЫ ДОЛЖНЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ОЗНАКОМИТЬСЯ С ПРОСПЕКТОМ ЦЕННЫХ БУМАГ.

ИНФОРМАЦИЯ, ИСПОЛЬЗУЕМАЯ В МЕМОРАНДУМЕ, ПРЕДОСТАВЛЕНА ГРУППОЙ КОМПАНИЙ «БАНАНА-МАМА» (ДАЛЕЕ – ГРУППА). ОРГАНИЗАТОР ИЛИ ЕГО ПРЕДСТАВИТЕЛИ ИЛИ ЛИЦА, АФФИЛИРОВАННЫЕ С НИМ И/ИЛИ КОМПАНИЯМИ, ПРЕДОСТАВИВШИМИ ИНФОРМАЦИЮ, НЕ ПРОВОДИЛИ ПРОВЕРКУ ТОЧНОСТИ И ПОЛНОТЫ ИНФОРМАЦИИ, СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В МЕМОРАНДУМЕ. ОРГАНИЗАТОР НЕ НЕСЕТ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПОЛНОТУ И/ИЛИ ТОЧНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДОСТАВЛЕННОЙ ГРУППОЙ КОМПАНИЙ «БАНАНА-МАМА». ДАННЫЙ МАТЕРИАЛ И СОДЕРЖАЩИЕСЯ В НЕМ СВЕДЕНИЯ НОСЯТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ИНФОРМАТИВНЫЙ ХАРАКТЕР И НЕ МОГУТ РАССМАТРИВАТЬСЯ В КАЧЕСТВЕ ОФЕРТЫ.

ИНФОРМАЦИЯ, СОДЕРЖАЩАЯСЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ МЕМОРАНДУМЕ, НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ИСЧЕРПЫВАЮЩЕЙ. ЛЮБОЕ ЛИЦО, РАССМАТРИВАЮЩЕЕ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИОБРЕТЕНИЯ ОБЛИГАЦИЙ, ДОЛЖНО ПРОВЕСТИ СВОЙ СОБСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ЭМИТЕНТА, ПОРУЧИТЕЛЯ И ОСНОВНЫХ УСЛОВИЙ НА ОСНОВЕ ИНФОРМАЦИИ, СОДЕРЖАЩЕЙСЯ В ПРОСПЕКТЕ ЦЕННЫХ БУМАГ, ПУБЛИКУЕМОМ НА САЙТЕ ГРУППЫ [WWW.BANANAMAMA.RU](http://WWW.BANANAMAMA.RU).

ВСЕ ОЦЕНКИ И ПРОГНОЗЫ КАСАТЕЛЬНО БУДУЩИХ СОБЫТИЙ И/ИЛИ ДЕЙСТВИЙ, ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ, В КОТОРОЙ ГРУППА ОСУЩЕСТВЛЯЕТ СВОЮ ОСНОВНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, И РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРУППЫ, В ТОМ ЧИСЛЕ БУДУЩИХ ПЛАНОВ И ВЕРОЯТНОСТИ НАСТУПЛЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕННЫХ СОБЫТИЙ, ОТРАЖАЮТ НАШЕ МНЕНИЕ НА ДЕНЬ ПУБЛИКАЦИИ И ПОДЛЕЖАТ ИЗМЕНЕНИЮ БЕЗ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ.

ОРГАНИЗАТОР НЕ БЕРЕТ НА СЕБЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА ПО АНАЛИЗУ ФИНАНСОВОЙ И/ИЛИ ДРУГОЙ ИНФОРМАЦИИ ОБ ЭМИТЕНТЕ И ПОРУЧИТЕЛЕ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ. СОТРУДНИКИ ОРГАНИЗАТОРА НЕ УПОЛНОМОЧЕНЫ ПРЕДОСТАВЛЯТЬ ИНФОРМАЦИЮ, ОТНОСЯЩУЮСЯ К ЭМИТЕНТУ И/ИЛИ ОБЛИГАЦИЯМ И НЕ СОДЕРЖАЩУЮСЯ В МЕМОРАНДУМЕ.

ДАТА, УКАЗАННАЯ НА ПЕРВОЙ СТРАНИЦЕ МЕМОРАНДУМА, 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.



## Содержание

<b>Краткая информация об эмитенте и поручителе .....</b>	<b>2</b>
Эмитент .....	2
Поручитель .....	2
Миссия .....	2
Стратегия .....	2
Конкурентная позиция .....	3
Основные финансовые показатели .....	3
Источники инвестиционной привлекательности .....	4
<b>Основные условия выпуска облигаций .....</b>	<b>5</b>
<b>Цели эмиссии облигаций .....</b>	<b>7</b>
<b>Стратегия развития и структура собственности .....</b>	<b>8</b>
Стратегия развития .....	8
Юридическая структура Группы .....	8
<b>Конкурентная среда .....</b>	<b>10</b>
Российский розничный рынок .....	10
Основные конкуренты .....	14
<b>Торговый оборот .....</b>	<b>18</b>
Потребители .....	20
Маркетинг .....	20
Ценообразование .....	21
<b>Менеджмент и сотрудники .....</b>	<b>22</b>
<b>Операционная деятельность .....</b>	<b>26</b>
История развития .....	26
Розничная сеть .....	26
Управление запасами и транспортными потоками .....	29
Информационные технологии .....	31
<b>Капитальные вложения .....</b>	<b>32</b>
<b>Анализ финансового состояния .....</b>	<b>33</b>
<b>Прогноз денежных потоков для исполнения обязательств по облигациям .....</b>	<b>39</b>
<b>Факторы риска .....</b>	<b>40</b>
Страновые и региональные риски .....	40
Отраслевые риски .....	41
Риски Группы «БАНАНА-МАМА» .....	42
<b>Описание облигаций .....</b>	<b>43</b>
<b>Некоторые вопросы налогообложения .....</b>	<b>51</b>
<b>Приложение 1: Бухгалтерская отчетность</b>	
по РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» за 2005 г. ....	56
<b>Приложение 2: Бухгалтерская отчетность</b>	
по РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» за 6 мес. 2006 г. ....	67
<b>Приложение 3: Бухгалтерская отчетность по РСБУ ООО ТД «Триал»</b>	
за 6 мес. 2006 г. ....	70
<b>Приложение 4: Оферта о предоставлении поручительства</b>	
со стороны ООО ТД «Триал» .....	73

## Краткая информация об эмитенте и поручителе

### Эмитент

Эмитентом настоящего выпуска облигаций выступает ООО «БАНАНА-МАМА», зарегистрированное 16 июня 2004 г. и владеющее 100% уставного капитала всех компаний Группы, кроме ООО ТД «Триал».

### Поручитель

Поручителем по облигационному займу ООО «БАНАНА-МАМА» выступает Общество с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал», созданное в январе 2006 г., основной деятельностью которого является централизованная закупка товаров для гипермаркетов Группы. Поскольку ООО ТД «Триал», начиная со 2 кв. 2006 г. консолидирует денежные потоки Группы, поручительство данной компании позволяет рассматривать настоящий облигационный заем как заем всей Группы.

Основной деятельностью Группы является реализация детских товаров через сеть гипермаркетов. Менеджмент приступил к развитию розницы в апреле 2004 г., и на 10.08.2006 г. сеть насчитывала 38 гипермаркетов в шести федеральных округах РФ, из которых 10 магазинов располагались в Москве и Подмосковье. Торговый оборот розничной сети по итогам 2005 г. составил 2,9 млрд. руб. В 2006 г. менеджмент Группы прогнозирует рост данного показателя на 93% до 5,6 млрд. руб.

### Динамика развития бизнеса Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатели	2004 г.	2005 г.	1 пол. 2006 г.
Торговый оборот Группы, млрд.руб.	0,3	2,9	2,4
Число гипермаркетов	3	23	36

Источник: данные Группы

### Миссия

Миссия компании заключается в удовлетворении потребностей детей и их родителей в доступных и качественных товарах, необходимых для гармоничного развития современного ребенка.

### Стратегия

#### Ключевые стратегические задачи Группы «БАНАНА-МАМА»

Стратегическая задача	Метод реализации
Создание розничной сети детских товаров национального масштаба	■ освоение городов с различной численностью населения; ■ покупка локальных конкурентов.
Контроль не менее 20% рынка детских товаров	■ региональная экспансия; ■ разработка формата и товарной матрицы для проникновения в малонаселенные регионы; ■ реализация программ лояльности.
Лидерство по издержкам	■ обеспечение выгодных условий работы с поставщиками; ■ повышение степени автоматизации бизнес-процессов; ■ оптимизация логистики; ■ получение статуса официального розничного дистрибьютора известных западных брендов; ■ развитие оптовых продаж как механизма повышения оборачиваемости товарных запасов и оптимизации логистических процессов.

Источник: данные Группы

### Конкурентная позиция

В 2005 г. присутствие розничных сетей на российском рынке детских товаров было ограничено и до 60% продаж соответствующей продукции приходилось на неорганизованные формы розничной торговли – рынки и детские ярмарки. Единственным конкурентным преимуществом последних являлась агрессивная ценовая политика, которая по мере роста доходов населения переставала играть определяющее значение для стимулирования потребительского спроса. Соответственно, появление розничных сетей по торговле детскими товарами в РФ в 2004-2005 гг. сопровождалось высокими темпами роста бизнеса и укреплением позиций на локальных рынках в отсутствие достаточного количества игроков данного формата.

Группа «БАНАНА-МАМА» одной из первых приступила к масштабному развитию одноименной региональной сети в 2005 г. На конец 2005 г. сеть была представлена в 19 городах, контролируя по итогам 2005 г. до 11% рынка детского сетевого ритейла. Сеть магазинов «Детский мир», оперирующая с 1996 г. в среднем и премиум ценовых сегментах, также начала региональную экспансию в 2005 г., и на конец 2005 г. магазины сети были расположены в 14 городах РФ. На долю сети «Детский мир», с учетом приобретенных в 2005 г. двух розничных сетей детских товаров, пришлось около 20% оборота детской сетевой розницы.

Группа «БАНАНА-МАМА» развивает сеть гипермаркетов и не имеет конкурентов в ценовом сегменте эконом-класса, сопоставимых по формату и масштабу бизнеса, а также географии представленности торговых площадей.

### Основные финансовые показатели

#### Основные финансовые показатели Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004-2006 гг.

Основные финансовые показатели , тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006	2006П
<b>Финансовые результаты</b>				
Выручка	232 141	2 631 233	2 198 559	5 080 645
Операционная прибыль	5 037	162 442	168 618	388 129
Чистая прибыль	5 017	126 695	110 789	227 580
<b>Показатели рентабельности</b>				
Валовая рентабельность, %	23,2%	23,7%	22,0%	23,8%
Операционная рентабельность, %	2,2%	6,2%	7,7%	7,6%
Рентабельность чистой прибыли, %	2,2%	4,8%	5,0%	4,5%
<b>Балансовые показатели</b>				
Активы	332 614	1 967 459	2 126 333	3 128 674
Собственный капитал	5 047	131 742	242 531	359 322
Обязательства	327 567	1 835 717	1 883 802	2 769 352
Финансовый долг, в т. ч.	31 011	1 101 696	1 319 382	1 809 382
Краткосрочные кредиты и займы, %	100,0%	100,0%	100,0%	44,7%
Долгосрочные кредиты и займы, %	0,0%	0,0%	0,0%	55,3%
Процентные платежи	–	(35 407)	(56 698)	(122 956)
Денежные средства и их эквиваленты	861	102 050	21 808	63 670
Чистый долг	30 150	999 646	1 297 574	1 745 712
<b>Финансовые коэффициенты</b>				
Выручка/Финансовый долг	7,49	2,39	nm	2,81
Финансовый долг/Операционная прибыль	6,16	6,78	nm	4,66
Финансовый долг/Собственный капитал	6,14	8,36	5,44	5,04
Финансовый долг/Активы	0,09	0,56	0,62	0,58
Операционная прибыль/Процентные расходы	–	4,59	2,97	3,16

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы по РСБУ

## Источники инвестиционной привлекательности

### Плюсы

- ⊕ Формат, ориентированный на широкий круг потребителей;
- ⊕ Выгодные условия работы с поставщиками, включающие прямые поставки продукции от производителей;
- ⊕ Широкий ассортимент (более 50 тыс. наименований);
- ⊕ Маркетинговая стратегия, выраженная в гибком формировании товарной матрицы и обеспечении расширенного комплекса дополнительных услуг;
- ⊕ Отсутствие крупных ритейлеров детских товаров на региональных рынках сети обеспечивает временное преимущество для достижения доминирующих рыночных позиций в регионах присутствия;
- ⊕ Высокий уровень автоматизации бизнес-процессов;
- ⊕ Высокопрофессиональный менеджмент.

### Возможности для роста

- ⬆ Компания оперирует в одном из наиболее быстрорастущих сегментов российской экономики;
- ⬆ Низкая степень насыщения региональных рынков присутствия сети;
- ⬆ Низкий уровень концентрации капитала в отрасли предполагает возможности для укрупнения бизнеса;
- ⬆ Рост реальных располагаемых доходов населения в сочетании с ростом рождаемости будут способствовать росту платежеспособного спроса;
- ⬆ Региональное расширение розничной сети;
- ⬆ Развитие направления Private Label;
- ⬆ Получение статуса официального розничного дистрибьютора продукции ведущих западных производителей;
- ⬆ Реализация социальных программ Правительства РФ, направленных на повышение рождаемости;
- ⬆ Снижение издержек за счет введения ERP-системы – SAP/R3;
- ⬆ Оптимизация логистики.

## Основные условия выпуска облигаций

Эмитент Облигаций	Общество с ограниченной ответственностью «БАНАНА-МАМА»
Поручительство	Общества с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал»
Размещаемые ценные бумаги	Облигации процентные неконвертируемые документарные на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением номинальной стоимостью 1000 (одна тысяча) рублей каждая в количестве 1 000 000 (один миллион) штук общим объемом выпуска 1 000 000 000 (один миллиард) рублей и сроком погашения в 1092-й день с даты начала размещения.
Купонные выплаты	Процентная ставка по первому купону устанавливается на конкурсе по определению процентной ставки по первому купону в процентах годовых в дату начала размещения Облигаций на ФБ ММВБ. Ставка первого купона фиксируется на срок до первой оферты или на весь срок обращения в зависимости от принятия Эмитентом решения о проведении досрочного выкупа Облигаций, о котором Эмитент сообщит в день раскрытия информации о дате размещения Облигаций.
Дата начала размещения	Дата начала размещения Облигаций устанавливается Эмитентом и доводится до сведения всех заинтересованных лиц не позднее, чем за 5 (пять) дней до даты начала размещения Облигаций путем публикации информации в ленте новостей и на сервере Эмитента в сети Интернет по адресу: <a href="http://www.bananamama.ru">www.bananamama.ru</a>
Дата окончания размещения	Датой окончания размещения Облигаций является наиболее ранняя из следующих дат: а) 10-й (десятый) рабочий день, следующий за первым днем размещения Облигаций; б) дата размещения последней Облигации выпуска.
Купонный период	182 дня
Дата погашения	Эмитент погасит Облигации в 1092-й (одна тысяча девяносто второй) день с даты начала размещения Облигаций.
Способ размещения	Открытая подписка. В дату начала размещения Облигаций на ФБ ММВБ проводится конкурс по определению процентной ставки первого купона по Облигациям (далее – «Конкурс»). Конкурс проводится в соответствии с Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг, а также согласно регламенту и правилам Биржи, действующими на дату размещения Облигаций.



**Оферта**

В день раскрытия информации о дате размещения облигаций Эмитент сообщит о намерении и дате досрочного приобретения Облигаций с возможностью их дальнейшего обращения до истечения срока погашения по требованию владельцев Облигаций.

**Возможность досрочного погашения**

Досрочное погашение не предусмотрено

**Депозитарий**

Некоммерческое партнерство «Национальный Депозитарный Центр» (далее – «НДЦ», «Депозитарий»).

**Учет прав на Облигации**

Выпуск всех Облигаций оформляется одним сертификатом (далее – Сертификат), подлежащим обязательному централизованному хранению в НДЦ. Выдача отдельных сертификатов Облигаций на руки владельцам Облигаций не предусмотрена. Владельцы Облигаций не вправе требовать выдачи сертификатов на руки. Учет и удостоверение прав на Облигации, учет и удостоверение передачи Облигаций, включая случаи обременения Облигаций обязательствами, осуществляется НДЦ, выполняющим функции Депозитария, и депозитариями, являющимися депонентами по отношению к НДЦ (далее именуемые совместно – «Депозитарии»). Права собственности на Облигации подтверждаются выписками по счетам депо, выдаваемыми НДЦ и Депозитариями – депонентами НДЦ держателям Облигаций.

**Регулирующее право**

Облигации выпускаются в соответствии с действующим российским законодательством.

**Вторичный рынок**

После Государственной регистрации Отчета об итогах выпуска Облигации могут свободно обращаться как на биржевом, так и на внебиржевом рынке ценных бумаг. Круг потенциальных приобретателей Облигаций не ограничен.

**Расчеты при размещении**

Расчёты по Облигациям при их размещении производятся на условиях «поставка против платежа». Денежные средства, полученные от размещения Облигаций на ММВБ, зачисляются в Расчётной палате ММВБ на счет Организатора.

**Использование средств**

Рефинансирование краткосрочных кредитов и займов, а также дальнейшее развитие торговой сети (см. подробнее раздел «Цели эмиссии Облигаций»)

## Цели эмиссии облигаций

Менеджмент Группы предполагает следующие направления использования средств настоящего облигационного займа:

- 1) до половины привлекаемых средств будет направлено на рефинансирование текущего кредитного портфеля;
- 2) оставшаяся часть средств от облигационного займа будет проинвестирована в развитие розничного бизнеса.

Среднесрочная долговая стратегия Группы ориентирована на рост доли долгосрочных обязательств в структуре финансовой задолженности, а также удешевление заимствований за счет увеличения рыночной составляющей долгового портфеля.

## Стратегия развития и структура собственности

### Стратегия развития

Менеджмент Группы ставит перед собой следующие стратегические задачи:

- 1) **создание розничной сети детских товаров национального масштаба** с присутствием в городах с населением более 500 тыс. чел. и выборочно в городах с населением 250-500 тыс. чел. В качестве методов реализации данной задачи Группа рассматривает возможность приобретения локальных магазинов с последующей интеграцией в сеть «БАНАНА-МАМА».
- 2) **контроль не менее чем 20%-ной доли рынка** детских товаров РФ. Параллельно с освоением максимально возможного количества регионов РФ, Группа ведет работу по созданию оптимального формата и товарной матрицы для проникновения в регионы с небольшой численностью населения. Кроме того, маркетинговые мероприятия Группы предполагают реализацию различных программ (см. подробно раздел «Маркетинг»), нацеленных на формирование высокого уровня лояльности покупателей/узнаваемости бренда.
- 3) **достижение лидерства по издержкам**, как за счет работы с поставщиками, направленной на получение наиболее выгодных условий закупок по объемам, ассортименту и ценам, так и за счет повышения степени автоматизации бизнес-процессов и оптимизации логистики (см. также раздел «Управление запасами и транспортными потоками»). В рамках решения данной стратегической задачи предполагается:
  - внедрение новых форм работы с известными западными брендами детских товаров, таких как получение статуса официального розничного дистрибьютора продукции зарубежных производителей в РФ (см. также раздел «Маркетинг»);
  - развитие опта до 5% торгового оборота с целью повышения оборачиваемости товарных запасов и оптимизации логистических процессов.

### Юридическая структура Группы

Группа компаний «БАНАНА-МАМА» представляет собой объединение 12 юридических лиц, контролируемых менеджментом.

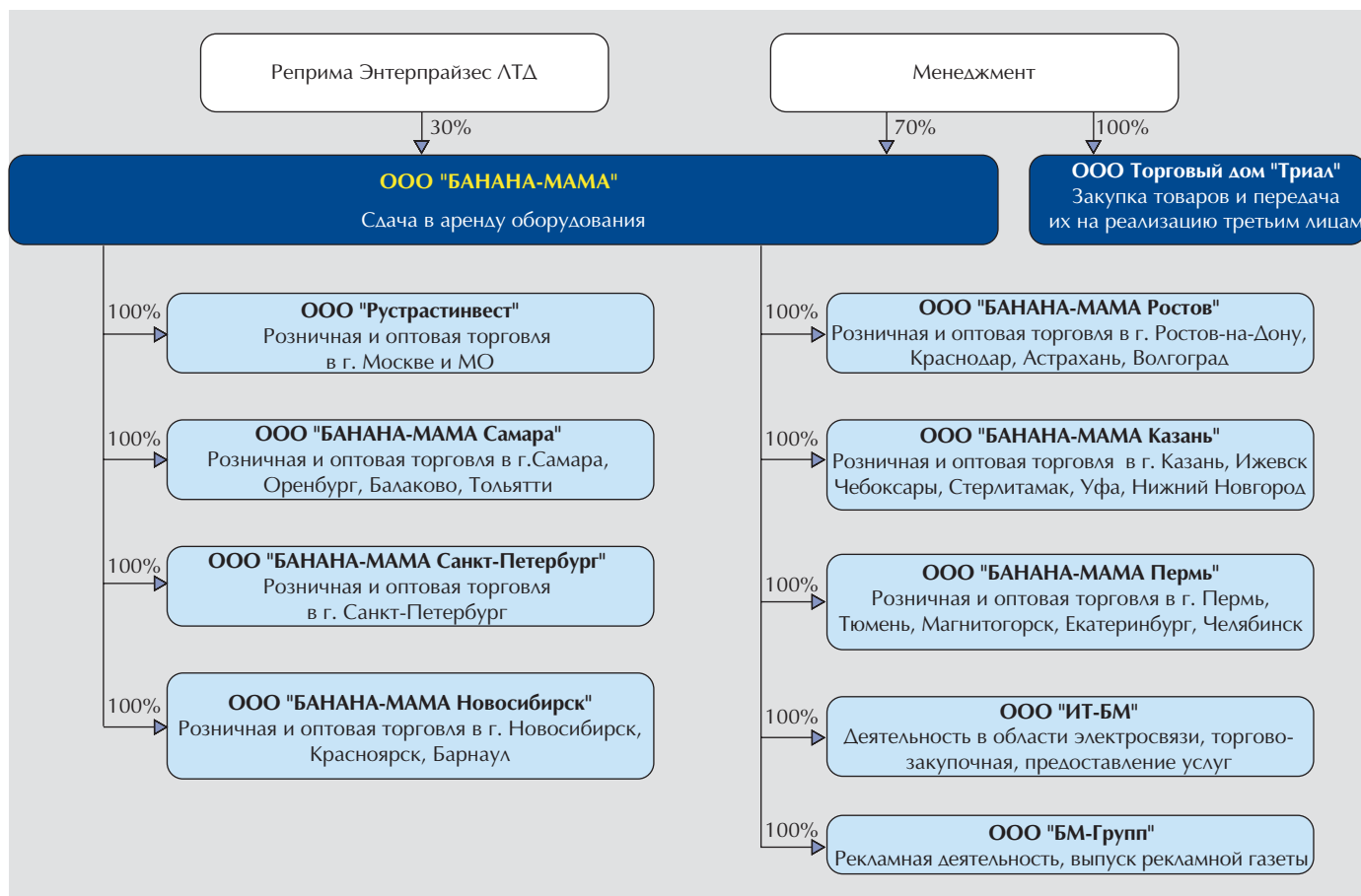
Холдинговая компания Группы ООО «БАНАНА-МАМА» является единственным участником 7 операционных компаний, управляющих розничной сетью на региональном уровне. ООО «БАНАНА-МАМА» владеет имущественным комплексом Группы, который сдается в аренду региональным операторам сети.

Кроме того, 100%-ыми дочерними компаниями ООО «БАНАНА-МАМА» являются ООО «ИТ-БМ», предоставляющее компаниям Группы услуги по сопровождению автоматизированных систем и ООО «БМ-Групп», занимающееся рекламной деятельностью.

В январе 2006 г. было зарегистрировано ООО ТД «Триал», основной функцией которого является централизованная закупка товаров для сети гипермаркетов с последующей передачей продукции региональным операторам в рамках договоров комиссии. Соответственно, в настоящее время ООО ТД «Триал» консолидирует операционные денежные потоки.

До создания ООО ТД «Триал» аналогичную деятельность осуществляло ООО «Альтаир», которые было продано в мае 2006 г.

Текущая юридическая структура Группы (по состоянию на 10.08.06 г.)



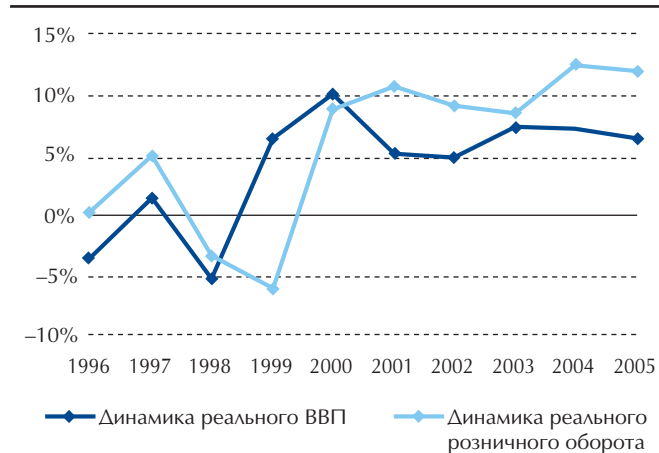
Источник: данные Группы

## Конкурентная среда

### Российский розничный рынок

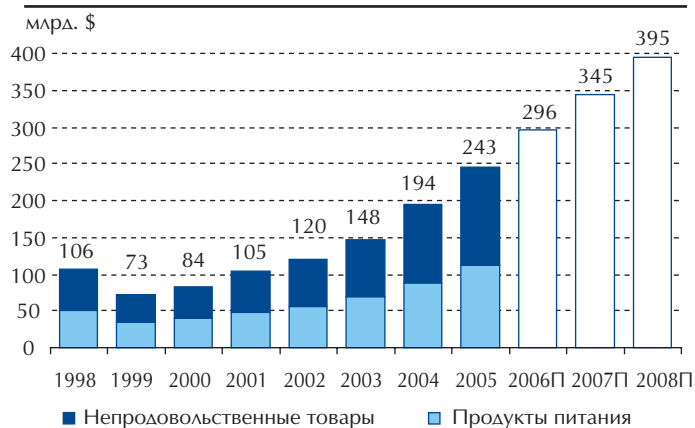
Российский розничный рынок является одним из крупнейших в Европе: по оценкам ФСТГ РФ, его объем в 2005 г. превысил \$243 млрд. В 2000-2005 гг. средние темпы роста российского розничного рынка составляли 24% (CAGR), существенно превышая аналогичный показатель других секторов российской экономики.

**Динамика роста ВВП и розничного сектора в 1996–2005 гг.**



Источник: ФСТГ

**Розничный оборот в номинальном выражении в 1998–2008 гг.**

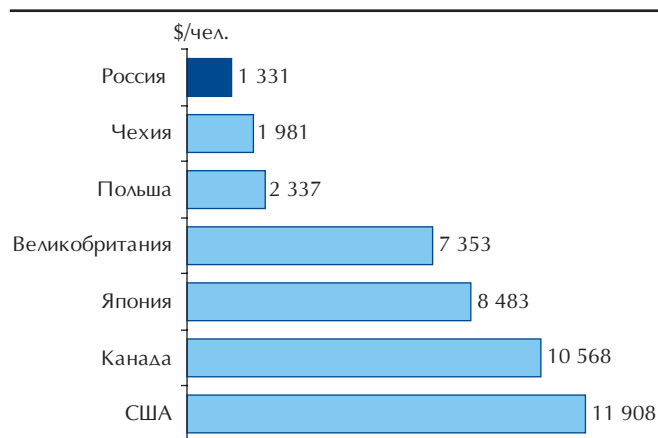


Источник: ФСТГ, прогнозы МЭРТ

Однако по ряду качественных показателей, в том числе таких, как розничный оборот на душу населения или обеспеченность современными торговыми площадями сетевых форматов, российский рынок отличается низкой степенью насыщения по сравнению с США, а также европейскими странами. По этой причине большинство экспертов сходятся во мнении, что период активной экспансии российских торговых сетей далек от завершения и экспертные оценки сроков наступления «зрелости» рынка варьируются в диапазоне 2010-2015 гг. По оценкам Минэкономразвития РФ, к 2008 г. розничный оборот в РФ составит около \$395 млрд., т.е. среднегодовые темпы роста в 2006-2008 гг. прогнозируются на уровне не ниже 17,6% (CAGR).

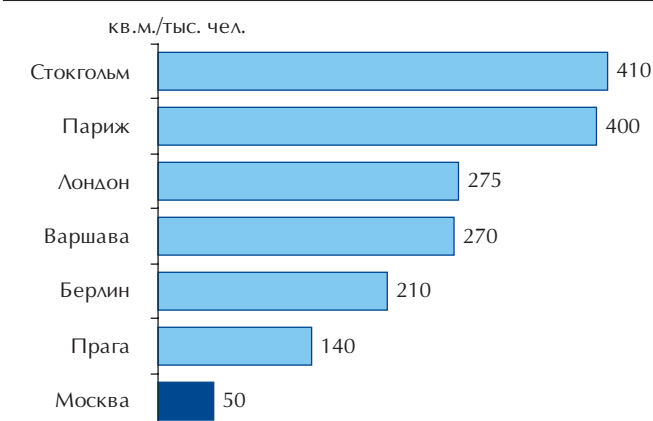


## Розничный оборот на душу населения в 2004 г.



Источник: OECD, национальные статистические службы

## Обеспеченность современными торговыми площадями сетевых форматов в 2004 г.

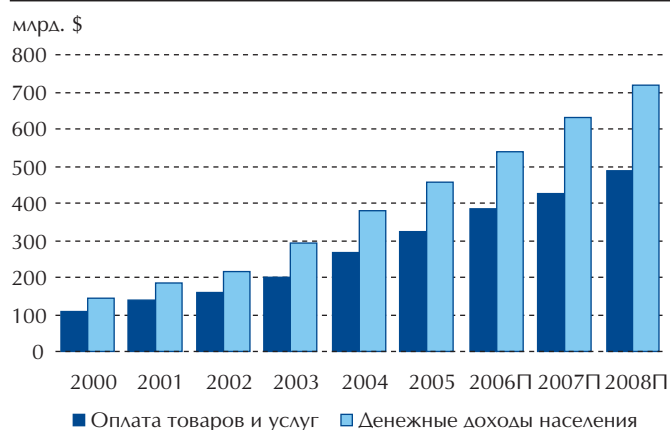


Источник: Jones Lang LaSalle

Другой важнейшей причиной бурного развития потребительского сектора и розничной торговли в РФ, а также оптимистичных прогнозов относительно их будущей динамики являются макроэкономические факторы, такие как рост реальных располагаемых доходов населения и, как следствие, увеличение платежеспособного спроса. Благоприятные оценки будущей динамики платежеспособного спроса также основываются на следующих доводах:

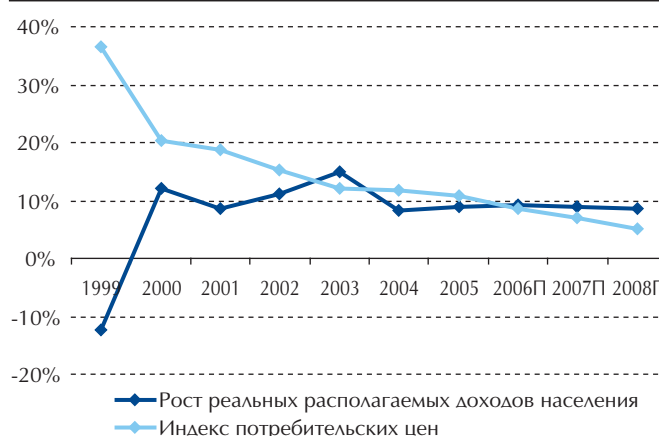
- 1) правительственный курс на снижение инфляции: согласно среднесрочной программе социально-экономического развития, к 2008 г. уровень инфляции снизится до 5-6% год-к-году;
- 2) одна из самых низких ставок налога на доходы физических лиц по сравнению с США и европейскими странами.

## Располагаемый доход и потребление в РФ в 2000–2008 гг.



Источник: ФСГС, прогнозы МЭРТ

## Реальные располагаемые доходы населения и инфляция в РФ в 1999–2008 гг.

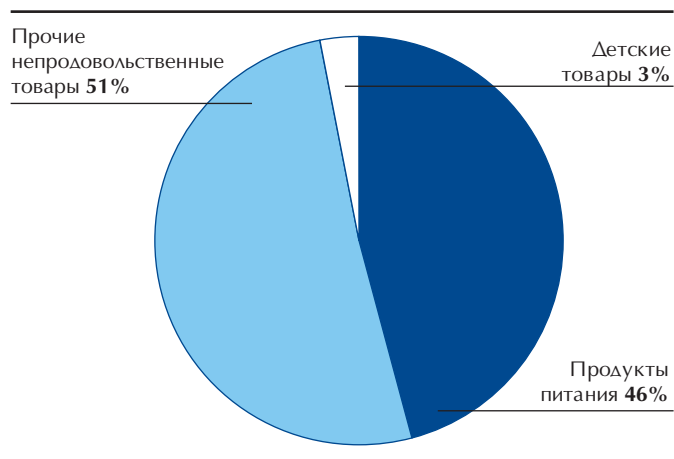


Источник: ФСГС, прогнозы МЭРТ

До 54% общего объема розничного оборота в РФ в 2005 г. приходилось на торговлю непродовольственными продуктами. Продажи детских товаров сформировали, по различным оценкам, 4,5-5,5% непродовольственной розницы или \$6-7,5 млрд. Согласно данным МА «Step by Step», на московский регион в 2005 г. пришлось не менее 20% оборота рынка детских товаров.

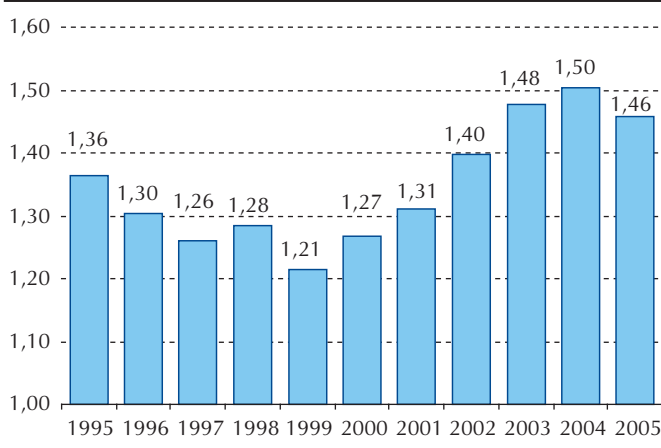
В среднесрочной перспективе (1-2 года) эксперты прогнозируют темпы роста рынка детских товаров на уровне не ниже 15% в год благодаря росту реальных располагаемых доходов населения, а также ожидаемому возобновлению тенденции увеличения рождаемости, наблюдавшейся в 2000-2004 гг.

#### Структура розничного оборота в РФ в 2005 г.



Источник: ФСГС

#### Численность родившихся в РФ в 1995–2005 гг. (млн.чел.)



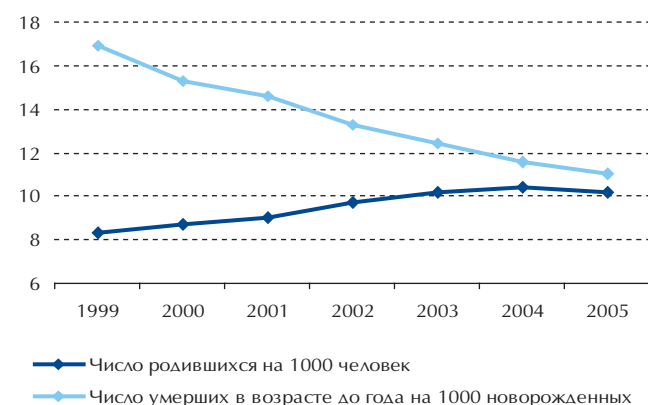
Источник: ФСГС

В пользу такого прогноза свидетельствует тот факт, что идея преодоления демографического кризиса в РФ обсуждается на правительственном уровне и в 2006 г. получила статус приоритетного национального проекта. В рамках мер по повышению показателей рождаемости предполагается:

- 1) с 01.01.07 г. **увеличить размер пособий по уходу за ребенком**, в том числе с использованием прогрессивной шкалы, предусматривающей рост выплат для второго и последующих детей;
- 2) **ввести материальные компенсации для многодетных семей**, нацеленные на рост популярности данной модели в РФ. С 01.01.07 г. в РФ начнет действовать механизм формирования «материнского капитала», предоставляемого после рождения второго ребенка. Сумма в 250 тыс. руб. будет переводиться на специальный накопительный счет матери в системе персонального учета Пенсионного фонда с обязательной ежегодной индексацией. По истечении трех лет после рождения ребенка женщина сможет расходовать деньги на приобретение необходимого жилья или на образование ребенка. В случае неиспользования предоставленных сумм в оговоренные сроки средства будут добавлены к пенсионному капиталу женщины;
- 3) **повысить качество медицинской помощи для будущих матерей**. В соответствии с национальной программой с 01.01.06 г. беременные женщины имеют право на получение родового сертификата, т.е. документа, на основе которого учреждениям родовспоможения за оказанную медицинскую помощь перечисляются дополнительные бюджетные средства. Полученные суммы родильные дома и женские консультации могут использовать на медицинское оснащение, лекарственное обеспечение, а также повышение заработной платы сотрудников. С 01.01.07 г. предполагается увеличение сумм выплат по сертификату до 11 тыс. руб. с текущих 7 тыс. руб.;

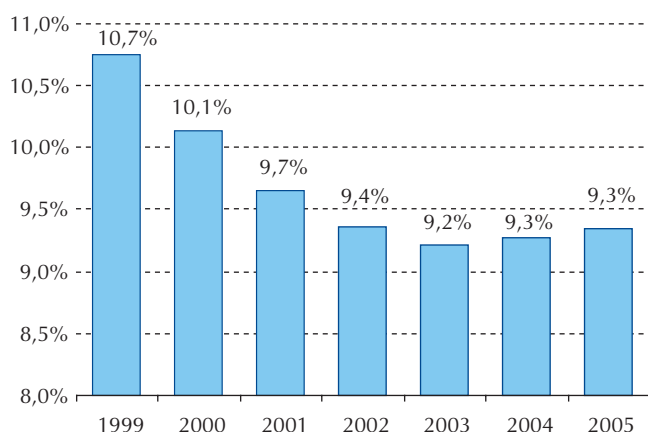
- 4) **развивать жилищные программы для молодых семей**, в том числе предусматривающие погашение части ипотечного долга за счет государственных средств после рождения первого ребенка.

**Показатели рождаемости и детской смертности в РФ в 1999–2005 гг.**



Источник: ФСГС

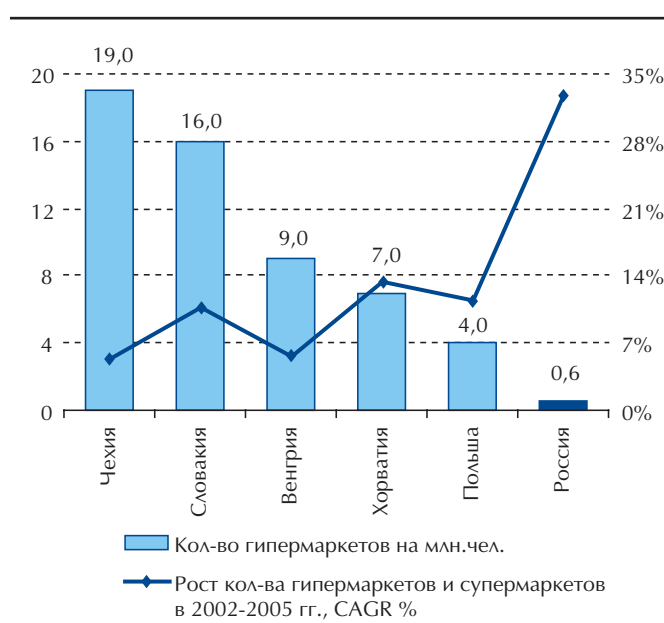
**Динамика доли населения в возрасте до 9 лет в общей численности населения РФ в 1999–2005 гг.**



Источник: ФСГС

Формат «гипермаркет», в котором оперирует сеть «БАНАНА-МАМА», является наименее развитым форматом в России, где количество гипермаркетов на млн. чел. существенно ниже аналогичного показателя стран Восточной Европы. Вместе с тем, высокие темпы роста количества торговых объектов такого формата в России позволяют говорить о наличии высокого потенциала развития данной формы торговли на территории РФ.

**Присутствие гипермаркетов в РФ и Восточной Европе в 2005 г.**



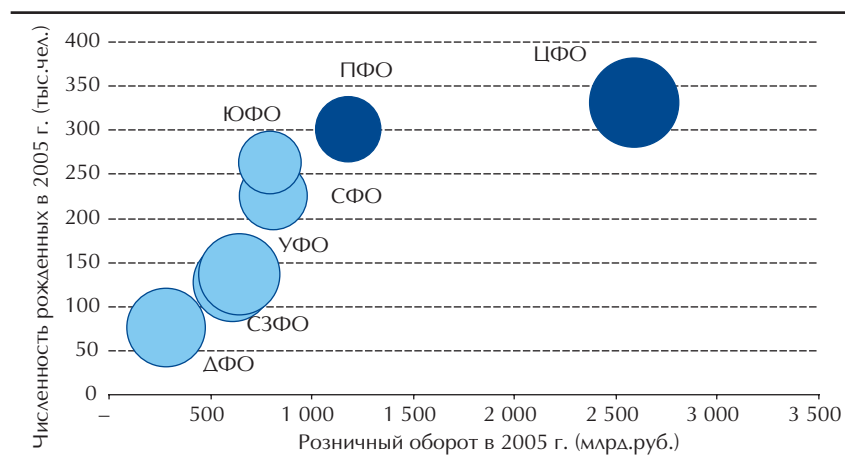
Источник: AC Nielsen

### Локальные рынки сети «БАНАНА-МАМА»

Сеть гипермаркетов «БАНАНА-МАМА» представлена во всех федеральных округах РФ, кроме Дальневосточного ФО. На 10.08.2006 г. 25 из 38 гипермаркетов было расположено в Центральном ФО (8 в Москве и 2 в Московской обл.) и Приволжском ФО (15 магазинов), лидирующих по таким показателям как:

- 1) денежные доходы населения (доля данных округов в денежных доходах населения РФ за 2004 г. составила 54%);
- 2) розничный товарооборот (до 55% розничного товарооборота РФ по итогам 2004 г.);
- 3) число родившихся (до 44% родившихся по итогам 2005 г.).

### Основные показатели уровня жизни населения и рождаемости регионов РФ.\*



Источник: ФСГС

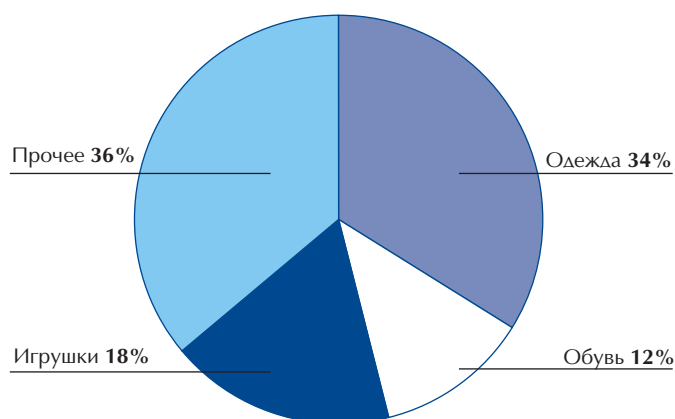
\* Темно-синим выделены регионы, где на 10.08.06 г. было представлено 25 из 38 гипермаркетов сети «БАНАНА-МАМА».

Размер круга соответствует уровню среднечеловеческих денежных доходов в регионе

### Основные конкуренты

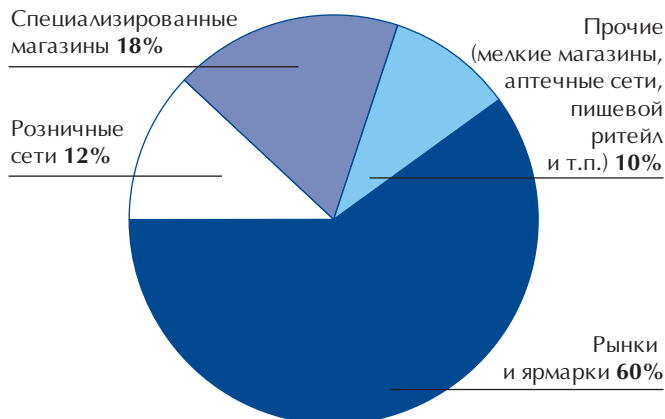
Рынок детских товаров высоко фрагментирован и характеризуется преобладанием неорганизованных форм торговли – рынков и детских ярмарок, на которые в 2005 г. пришлось более половины оборота детской продукции. Поскольку формирование специализированного сетевого ритейла для детского рынка началось в 2004-2005 гг., крупнейшие сети, в том числе бутики премиум-сегмента, в настоящее время контролируют не более 12% оборота. Оставшаяся часть приходится на средние и мелкие специализированные магазины, в том числе детские отделы в универсамах, отдельные категории детской продукции реализуются через аптечные сети, а также неспециализированный (в т.ч. пищевой) ритейл.

Структура расходов на детские товары в РФ в 2005 г.



Источник: www.rnta.ru

Сегментация рынка детских товаров в 2005 г.



Источник: МА «Step by Step»

Подобная низкая концентрация капитала создает предпосылки для усиления конкуренции среди специализированных розничных сетей в ближайшем будущем. На текущем этапе развитие конкурентной борьбы в первую очередь выражается в захвате дополнительных рынков сбыта за счет органического роста сети. Ритейлеры активно увеличивают свое присутствие в Москве и регионах, что приводит к рекордным показателям роста количества магазинов. В настоящее время на российском рынке присутствуют только две мультирегиональные сети гипермаркетов детских товаров, сравнимые по объемам бизнеса, – «Детский мир» и «БАНАНА-МАМА», начавшие масштабную региональную экспансию в 2004-2005 гг.

Ближайших конкурентов сети по формату бизнеса и/или отдельным товарным группам можно условно разделить на следующие категории:

### 1. Специализированные рынки детских товаров

Специализированные рынки детских товаров, такие как Совенок, Ярмарка на Тульской, Коломенская ярмарка детских товаров в Москве, ориентированы на потребителей с доходами среднего и ниже среднего уровня. Недостатком рыночной торговли по сравнению с сетевым ритейлом является ограниченный ассортимент, в отдельных случаях отсутствие гарантии на товар, а также возможности произвести обмен и возврат продукции, отсутствие дополнительных услуг.

### 2. Сети магазинов детских товаров «эконом-класса»

- Сеть «Кораблик» на 10.08.2006 г. включала 19 торговых объектов, из них 12 магазинов в г. Москва, 5 в Московской области и по одному в городах Казань и Ставрополь. Сеть оперирует в формате дискаунтер, товарная матрица включает 10 тыс. наименований товаров для детей до 12 лет.
- Сеть магазинов «Игрушкино» основана компанией «Симба», работающей на оптовом рынке игрушек с 1995 г. На конец 2005 г. сеть насчитывала 15 магазинов площадью 0,8-1,4 тыс. кв. м, десять из которых были расположены в Москве, а остальные – в регионах. Товарная матрица магазинов включает 15 тыс. наименований товаров, при этом 50% ассортимента приходится на игрушки для детей от 0 до 14 лет. Целевой аудиторией сети являются потребители со средним уровнем дохода.



- Сеть магазинов «ДЕТИ» была основана в 1997 г. как оптовый продавец детских товаров, параллельно менеджмент сети развивал розничную торговлю. На 10.08.2006 г. сеть насчитывала 17 торговых объектов в Санкт-Петербурге, 3 – в Ленинградской области и 2 – в Москве. Площадь магазинов варьируется от 350 кв. м. до 1,2 тыс. кв. м., товарная матрица включает 30 тыс. наименований продукции для будущих и молодых мам и детей до 7 лет. Сеть оперирует в среднем ценовом сегменте.

### 3. Сети магазинов детских товаров среднего ценового сегмента

- Сеть «Бэби Бум» на 10.08.2006 г. насчитывала 5 магазинов в г. Москва. Целевой аудиторией сети являются покупатели со средним уровнем доходов, товарная матрица ориентирована на будущих и молодых мам и детей до 14 лет.
- Сеть «Детский мир» на 10.08.06 г. была представлена в 5 федеральных округах и насчитывала 50 магазинов «Детский мир» и 9 магазинов «Вырастай-ка!» по сравнению с 32-мя торговыми объектами на конец 2005 г. Наибольшая концентрация торговых площадей на 10.08.06 г. наблюдалась в Центральном (40 магазинов, из них 28 в г. Москва) и Северо-западном округах (11 торговых точек, из них 10 в г. Санкт-Петербург). В Приволжье было расположено 6 торговых объектов и по одному – на Юге и на Урале.

Ценовая политика и ассортимент сети рассчитаны на покупателей с доходами среднего и выше среднего уровня, товарная матрица включает 120 тыс. наименований товаров для детей до 14 лет. Торговая площадь большинства магазинов варьируется от 1 до 2,5 тыс. кв.м., за исключением двух крупных гипермаркетов в Москве площадью 14,9 и 4,2 тыс. кв.м. соответственно.

По итогам 2005 г. торговый оборот Группы компаний «Детский мир» с учетом финансовых результатов приобретенных в 2005 г. магазинов детских товаров («Чудо-остров», «Вырастай-ка», S-Toys), а также доходов от сдачи имущества в аренду превысил \$200 млн.

### 4. Магазины детских товаров премиум-класса

- Английская сеть магазинов «Mothercare» приступила к развитию бизнеса в России в 1994 г., и на 10.08.2006 г. включала 13 торговых объектов, из которых 7 было расположено в Москве, по 2 магазина было открыто в Санкт-Петербурге и Самаре и по одному – в Казани и Тольятти.

Сеть оперирует в ценовом сегменте премиум-класса, делая акцент маркетинговой политики на высоком европейском качестве предлагаемых потребителю товаров. Товарная матрица включает 25 тыс. наименований продукции для будущих и молодых мам и детей до 8 лет.

- Сеть «Кенгуру» на 10.08.2006 г. включала 15 магазинов, из которых 8 было расположено в Москве, 2 – в Санкт-Петербурге, 2 – в Нижнем Новгороде, и по одному в Омске, Красноярске и Екатеринбурге.

Как и «Mothercare», «Кенгуру» оперирует в ценовом сегменте премиум-класса, ориентируясь на потребителей с доходами выше среднего уровня. Товарная матрица рассчитана на будущих и молодых мам и детей до 3 лет, в настоящее время сеть включает в ассортимент товары для детей от 4 до 7 лет.

## **5. Крупнейшие российские ритейлеры, а также аптечная сетевая розница**

Часть оборота детских товаров приходится на сети гипермаркетов и супермаркетов («Ашан», «Мосмарт», «Метро», «Седьмой континент», «Перекресток» и т.п.), а также на аптечные сети («36,6», «Ригла» и т.п.). Вместе с тем, в силу ограниченного ассортимента вышеуказанные ритейлеры не могут жестко конкурировать со специализированной «детской» розницей. (см. раздел «Конкурентные преимущества»).

## **Конкурентные преимущества сети «БАНАНА-МАМА»**

### **ШИРОКИЙ ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ОХВАТ**

По охвату территории РФ сеть «БАНАНА-МАМА» опережает ближайших конкурентов, укрепляя позиции на «зрелых» локальных рынках (Центральный ФО), а также активно осваивая перспективные с точки зрения темпов роста рождаемости и среднестатистического розничного оборота регионы (Уральский и Южный ФО). Высокие темпы региональной экспансии обеспечивают Группе временное преимущество в укреплении позиций на локальных рынках в отсутствие заметного конкурентного давления.

### **ФОРМАТ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ШИРОКУЮ АУДИТОРИЮ**

Группа развивает сеть гипермаркетов, ориентированных на население с различным уровнем доходов, что позволяет успешно позиционировать формат на региональных рынках. Гибкий подход к формированию товарной матрицы, включающей товары различных ценовых категорий, а также возможность предоставления широкого комплекса дополнительных услуг (см. также раздел «Маркетинг») являются отличительными особенностями развиваемого формата, что позитивно сказывается на показателях посещаемости сети.

### **ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ**

Товарная матрица магазинов Группы включает до 50 000 наименований, что дает покупателю возможность в ходе посещения гипермаркета одновременно приобретать продукцию различных категорий (детскую одежду, игрушки, питание и т.п.). Подобная универсальность товарной выкладки является дополнительным фактором увеличения трафика и привлекательности сети для целевой аудитории.

### **ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С ПОСТАВЩИКАМИ**

Увеличение масштабов бизнеса позволяет Группе добиваться выгодных условий оплаты и поставки продукции, включающих услуги по доставке товара напрямую силами поставщиков. Кроме того, в условиях отсутствия крупных отечественных производителей отдельных групп детских товаров сотрудничество с более чем 500 контрагентами позволяет формировать запасы готовой продукции в требуемом объеме.

### **ЭФФЕКТИВНАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ**

Менеджмент Группы уделяет большое внимание реализации различных программ лояльности, проведению промо-акций, информированию конечного потребителя о преимуществах сети «БАНАНА-МАМА». В качестве мер по повышению трафика практикуется предоставление дополнительных услуг, таких как консультации врача-педиатра или потребительское кредитование с использованием программ ведущих российских банков.

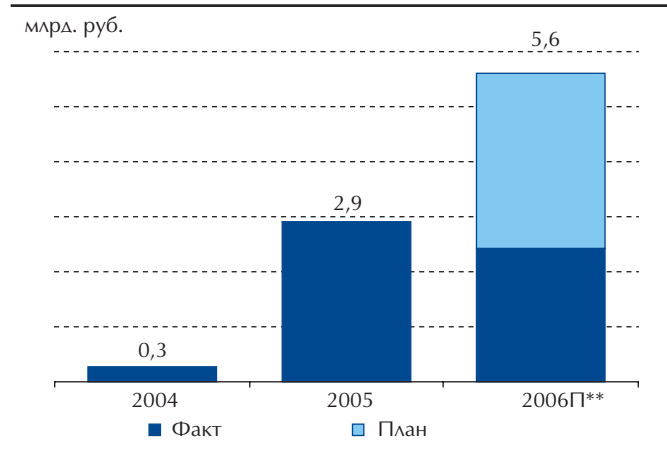
## Торговый оборот

За период 2004-2005 гг. торговый оборот сети «БАНАНА-МАМА» увеличился более чем в 11 раз и, по оценкам менеджмента, составит 5,6 млрд. руб. в текущем году (+93% год-к-году), за счет открытия новых гипермаркетов, рестайлинга существующих торговых площадей, маркетинговых инициатив, а также работы с товарной выкладкой.

Поскольку региональная экспансия Группы началась только в 2005 г., в географической структуре продаж на 01.07.06 г. преобладали исторические рынки формирования сети: на долю Центрального и Приволжского ФО пришлось до 65% торгового оборота.

По состоянию на 01.07.06 г. в структуре торгового оборота отсутствовали оптовые продажи, однако в планы менеджмента Группы входит развитие данного канала как механизма управления товарным запасами и оптимизации логистических процессов. По оценке менеджмента Группы, оптовые операции в объеме до 5% торгового оборота могут обеспечить рост показателей оборачиваемости товарных запасов с 3,5 мес. в 2005 г. до 3-3,2 мес. в 2007-2008 гг.

### Динамика торгового оборота сети «БАНАНА-МАМА» в 2004-2006 гг.\*

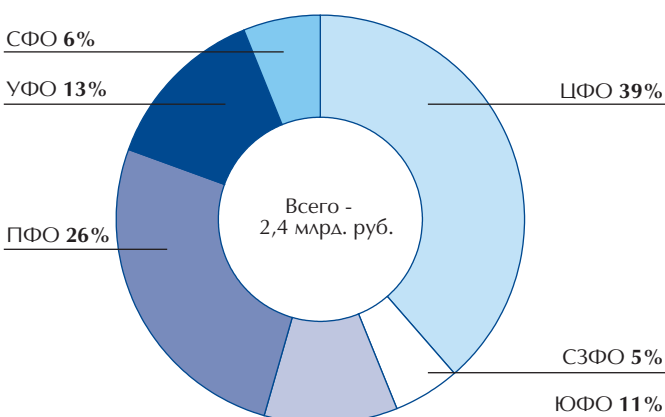


Источник: данные Группы

\* Розничные продажи с учетом НДС

\*\* С учетом факта за 1 пол. 2006 г.

### Региональная структура торгового оборота сети «БАНАНА-МАМА» в 1 пол. 2006 г.\*



Источник: данные Группы

\* Розничные продажи с учетом НДС

Специфика бизнеса сети предполагает преобладание в структуре торгового оборота непродовольственных товаров, на долю которых пришлось до 85% всех продаж в 1 пол. 2006 г. До половины торгового оборота Группы на 01.07.06 г. было сформировано за счет реализации детской одежды и игрушек.

В планы менеджмента Группы входит дальнейшее наращивание доли непродовольственного ассортимента до 88% продаж к 2008 г.

**Структура продаж сети гипермаркетов «БАНАНА-МАМА» в 1 пол. 2006 г.**

Вид продукции	Доля в торговом обороте, %
Текстиль	26%
Игрушки	20%
Парафармация	16%
Продовольственные товары	15%
Крупногабаритные товары (коляски, кровати и т.п.)	10%
Обувь	8%
Творчество (книги, диски, канцтовары, развивающие игры и т.п.)	5%
<b>Всего</b>	<b>100%</b>

Источник: данные Группы

Поскольку период активного формирования сети «БАНАНА-МАМА» пришелся на 2005 г. провести оценки динамики продаж на 1 гипермаркет и кв. м. торговой площади по сопоставимым торговым объектам затруднительно. По данным менеджмента Группы, период выхода гипермаркета на плановый объем продаж составляет около 6 месяцев и полугодовые результаты работы «старых» магазинов в 2005 г. не вполне подходят для сравнения с аналогичным периодом 2006 г.

Сопоставление также усложняет факт оттока части покупателей «старых» московских гипермаркетов в результате появления новых торговых объектов в различных районах г. Москва, повлиявших на перераспределение клиентской базы магазинов по территориальному признаку. Кроме того, в первом полугодии текущего года менеджмент Группы устраивал акции по распродаже товарных остатков, нацеленных на рост показателя оборачиваемости товарных запасов и увеличение посещаемости гипермаркетов сети.

**Статистика продаж на 1 гипермаркет сети «БАНАНА-МАМА»  
и 1 кв. м. торговой площади за 2005 г.**

	продажи на 1 гипермаркет (млн. руб.)	продажи на 1 кв.м. (тыс. руб.)
Магазины, открытые в 2004-1 кв. 2005 гг.	375,3	194,2
Магазины, открытые в 2-4 кв. 2005 г.	114,3*	46,2*
Магазины, открытые в 1 пол. 2006 г.	—	—

Источник: данные Группы

\* продажи за 9 месяцев 2005 г., 7 магазинов открыто в 4 квартале 2005 г.

**Статистика продаж на 1 гипермаркет сети «БАНАНА-МАМА»  
и 1 кв. м. торговой площади за 1 пол. 2006 г.**

	продажи на 1 гипермаркет (млн. руб.)	продажи на 1 кв.м. (тыс. руб.)
Магазины, открытые в 2004-1 кв. 2005 гг.	164,2	82,4
Магазины, открытые в 2-4 кв. 2005 г.	86,3	42,0
Магазины, открытые в 1 пол. 2006 г.	37,0	17,3

Источник: данные Группы

## Потребители

Целевая аудитория Группы охватывает различные возрастные категории населения: беременных женщин, детей, родителей, бабушек и дедушек. Маркетинговая политика сети ориентирована на потребителей, предпочитающих широкий ассортимент товаров по доступным ценам.

## Маркетинг

Основными факторами привлекательности сети для конечного потребителя являются:

- 1) **Ассортимент.** Товарная матрица магазинов Группы включает до 50 000 наименований товаров различных категорий (детское питание, игрушки, одежда и крупногабаритные товары), что позволяет покупателю приобрести все необходимое в одном гипермаркете. Структура выкладки товаров формируется на основе мониторинга предпочтения потребителей и рассчитана на удовлетворение потребностей покупателей с различным уровнем доходов. По результатам опроса покупателей, проведенного Группой, 43% респондентов назвали ассортимент товаров в качестве основного преимущества сети.
- 2) **Цена.** Контроль за издержками, выгодные условия закупок товара у поставщиков и прямые поставки продукции от производителей, а также эффективная система формирования наценок позволяют сети «БАНАНА-МАМА» придерживаться агрессивной политики ценообразования. Согласно опросу, проведенному Группой, 32% респондентов выделяют уровень цен в качестве основного конкурентного преимущества сети.
- 3) **Местоположение.** В качестве основных площадок для открытия гипермаркетов Группа рассматривает крупные торговые центры. Ключевыми критериями выбора местоположения магазина являются плотность жилой застройки в регионе, а также система подъездных транспортных путей и интенсивность трафика.
- 4) **Дополнительные услуги,** стандартный набор которых включает бесплатные консультации врача-педиатра, услуги по потребительскому кредитованию для физических лиц (программы банков «Русский Стандарт», «Хоум Кредит», «Русфинанс») и пр. В ближайшем будущем Группа планирует запустить следующие программы:
  - дополнительное обслуживание будущих мам, предполагающее формирование индивидуального заказа, проведение консультаций и пр.;
  - формирование информационной базы предпочтений покупателей с последующим предоставлением данной информации родственникам/друзьям клиентов для выбора подарка;
  - организация еженедельных консультаций для молодых родителей.

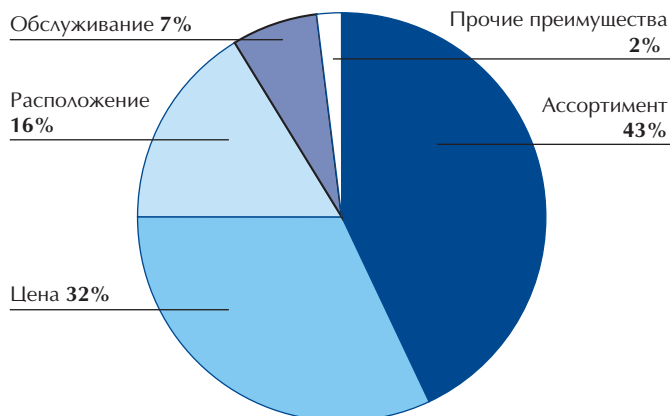
В рамках прочих маркетинговых инициатив по влиянию на интерес покупателей предпринимается:

- реклама в СМИ с целью привлечь внимание к обновлению ассортимента или стимулировать сезонные всплески спроса на отдельные виды продукции;
- программа лояльности покупателей через участие в клубе «БАНАНА-МАМА» для детей и родителей (участникам клуба предоставляются скидки на товар, рассылается информация о распродажах и акциях в магазинах);
- подарочные сертификаты;
- издание рекламного буклета с расписанием проводимых Группой мероприятий для детей и родителей.



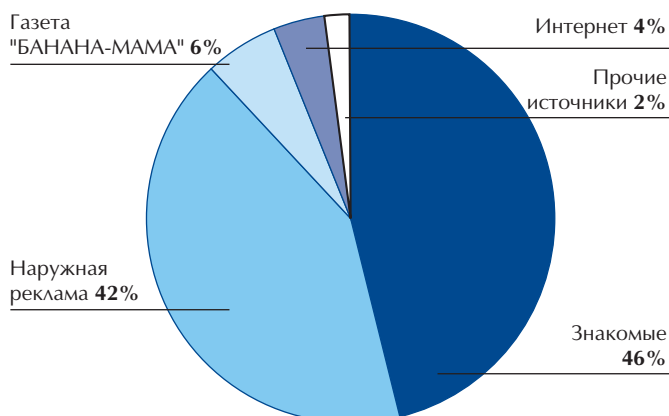
## Результаты опросов покупателей

### Ключевые факторы привлекательности сети «БАНАНА-МАМА»



Источник: данные Группы

### Источники информации о сети «БАНАНА-МАМА»



Источник: данные Группы

В 2007 г. менеджмент Группы планирует получить статус официального розничного дистрибьютора ведущих западных брендов детской одежды, что позволит сети обеспечить выгодные условия закупок товара, а также экономию на рекламных расходах и проведение совместных маркетинговых акций. В планы Группы входит доведение доли продаж товаров с участием брендодержателей до 30% оборота к 2008 г.

На 01.07.06 г. размер среднего чека региональных гипермаркетов сети составлял \$23, московских – \$43, однако в дальнейшем менеджмент Группы прогнозирует рост данного показателя за счет следующих факторов:

- расширения ассортимента имеющихся товарных групп за счет включения в номенклатуру реализуемой продукции товаров премиум-сегмента. В 2007 г. маркетинговая политика Группы будет направлена в том числе на привлечение покупателей с высоким уровнем доходов, в то время как в 2005-2006 гг. программы лояльности были нацелены преимущественно на аудиторию эконом-класса;
- введение дополнительных товаров непродовольственной категории (например, организация продаж детских мебельных гарнитуров, электробытовой техники и аксессуаров для детских комнат).

### Ценообразование

Процесс ценообразования сети осуществляется централизованно. Для целей определения максимальной торговой наценки в каждой товарной группе предусматривается установление индивидуальных наценок по отдельным товарным позициям/производителям, а также фиксированных цен на целевые товары.

Список целевых товаров включает до 150-200 наименований, по которым устанавливается минимальный по сравнению с конкурентным окружением уровень наценки. Поддержание наиболее низких цен в рамках целевых групп достигается, в том числе, за счет ежедневного мониторинга ценообразования конкурентов, в том числе на региональных рынках. В период проведения ежемесячных рекламных и маркетинговых акций предоставляются скидки до 50% на различные группы товаров (текстиль, обувь, канцтовары и др.). Группа практикует предоставление скидок в середине сезона, что является одним из факторов роста посещаемости сети.

Существующее программное обеспечение магазинов сети позволяет максимально оперативно реагировать на изменение конкурентной среды и в случае необходимости изменять уровень наценки одновременно во всех магазинах в течение одного дня.

## Менеджмент и сотрудники

Текущий состав высшего менеджмента сети «БАНАНА-МАМА» представлен в следующей таблице:

ФИО	Возраст	Позиция	Занимает должность с
Яковлев Олег Николаевич	35	Президент компании	16/06/2004
Куприянов Дмитрий Викторович	34	Генеральный директор	16/06/2004
Вейнбергер Снежана Борисовна	38	Финансовый директор	05/06/2006
Ляховец Дмитрий Валерьевич	32	Директор по бизнес – процессам	18/08/2005
Новаков Алексей Андреевич	40	Директор по логистике	01/06/2005
Семпастус Патрик	44	Директор операционного департамента	01/07/2006
Лукачевская Регина Михайловна	40	Коммерческий директор	20/10/2005
Шишкин Валерий Евгеньевич	35	Директор по организации работы в регионах	15/12/2004
Копылов Дмитрий Сергеевич	35	Директор Северо-Западного филиала и Директор Московского филиала	27/06/2005
Эйсман Виктор Владимирович	43	Директор Казанского филиала	01/09/2004
Шарапов Андрей Евгеньевич	40	Директор Самарского филиала	22/11/2004
Цветков Андрей Вячеславович	45	Директор Южного филиала	23/08/2004
Кирсанова Галина Викторовна	44	Директор Сибирского филиала	01/04/2005
Казаков Сергей Николаевич	31	Директор Уральского филиала	22/07/2004

Источник: данные Группы

### Яковлев Олег Николаевич

Образование: Санкт-Петербургский Университет МВД России, специальность – юриспруденция.

Предыдущий опыт работы: ООО «Эльдорадо».

В Группе работает с 2004 г.

### Куприянов Дмитрий Викторович

Образование: МГУ им. Ломоносова, специальность – психология.

Предыдущий опыт работы: ОАО «Вимм-Биль-Данн – Продукты Питания».

В Группе работает с 2003 г.

### Вейнбергер Снежана Борисовна

Образование: МИНХ. им. Плеханова, специальность – экономист, АНХ при

Правительстве РФ, специальность – менеджер, MBA: Стратегическое управление.

Предыдущий опыт работы: Deloitte & Touche.

В Группе работает с 2006 г.

### Ляховец Дмитрий Валерьевич

Образование: Московский энергетический институт, специальность – электромеханика.

Предыдущий опыт работы: ООО «САП СНГ и Страны Балтии».

В Группе работает с 2005 г.

**Новаков Алексей Андреевич**

Образование: Военный институт, Общевоинская Академия Вооружённых сил РФ, факультет военного государственного управления, MBA: логистика и управление сетями поставок.

Предыдущий опыт работы: Сеть универмагов «Фамилия».

В Группе работает с 2005 г.

**Семпастус Патрик**

Образование: Факультет коммерции при торгово-промышленной палате Тулона (Франция) 1981-1984 г., специальность – инспектор по продажам.

Предыдущий опыт работы: «Леруа Мерлен».

В Группе работает с 2006 г.

**Лукачевская Регина Михайловна**

Образование: ММСИ им. Семашко; МУПК, специальность – товароведение.

Предыдущий опыт работы: Сеть гипермаркетов «Мосмарт».

В Группе работает с 2005 г.

**Шишкин Валерий Евгеньевич**

Образование: СПбТТУРП, специальность – механика автоматизированных производств.

Предыдущий опыт работы: ЗАО «ФИРМА «ИНТРОН-ПЛЮС», занимающаяся производством, розничной и оптовой продажей мужской одежды.

В Группе работает с 2004 г.

**Копылов Дмитрий Сергеевич**

Образование: Очное Военное училище, специальность – инженер по эксплуатации автомобильной техники; Саратовский Государственный Социально – Экономический Университет, специальность – экономист.

Предыдущий опыт работы: ООО «Эльдорадо».

В Группе работает с 2005 г.

**Эйсман Виктор Владимирович**

Образование: Казанский Государственный Университет, факультет вычислительной математики и кибернетики, специальность – экономист-математик.

Предыдущий опыт работы: ООО «Эльдорадо».

В Группе работает с 2004 г.

**Шарапов Андрей Евгеньевич**

Образование: Международный институт рынка, специальность – экономика и управление на предприятии.

Предыдущий опыт работы: ООО «Эльдорадо».

В Группе работает с 2004 г.

**Цветков Андрей Вячеславович**

Образование: Казанский Государственный Университет, факультет вычислительной математики и кибернетики, специальность – экономист-математик.

Предыдущий опыт работы: Жилищно-строительный кооператив «Нирлан-Новосел».

В Группе работает с 2004 г.

**Кирсанова Галина Викторовна**

Образование: Сибирский технологический институт, специальность – экономика и организация лесной промышленности и лесного хозяйства, квалификация – инженер-экономист.

Предыдущий опыт работы: ООО «Самсон-Красноярск».

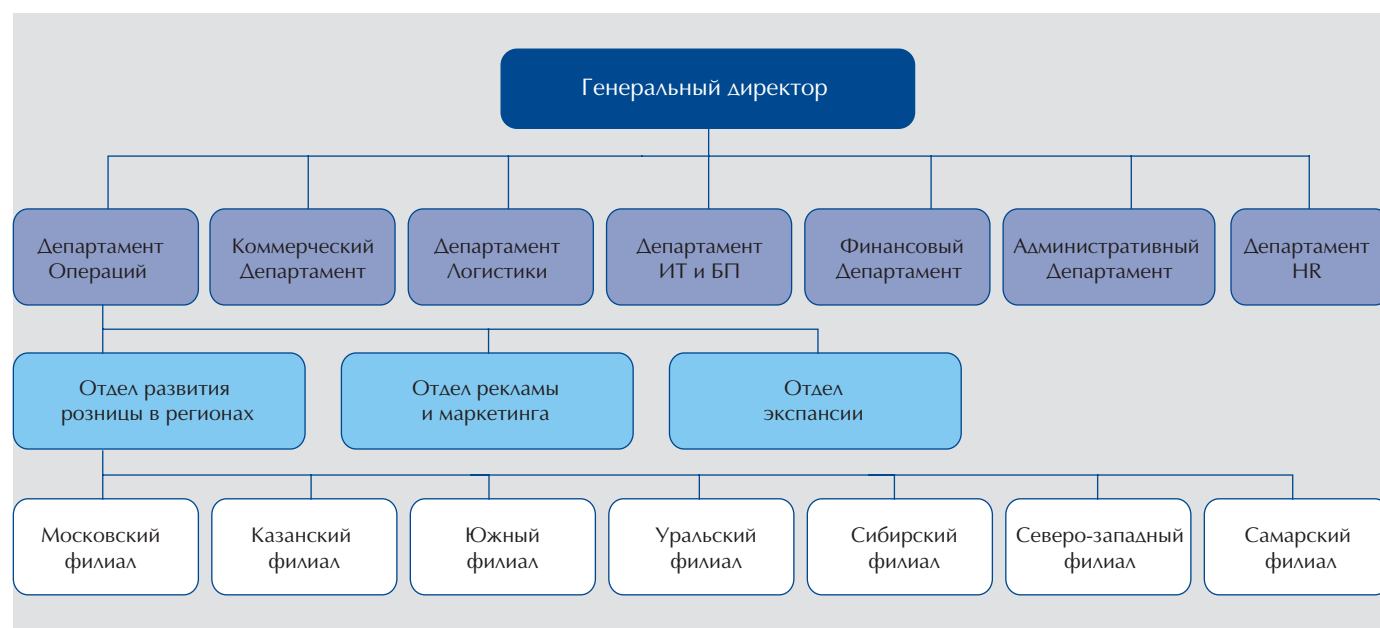
В Группе работает с 2005 г.

**Казаков Сергей Николаевич**

Образование: Пермский военный институт. Специальность – инженер управления информатики и вычислительных систем.

Предыдущий опыт работы: ООО «Эльдорадо».

В Группе работает с 2004 г.

**Организационная структура Группы на 01.07.06 г**

Источник: данные Группы

Кадровая политика Группы предусматривает обязательную стажировку торгового и складского персонала с целью повышения профессиональных навыков. В планах Группы создание школы повышения квалификации торгового персонала, в том числе введение эксклюзивной 7-месячной программы обучения для директоров магазинов.

В настоящее время количество работающих в одном гипермаркете сети «БАНАНА-МАМА» составляет в среднем 50-65 человек.

Используемое программное оборудование позволяет получать сводные данные о времени работы каждого кассового терминала, определять количество пробитых чеков за день и статистику, используемую руководством для контроля за работой персонала. В качестве инструментов мотивации сотрудников наряду с заработной платой торговому персоналу выплачиваются премии. Менеджмент Группы планирует внедрение программ мотивации персональных продаж продавца.

**Количество сотрудников по бизнес-сегментам на 2004–1 пол.2006 гг.**

Сегменты	2004	2005	01.07.2006 г.
Офис	52	208	235
Склад	64	268	297
Магазины	65	1 642	2 023
<b>Итого численность</b>	<b>181</b>	<b>2 118</b>	<b>2 555</b>

Источник: данные Группы



## Операционная деятельность

### История развития

В апреле 2004 г. был открыт первый гипермаркет детских товаров «БАНАНА-МАМА» в Москве, торговая площадь которого составила 1,8 тыс. кв. м. Высокий интерес покупателей (более 150 тыс. посещений в первый месяц работы гипермаркета) стал стимулом активного расширения сети в Москве и регионах в 2005-2006 гг.

На конец 2005 г. розничная сеть Группы включала 23 гипермаркета, расположенных во всех федеральных округах, кроме Дальневосточного. Торговый оборот сети по итогам 2005 г. составил 2,9 млрд. руб., увеличившись более чем в 11 раз по сравнению с 2004 г.

### Развитие розничной сети «БАНАНА-МАМА» в 2004–2006 гг.

Формат	2004 г.	2005 г.	10.08.06 г.
Гипермаркет	3	23	38
<i>Прирост, кол-во</i>		20	15

Источник: данные Группы

### Розничная сеть

По состоянию на 10.08.06 г. сеть насчитывала 38 гипермаркетов в шести федеральных округах РФ, большая часть которых была сосредоточена в Центральном и Приволжском ФО. В 2004-2005 гг. наблюдалось ускорение темпов роста сети, к концу 2006 г. Группа планирует открыть еще 14 гипермаркетов, из них 3 в г. Москва.

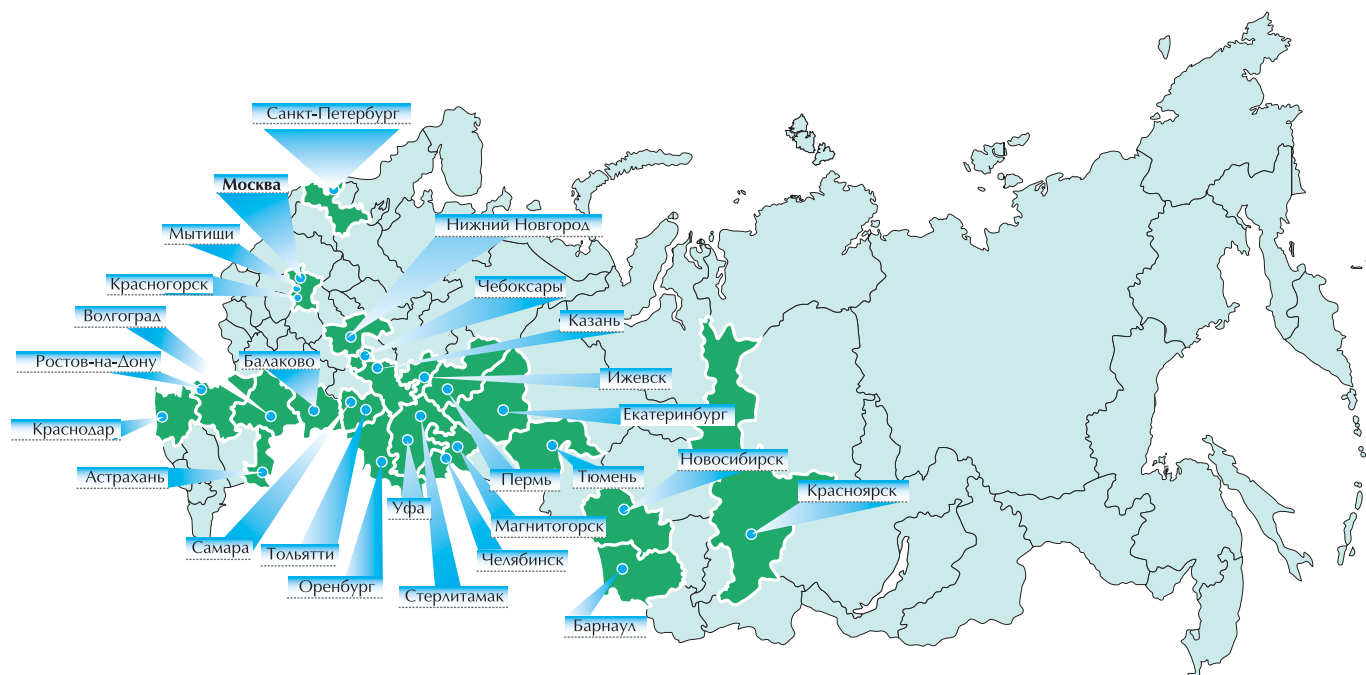
### География торговой сети «БАНАНА-МАМА» на 10.08.06 г.

Федеральный округ	Города	Количество гипермаркетов
Приволжский	Казань, Уфа, Балаково, Ижевск, Н.Новгород, Оренбург, Пермь, Самара, Стерлитамак, Тольятти, Чебоксары	15
Центральный	Москва, Мытиши, Красногорск	10
Южный	Астрахань, Волгоград, Краснодар, Ростов-на-Дону	4
Уральский	Екатеринбург, Магнитогорск, Тюмень, Челябинск	4
Сибирский	Барнаул, Красноярск, Новосибирск	3
Северо-Западный	Санкт-Петербург	2
<b>Итого</b>		<b>38</b>

Источник: данные Группы

За время существования сети не было закрыто ни одного гипермаркета, все торговые объекты в плановые сроки выходили на прогнозный объем продаж.

## География торговой сети «БАНАНА-МАМА» (гипермаркеты) по состоянию на 10.08.06 г.



Источник: данные Группы

Базовые характеристики магазина сети «БАНАНА-МАМА» приведены в следующей таблице:

## Базовые характеристики магазина торговой сети «БАНАНА-МАМА»

Формат	Гипермаркет
Форма освоения территорий	Аренда
Торговая площадь, кв. м	800-3 800
Ассортимент (кол-во наименований)	50 000
Доп. услуги	Бесплатные консультации врача-педиатра, услуги по потребительскому кредитованию для физических лиц, клубные карты

Источник: данные Группы

На 10.08.06 г. общая площадь гипермаркетов сети «БАНАНА-МАМА» составляла около 90 тыс. кв. м, при этом почти вся общая площадь была занята торговыми залами. В гипермаркетах сети отсутствуют специальные складские помещения, торговые залы магазинов оборудованы высокими многоярусными стеллажами, на верхних полках которых хранится запас товаров, необходимый для ежедневного обновления выкладки.

Все гипермаркеты «БАНАНА-МАМА» располагаются на арендованных площадях, сроки аренды которых варьируются от одного до пяти лет. Группа арендует торговые объекты также и у муниципалитетов, однако доля таких площадей на 01.08.06 г. не превышала 2%. В дальнейшем стратегия развития сети предполагает аренду вновь открываемых магазинов, а также покупку недвижимости. Целевым соотношением собственные/арендованные площади для сети «БАНАНА-МАМА» является 10/90.

В среднесрочной перспективе Группа планирует продолжать активное расширение сети как в Москве так и в регионах. Согласно стратегии развития к концу 2009 г. сеть будет насчитывать более 30 магазинов в Москве, более 12 – в Санкт-Петербурге, по 2-3 гипермаркета в остальных городах-миллионниках и по 1-2 торговых объекта в городах с численностью населения от 500 тыс. до 1 млн. чел. Основными критериями выбора региона/города присутствия сети являются уровень доходов населения, объем розничного товарооборота, показатели рождаемости и степень насыщенности локального рынка детских товаров. Кроме того, в настоящее время Группа разрабатывает товарную матрицу и формат магазинов меньшей площади (от 800 до 1 000 кв.м.), что позволит Группе варьировать размеры открываемого магазина в зависимости от объема рынка, в том числе, в городах с населением 250-500 тыс. чел.

#### Прогноз развития сети «БАНАНА-МАМА» до 2009 г.

	2006	2007	2008	2009
Количество гипермаркетов на конец года:	52	87	128	159
Прирост за год, кол-во	29	35	41	31

Источник: данные Группы

#### Private label

С 2006 г. Группа приступила к развитию направления продаж private label (далее PL). Специально для сети «БАНАНА-МАМА» производятся обувь (под марками «Jekky»), текстильная продукция («bugsy», «Jekky»), коляски («bugsy», «OLDI») и игрушки («bugsy»). К концу 2006 г. на долю PL будет приходиться до 80% ассортимента обуви, до 20% ассортимента товарной группы «Текстиль» и около 50% ассортимента крупногабаритных товаров. При этом доля продаж PL в торговом обороте сети по итогам 2006 г. ожидается на уровне 15-17%. Среднесрочная стратегия развития Группы предусматривает дальнейшее увеличение доли PL в ассортименте, в том числе, внедрение PL в парафармации и игрушках, и, соответственно, увеличение доли PL в торговом обороте до 30% к 2008 г.

#### Поставщики

Ресурсная база сети «БАНАНА-МАМА» характеризуется высокой степенью диверсификации: торговая сеть сотрудничает более чем с 500 поставщиками. По состоянию на 01.07.06 г. в рамках отдельной товарной группы доля одного контрагента не превышала 30% поставок. Исключение составляли закупки детской обуви, до 45% которых обеспечивало ООО «Галант».

Наибольший процент в поставках продукции парафармации на 01.07.06 г. приходился на ООО «Центральная Дистрибьюторская Компания» (Procter & Gamble), текстиля – на ООО «ГЛОРИЯ ДЖИНС М», игрушек – на ООО «С-Трейд». Крупнейшими поставщиками детского питания являлись ООО «Нутриция» и ООО «Нестле Фуд», крупногабаритных товаров – ЗАО «ДЕТИ». Стандартный срок договора с поставщиком составляет один год, с возможностью дальнейшей пролонгации.

**Условия расчетов с поставщиками на 01.07.06 г.**

<b>Товарная группа</b>	<b>Условия расчетов</b>
Обувь	До 45-50% закупок осуществляется по предоплате, средний срок отсрочки составляет 90 банковских дней
Текстиль	До 10% поставок осуществляется по предоплате, средняя отсрочка платежа составляет 60 банковских дней
Игрушки	До 5% поставок осуществляется по предоплате, средняя отсрочка платежа составляет 50-80 банковских дней
Парафармация	Продукция поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 21 банковского дня
Питание	Продукция поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 21 банковского дня
КГТ	До 5-10% закупок приходится на предоплату и оплату по факту поставки, оставшаяся часть поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 50 банковских дней
Творчество	Продукция поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 70 банковский дней

Источник: данные Группы

Рост сети гипермаркетов позволит Группе заключать контракты на более выгодных условиях, в первую очередь снижать долю предоплаты в закупках различных категорий товаров, а также добиваться более длительной отсрочки платежа за поставленную продукцию.

Выставление заявок на поставку товара у «глобальных» поставщиков осуществляется менеджерами центрального офиса (ЦО), у локальных поставщиков – менеджерами филиалов. Уровень децентрализации заказов дифференцируется по разным товарным группам: детское питание полностью заказывается на уровне филиала, товары парафармации – на 60%, текстильные товары – на 20%, для крупногабаритных товаров практикуются централизованные закупки. В настоящее время принято решение о максимальной децентрализации заказов и передаче соответствующих полномочий менеджерам филиалов. Заказы аккумулируются в системе SAP, контролируются и оплачиваются ООО ТД «Триал».

**Управление запасами и транспортными потоками**

Учет и снабжение магазинов товаром происходит с использованием автоматизированной системы учета запасов. Все документы по товародвижению в магазинах (в том числе чеки) импортируются из торговых систем в единую систему SAP R/3. Основываясь на динамике продаж за 3-х месячный период и особенностях логистики каждой товарной группы устанавливается норматив по периоду оборота запасов, на базе которого, с учетом фактора сезонности, осуществляется расчет оптимальной партии товара и частоты заказов. По детскому питанию в подавляющем большинстве случаев заказы формируются раз в неделю, по непродовольственному ассортименту периодичность заказов варьируется от 1-2 недель (для стабильного ассортимента) до 3 месяцев (в случае оформлении заказа на импортный товар у российских поставщиков), в зависимости от товарной группы.

Исходя из прогноза продаж, плеча поставки в соответствующий регион и оптимальной частоты заказов, составляется график заказов на месяц. Кроме того, для каждой поставки учитываются нормативные сроки обработки товара в едином распределительном центре (ЕРЦ) и в магазинах, рассчитываемые на основе исторических значений данного показателя, а также текущих и плановых возможностей подразделений. Возможные отклонения от нормативов и непрогнозируемые всплески продаж компенсируются страховым запасом, расчет которого производится на основе статистики реализации и времени обработки товара с учетом заданного уровня надежности покрытия. Для различных товарных групп размер страхового покрытия обеспечивает 5-7 дней продаж.

В 4 кв. 2006 г. Группа планирует запуск модуля автозаказа в SAP, который позволит автоматически учитывать все параметры закупок.

Около 70% оборота товаров проходит через ЕРЦ Группы, расположенный в Московской области, остальные 30% продукции доставляются силами поставщиков непосредственно в магазины сети. Поставки продукции в ЕРЦ также осуществляются напрямую от производителя, в то время как услуги по доставке товаров из ЕРЦ в гипермаркеты Группе оказывает сторонняя логистическая компания.

Рабочая площадь ЕРЦ составляет 7,5 тыс. кв. м., высота помещения 15 м., товары хранятся на 4-х ярусах стеллажей, отсортированные по направлениям или по заявкам. Группа арендует помещение данного ЕРЦ и в настоящий момент ведет переговоры об аренде складской площади размером до 30 тыс. кв. м. в ближнем Подмосковье. Кроме того, в 2007 г. менеджмент Группы планирует открыть РЦ площадью до 8 тыс. кв. м. в Сибирском филиале, что позволит оптимизировать логистические операции за Уралом.

Отгрузка товара осуществляется согласно графику поставок и маршруту, спланированному в транспортном отделе ЦО. Исходя из того, что в каждый регион машина направляется раз в три дня, а в московские магазины товары доставляются ежедневно, планируется недельный график поставок, который направляется всем транспортным компаниям, участвующим в его выполнении. Транспортный отдел Группы формирует основные маршруты, составленные исходя из минимизации времени доставки и тарифа на перевозку (в частности, одно грузовое место может включать заказы для нескольких магазинов).

В дальнейшем, в рамках задачи оптимизации транспортных потоков предполагается:

- организовать сборные маршруты для разных городов (в настоящее время количество пунктов разгрузки не превышает двух);
- увеличить долю кроссдокинга (потоков товаров, не требующих разгрузки на складе);
- увеличить долю прямых поставок от производителей.

По итогам с 01.11.2005 г. по 30.07.2006 г. убытки от порчи, пропажи складских остатков, а также товаров с полок магазинов составили 0,06% торгового оборота. Кроме того, отделом качества за этот период было возвращено бракованного товара на сумму 0,16% от оборота, рассчитанного в ценах себестоимости.

## Информационные технологии

Менеджмент Группы придает большое значение информационной поддержке деятельности сети. Группа использует в своей деятельности современные информационные системы, позволяющие:

- аккумулировать данные по продажам и запасам во всех магазинах в ЦО;
- осуществлять централизованное формирование заказов;
- осуществлять автоматизацию управления ассортиментным рядом, процессом приемки товаров в магазинах, а также ускорять обмен информацией между магазинами, ЦО и ЕРЦ;
- анализировать эффективность продаж каждого магазина, кассы, группы товаров и отдельного товара;
- получать статистические данные для ведения бухгалтерского и управленческого учета.

## Информационные системы, используемые Группой

ПО	Сфера применения
<b>Используемое ПО</b>	
1С 7.7 Бухгалтерия	бухгалтерский учет
1С 8.0 Торговля-склад	складской учет
mySAP ERP 2004	комплект программного обеспечения, включающий следующие управленческие модули: финансы, контролинг (управление затратами), управление логистикой
TradeX, Супермаг 2000	управление торговыми процессами в магазинах
PosX, УКМ 4.0	управление постерминалами
<b>ПО, внедрение которого планируется в 2007-2012 гг.</b>	
Spaceman	управление размещением (выкладкой) товара в торговом зале
Cognos	обработка данных, формирование отчетности
Oracle	управление базами данных
Warehouse system management	управление движением товара на складе,
Open View Service Desk	адресное хранение организация служб HelpDesk и мониторинг состояния оборудования

Источник: данные Группы

## Капитальные вложения

Ключевыми направлениями капитальных вложений Группы являются инвестиции в расширение торговой сети. В 2005 г. объем капвложений превысил 400 млн. руб. по сравнению с 85 млн. в 2004 г., и, по оценкам менеджмента, составит около 600 млн. руб. в текущем году. Основными направлениями инвестиций в 2006 г. являются открытие новых торговых объектов, а также внедрение нового ПО, в том числе ERP системы SAP R/3, в магазинах и ЕРЦ сети.

Средний уровень затрат на открытие гипермаркета, включая покупку оборудования, составляет \$480-500 на кв.м. Согласно внутренней учетной политике Группы капитализации подлежат:

- затраты на ремонт существующих магазинов, превышающие \$5 000;
- расходы на строительно-ремонтные работы, торговое и IT оборудование для новых магазинов, а также административные, рекламные и юридические затраты на открытие гипермаркетов до получения торговыми объектами первой выручки;
- затраты на внедряемые Группой информационные технологии и системы.

Срок окупаемости гипермаркета составляет от года до двух лет в зависимости от территориального расположения и площади.

### Структура затрат на открытие гипермаркетов Группы в 1 пол. 2006 г.

Статья затрат	Структура затрат на открытие магазина с НДС
Строительные работы, ремонт и отделка	40%
Оборудование	40%
Реклама, административные и юридические расходы	20%
<b>Итого</b>	<b>100%</b>

Источник: данные Группы



## Анализ финансового состояния

Анализ финансовой отчетности Группы компаний «БАНАНА-МАМА» проводился на базе неаудированной консолидированной управленческой отчетности, составленной по стандартам РСБУ. Менеджмент Группы планирует завершить подготовку аудированной отчетности по МСФО за 2007 г. в первой половине 2008 г.

### Анализ финансовых результатов

Отчет о прибылях и убытках Группы «БАНАНА-МАМА» за 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Выручка	232 141	2 631 233	2 198 559
Себестоимость	(178 284)	(2 007 631)	(1 714 876)
<b>Валовая прибыль</b>	<b>53 857</b>	<b>623 602</b>	<b>483 683</b>
<i>Валовая рентабельность, %</i>	<i>23,2%</i>	<i>23,7%</i>	<i>22,0%</i>
Коммерческие и административные расходы	(48 807)	(461 636)	(311 080)
Прочие операционные расходы	(13)	(16 708)	(10 545)
Прочие операционные доходы	–	17 184	6 560
<b>Операционная прибыль</b>	<b>5 037</b>	<b>162 442</b>	<b>168 618</b>
<i>Операционная рентабельность, %</i>	<i>2,2%</i>	<i>6,2%</i>	<i>7,7%</i>
Проценты к уплате	–	(35 407)	(56 698)
Проценты к получению	–	5 012	3 082
Сальдо прочих доходов/расходов	(6)	(4 303)	(2 765)
<b>Прибыль до налогообложения</b>	<b>5 031</b>	<b>127 744</b>	<b>112 237</b>
Налог на прибыль и иные аналогичные платежи	(14)	(1 049)	(1 448)
<b>Чистая прибыль</b>	<b>5 017</b>	<b>126 695</b>	<b>110 789</b>
<i>Рентабельность чистой прибыли, %</i>	<i>2,2%</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,0%</i>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

На протяжении 2004-2006 гг. сеть демонстрировала высокие темпы развития бизнеса: в 2005 г. выручка увеличилась более чем в 11 раз и ожидается на уровне 5,1 млрд. руб. в 2006 г. (+93% год-к-году). Валовая рентабельность Группы по итогам 2006 г. оценивается на уровне 23,8%, что практически соответствует уровню 2005 г. По прогнозам менеджмента Группы, в среднесрочной перспективе торговая наценка сети будет колебаться в диапазоне 23-24%. Региональная экспансия, рост конкурентного давления, а также внедрение оптовых продаж будут уравниваться (1) изменением товарной структуры торгового борота в пользу роста доли непродовольственного ассортимента и (2) получением выгодных условий закупок за счет эффективной работы с поставщиками (см. также раздел «Маркетинг»).

В 2006 г. менеджмент Группы ожидает рост показателя операционной рентабельности до 7,6% за счет роста отдачи от открытых в 2005 г. магазинов, наращивания доли private label в торговом обороте, а также работы по автоматизации основных бизнес-процессов.

## Структура затрат

Себестоимость розничных продаж представляет собой стоимость товарных запасов, учет которых для целей налоговой отчетности ведется по среднемесячной стоимости единицы. Для целей управленческой отчетности учет себестоимости ведется по методу ЛИФО, что по мере улучшения условий закупок нашло отражение в более высоком показателе валовой рентабельности по данным управленческого учета за 2005-1 пол. 2006 гг.

В структуре коммерческих затрат розничного блока преобладают затраты на персонал и арендные расходы, в совокупности формирующие до 78% данной статьи и полностью относимые на текущие расходы в рамках налоговой отчетности (см. также раздел «Капитальные вложения»).

### Структура коммерческих затрат в 1 пол. 2006 г.

Статья расходов	Доля в общей сумме, %
Аренда	48%
Персонал	30%
Транспорт	8%
Рекламные расходы	7%
Прочие	7%
<b>Итого</b>	<b>100%</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

## Анализ активов

### Баланс «БАНАНА-МАМА» за 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Основные средства	53 853	183 104	345 955
Нематериальные активы	–	53	56
Прочие внеоборотные активы	33 424	75 369	142 371
<b>Внеоборотные активы</b>	<b>87 277</b>	<b>258 526</b>	<b>488 382</b>
Запасы	198 070	966 803	1 088 587
Дебиторская задолженность	21 685	471 344	374 501
НДС	24 721	168 736	153 055
Денежные средства	861	102 050	21 808
<b>Оборотные активы</b>	<b>245 337</b>	<b>1 708 933</b>	<b>1 637 951</b>
<b>Всего активы</b>	<b>332 614</b>	<b>1 967 459</b>	<b>2 126 333</b>
УК	30	30	30
Нераспределенная прибыль/(непокрытый убыток)	5 017	131 712	242 501
<b>Собственный капитал</b>	<b>5 047</b>	<b>131 742</b>	<b>242 531</b>
Кредиты и займы	–	–	–
<b>Долгосрочные обязательства</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
Кредиторская задолженность	296 556	734 021	564 420
Кредиты и займы	31 011	1 101 696	1 319 382
<b>Краткосрочные обязательства</b>	<b>327 567</b>	<b>1 835 717</b>	<b>1 883 802</b>
<b>Всего капитал и обязательства</b>	<b>332 614</b>	<b>1 967 459</b>	<b>2 126 333</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

За период 2004-1 пол. 2006 гг. активы Группы возросли в 6,4 раза, преимущественно за счет увеличения оборотной составляющей (товарных запасов) по мере развития сети. Основным источником финансирования оборотного капитала на протяжении рассматриваемого периода являлись краткосрочные заемные средства.

#### Структура внеоборотных активов Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Основные средства	53 853	183 104	345 955
Нематериальные активы	–	53	56
Прочие внеоборотные активы	33 424	75 369	142 371
<b>Внеоборотные активы</b>	<b>87 277</b>	<b>258 526</b>	<b>488 382</b>
%	2004	2005	1 пол. 2006
Основные средства	16,2%	9,3%	16,3%
Нематериальные активы	0,0%	0,0%	0,0%
Прочие внеоборотные активы	10,0%	3,8%	6,7%
<b>Внеоборотные активы</b>	<b>26,2%</b>	<b>13,1%</b>	<b>23,0%</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По состоянию на 01.07.06 г. на внеоборотные активы пришлось 23% валюты баланса, из которых основная часть (более 70%) была сформирована основными средствами, представленными складским и торговым оборудованием.

#### Структура оборотных активов Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Запасы	198 070	966 803	1 088 587
Дебиторская задолженность	21 685	471 344	374 501
НДС	24 721	168 736	153 055
Денежные средства	861	102 050	21 808
<b>Оборотные активы</b>	<b>245 337</b>	<b>1 708 933</b>	<b>1 637 951</b>
%	2004	2005	1 пол. 2006
Запасы	59,5%	49,1%	51,2%
Дебиторская задолженность	6,5%	24,0%	17,6%
НДС	7,4%	8,6%	7,2%
Денежные средства	0,3%	5,2%	1,0%
<b>Оборотные активы</b>	<b>73,8%</b>	<b>86,9%</b>	<b>77,0%</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По состоянию на 01.07.06 г. наибольший вес в структуре оборотных активов (66%) приходится на товарные запасы, представленные продукцией для перепродажи. По состоянию на 01.07.06 г. товарные запасы Группы представляли единственный вид залогового обеспечения по текущим кредитам Группы. Целью настоящего облигационного займа является высвобождение данного имущества из-под залога путем рефинансирования части кредитного портфеля.

Второй крупнейшей статьёй, сформировавшей 23% оборотных активов и 18% валюты баланса, стала дебиторская задолженность, возникающая в результате авансового характера расчетов с поставщиками отдельных групп товаров (см. также раздел «Поставщики»).

## Анализ пассивов

## Структура собственного капитала Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
УК	30	30	30
Нераспределенная прибыль/(непокрытый убыток)	5 017	131 712	242 501
<b>Собственный капитал</b>	<b>5 047</b>	<b>131 742</b>	<b>242 531</b>
%	2004	2005	1 пол. 2006
УК	0,0%	0,0%	0,0%
Нераспределенная прибыль/(непокрытый убыток)	1,5%	6,7%	11,4%
<b>Собственный капитал</b>	<b>1,5%</b>	<b>6,7%</b>	<b>11,4%</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

Собственный капитал Группы на 01.07.06 г. был полностью сформирован за счет нераспределенной прибыли.

## Структура обязательств Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Кредиторская задолженность	296 556	734 021	564 420
Кредиты и займы	31 011	1 101 696	1 319 382
<b>Обязательства</b>	<b>327 567</b>	<b>1 835 717</b>	<b>1 883 802</b>
%	2004	2005	1 пол. 2006
Кредиторская задолженность	89,2%	37,3%	26,5%
Кредиты и займы	9,3%	56,0%	62,0%
<b>Обязательства</b>	<b>98,5%</b>	<b>93,3%</b>	<b>88,6%</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

В структуре обязательств Ассоциации преобладает финансовый долг, на который по итогам 1 пол. 2006 г. пришлось 70% всех обязательств и 62% валюты баланса. В качестве заемщиков выступают операционная компания Группы ООО ТД «Триал» и владеющее оборудованием ООО «БАНАНА-МАМА».

В структуре кредиторской задолженности, сформировавшей на 01.07.06 г. 27% валюты баланса, преобладает задолженность перед поставщиками и подрядчиками, на которую пришлось до 98% расчетов с кредиторами. На кредиторов первой очереди – персонал, бюджет и внебюджетные фонды – по состоянию на 01.07.06 г. пришлось около 2% кредиторской задолженности.

## Структура финансового долга Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель, тыс. руб.	2004	2005	1 пол. 2006
Обязательства	327 567	1 835 717	1 883 802
Финансовый долг	31 011	1 101 696	1 319 382
% от обязательств	9,5%	60,0%	70,0%
Проценты уплаченные	–	(35 407)	(56 698)
Денежные средства	861	102 050	21 808
Чистый долг	30 150	999 646	1 297 574

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

В качестве источника финансирования роста розничной сети в 2004 – 1 пол. 2006 гг. Группа активно использовала заемные средства Московского кредитного банка, МДМ-Банка и Альфа-Банка. В результате на 01.01.06 г. соотношение финансовый долг/операционная прибыль составило 6,8х и по итогам текущего года ожидается на уровне 4,7х.

#### Структура кредитного портфеля Группы «БАНАНА-МАМА» на 29.08.06 г.

Кредитор/заемщик	Валюта	Остаток задолженности
<b>ООО ТД «Триал»</b>		
Московский Кредитный банк	RUR	208 000 000
МДМ	RUR	649 400 000
	USD	200 000
Альфа-банк	RUR	312 000 000
<b>ООО «Рустрэстинвест»</b>		
Московский Кредитный банк	RUR	100 000 000
<b>ООО «БАНАНА-МАМА»</b>		
МДМ	RUR	197 000 000
<b>Итого</b>	<b>RUR</b>	<b>1 466 400 000</b>
	<b>USD</b>	<b>200 000</b>

Источник: данные Группы

#### График погашений привлеченных кредитов

Валюта, тыс.	2006 г.	2007 г.
RUR	513 700	952 700
USD	200	–

Источник: данные Группы

#### Показатели ликвидности и оборачиваемости

С помощью оборотных активов Группа способна погасить до 87% краткосрочных обязательств. Невысокий показатель текущей ликвидности объясняется низкой долей дебиторской задолженности в структуре активов в связи со спецификой деятельности. Вместе с тем, сравнение показателей ликвидности Группы с аналогичными коэффициентами прочих компаний сетевого ритейла позволяет заключить, что данные показатели Группы находятся на уровне среднеотраслевых.

#### Показатели ликвидности Группы «БАНАНА-МАМА» в 2004–1 пол. 2006 гг.

Показатель	2004	2005	1 пол. 2006
Срочная ликвидность, х	0,07	0,31	0,21
Текущая ликвидность, х	0,75	0,93	0,87
Оборотный капитал, тыс. руб.	(83 091)	(228 834)	(267 659)

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По итогам 2005 г. цикл оборота наличности Группы составил около 1,5 месяцев, однако за счет кредитов поставщиков и работы по сокращению времени оборачиваемости запасов менеджмент планирует снизить данный показатель до 3-4-х недель к концу 2008 г.

## Показатели оборачиваемости Группы «БАНАНА-МАМА» в 2005 г.

Показатель	2005
Оборачиваемость запасов, дней	106
Оборачиваемость дебиторской зад-ти, дней	34
Оборачиваемость кредиторской зад-ти, дней	94
<b>Цикл оборота наличности, дней</b>	<b>46</b>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

## Прогноз денежных потоков для исполнения обязательств по облигациям

Основные финансовые показатели, тыс. руб.	2005	2006П	2007П	2008П
<b>Финансовые результаты</b>				
Выручка	2 631 233	5 080 645	7 258 065	12 096 774
Операционная прибыль	162 442	388 129	532 079	788 799
Чистая прибыль	126 695	227 580	330 292	564 697
<b>Показатели рентабельности</b>				
Валовая рентабельность, %	23,7%	23,8%	24,0%	23,5%
Операционная рентабельность, %	6,2%	7,6%	7,3%	6,5%
Рентабельность чистой прибыли, %	4,8%	4,5%	4,6%	4,7%
<b>Балансовые показатели</b>				
Активы	1 967 459	3 128 674	4 492 182	5 439 644
Собственный капитал	131 742	359 322	689 614	1 254 311
Обязательства	1 835 717	2 769 352	3 802 568	4 185 333
Финансовый долг, в т. ч.	1 101 696	1 809 382	1 702 568	1 350 333
Краткосрочные кредиты и займы, %	100,0%	44,7%	41,3%	25,9%
Долгосрочные кредиты и займы, %	0,0%	55,3%	58,7%	74,1%
Процентные платежи	(35 407)	(122 956)	(145 000)	(125 000)
Денежные средства и их эквиваленты	102 050	63 670	22 300	52 500
Чистый долг	999 646	1 745 712	1 680 268	1 297 833
<b>Финансовые коэффициенты</b>				
Выручка/Финансовый долг	2,39	2,81	4,26	8,96
Финансовый долг/Операционная прибыль	6,78	4,66	3,20	1,71
Финансовый долг/Собственный капитал	8,36	5,04	2,47	1,08
Финансовый долг/Активы	0,56	0,58	0,38	0,25
Операционная прибыль/Процентные расходы	4,59	3,16	3,67	6,31

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы



## Факторы риска

Инвестиции в Облигации связаны с потенциальными рисками, которые необходимо учитывать при принятии решения о покупке ценных бумаг. Некоторые основные риски кратко изложены в настоящем меморандуме, однако приведенный перечень не является исчерпывающим. Инвестиционные риски, связанные с Облигациями, могут привести к уменьшению доходов, увеличению расходов, снижению цены Облигаций, а также к частичной или полной потере вложенных средств.

### Страновые и региональные риски

#### РИСКИ ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Российская экономика находится в стадии трансформации, характеризующейся периодами нестабильности. Так, в августе 1998 г. было приостановлено обслуживание части внутреннего и внешнего долга, произошло обесценение рубля и был объявлен мораторий на выплаты по валютным займам. Являясь страной с переходной экономикой, Россия пока не имеет достаточно развитой деловой и законодательной инфраструктуры, еще не завершены реформы, направленные на создание банковской, судебной, налоговой и законодательной систем, подобных существующим в странах с развитыми рыночными отношениями. Экономика России характеризуется доминированием нефтегазового сектора, в товарной структуре экспорта преобладает сырье (нефть, газ, продукция цветной и черной металлургии и т. д.), что делает Россию зависимой от международной конъюнктуры на сырьевых рынках.

#### РИСКИ ИЗМЕНЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Поскольку российское законодательство находится в процессе формирования, существует неопределенность в отношении инвестиций и коммерческой деятельности Эмитента и Поручителя. В настоящий момент можно выделить следующие основные проблемы российской правовой системы, увеличивающие риск инвестиций:

- непредсказуемость в изменении законодательства (валютного, налогового и пр.) может повлечь за собой увеличение издержек и стать препятствием для развития Эмитента и Поручителя;
- законодательство в сфере собственности и ценных бумаг находится в процессе формирования.

#### РИСКИ НЕБЛАГОПРИЯТНОГО ИЗМЕНЕНИЯ ВАЛЮТНОГО КУРСА. РИСК ВВЕДЕНИЯ ОГРАНИЧЕНИЙ НА ОБМЕН ВАЛЮТЫ И ВЫВОЗ КАПИТАЛА

Российский рубль не имеет хождения за пределами Российской Федерации, обмен на другие валюты осуществляется на внутреннем валютном рынке. Существует риск снижения номинального курса рубля по отношению к ключевым мировым валютам из-за ухудшения платежного баланса и изменения экономических условий. Текущая ситуация характеризуется положительным сальдо торгового баланса, наличием золотовалютных резервов у Центрального Банка РФ в объеме, превышающем размер госдолга РФ. В настоящее время Правительство РФ стимулирует привлечение иностранных инвестиций и не имеет планов по введению ограничений на обмен валюты и вывоз капитала.

### ИНФЛЯЦИОННЫЕ РИСКИ

При резком увеличении темпов годовой инфляции индексация цен на конечную продукцию может привести к сокращению реальных доходов населения. Соответствующее падение потребительского спроса может негативно отразиться на финансовых результатах Группы, а также привести к замедлению окупаемости капложений в развитие бизнеса.

Монетарные органы власти РФ в настоящее время принимают меры по сдерживанию темпов инфляции, в то время как среднесрочная программа социально-экономического развития РФ предполагает снижение темпов роста потребительских цен до 5-6% к 2008 г. По этим причинам риск резкого ускорения темпов годовой инфляции оценивается как незначительный.

### РИСКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПОТЯСЕНИЙ

Рост социальной напряженности в результате неполной и/или несвоевременной выплаты заработной платы, а также несоответствия темпов роста минимального размера заработной платы и прожиточного минимума может привести к обострению социальной обстановки в стране. Социальная нестабильность может вызвать негативные экономические и политические последствия, которые, в свою очередь, могут негативно отразиться на уровне доходов, а также на перспективах развития бизнеса Группы.

Предпринимаемые правительством РФ меры по снижению темпов инфляции, а также повышению минимального уровня заработных плат, пенсий и пособий способствуют стабилизации социальной ситуации. В настоящий момент социальную ситуацию в РФ можно оценить как относительно стабильную.

### НАЛОГОВЫЕ РИСКИ

Изменения российской налоговой системы могут оказать существенное негативное влияние на бизнес Эмитента и Поручителя. В качестве основных рисков можно отметить следующие:

- неоднозначность трактовок существующих нормативных актов налогового законодательства может привести к увеличению налоговых платежей;
- рост налогового бремени в результате как изменения порядка налогообложения по основным статьям (налог на прибыль; налог на добавленную стоимость; единый социальный налог; налог на имущество и пр.), так и введения новых видов налогов для отдельных или всех категорий налогоплательщиков.

### Отраслевые риски

#### РИСКИ СНИЖЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА

Динамика доходов Группы во многом определяется уровнем потребительского спроса, что ставит финансовое положение Группы в зависимость от уровня доходов населения регионов. Кроме того, сезонные колебания потребительского спроса приводят к росту волатильности доходов Группы в отдельных отчетных периодах. Вместе с тем, Группа придерживается агрессивной политики ценообразования, что позволяет рассматривать в качестве потенциальных потребителей население с различным уровнем доходов.

**РИСКИ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ РОЗНИЧНЫМИ СЕТЯМИ**

Низкая концентрация капитала на российском рынке розничной торговли детскими товарами стимулирует обострение конкурентной борьбы между отечественными розничными сетями, а также увеличивает риск прихода на российский рынок зарубежных розничных сетей. Для укрепления конкурентных позиций Группа осуществляет активную региональную экспансию, а также предпринимает усилия по формированию наиболее конкурентоспособных цен на реализуемую продукцию.

**РИСКИ УХУДШЕНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РФ**

Динамика спроса на детские товары напрямую зависит от демографической ситуации в РФ. В настоящее время в РФ в основном реализуется модель семьи с одним ребенком. Возведение в 2006 г. программы по улучшению демографической ситуации в статус приоритетного национального проекта может способствовать (1) снижению вероятности сокращения численности рождающихся в связи с возможным ухудшением социально-экономических условий, а также (2) росту популярности в РФ модели многодетной семьи.

**Риски Группы «БАНАНА-МАМА»****РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С РАСШИРЕНИЕМ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ**

Планы по региональной экспансии сети ставят розничный бизнес Группы в зависимость от макроэкономической конъюнктуры, в первую очередь, от состояния региональной экономики. Открытие дополнительных магазинов делает необходимым обеспечение их эффективной работы для окупаемости капиталовложений, что может быть затруднительно в случае ухудшения макроэкономической ситуации в РФ.

**РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С АРЕНДОЙ ИМУЩЕСТВА**

Региональное развитие сети сопряжено в ростом расходов по аренде площадей. Стратегия деятельности Группы предусматривает компенсацию возможного увеличения арендных расходов за счет снижения иных издержек, в том числе, за счет улучшения условий договоров с поставщиками, автоматизации бизнес-процессов.

**РИСКИ СБОЯ В СИСТЕМЕ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА**

Система учета складских запасов, определения потребности магазинов в обновлении ассортимента и ряд других важнейших задач решаются Группой путем применения автоматизированных систем.

В настоящее время менеджмент Группы предпринимал все необходимые меры безопасности для минимизации рисков сбоя в системе электронного документооборота. Информационная система Группы предусматривает локализацию сбоя в системе и позволяет устранить все неполадки в течении двух дней.

## Описание облигаций

### Общие сведения

Облигации неконвертируемые процентные документарные на предъявителя серии 01 с обязательным централизованным хранением в количестве 1 000 000 (один миллион) штук номинальной стоимостью 1 000 (одна тысяча) рублей каждая общим объемом выпуска 1 000 000 000 (один миллиард) рублей со сроком погашения на 1 092 (одна тысяча девяносто второй) день с даты начала размещения Облигаций. Облигации будут размещены Эмитентом на основании Решения о выпуске ценных бумаг и Проспекта ценных бумаг, зарегистрированных решением Федеральной службы по финансовым рынкам ценных бумаг от 31.08.2006 с присвоением Облигациям государственного регистрационного 4-01-36176-R.

Нижеследующее описание является кратким изложением существенных условий обращения данных Облигаций. Это описание не охватывает полностью условия обращения Облигаций. Эмитент настоятельно рекомендует всем потенциальным инвесторам ознакомиться с Решением о выпуске и Проспектом ценных бумаг во всей их полноте, так как именно эти документы, а не данное описание, определяют права инвесторов как владельцев Облигаций.

### Учет прав на Облигации

Выпуск всех Облигаций оформляется одним Сертификатом, подлежащим обязательному централизованному хранению в НДЦ. Выдача отдельных сертификатов Облигаций на руки владельцам Облигаций не предусмотрена. Владельцы Облигаций не вправе требовать выдачи сертификатов на руки.

Учет и удостоверение прав на Облигации, учет и удостоверение передачи Облигаций, включая случаи обременения Облигаций обязательствами, осуществляется НДЦ, выполняющим функции Депозитария, и депозитариями, являющимися депонентами по отношению к НДЦ (далее именуемые совместно – «Депозитарии»).

Права собственности на Облигации подтверждаются выписками по счетам депо, выдаваемыми НДЦ и Депозитариями – депонентами НДЦ держателям Облигаций.

Право собственности на Облигации переходит от одного лица к другому в момент внесения приходной записи по счету депо приобретателя Облигаций в НДЦ и депозитариях – депонентах НДЦ.

### Размещение Облигаций

Размещение Облигаций проводится путем заключения сделок купли-продажи по Цене размещения Облигаций на торгах, проводимых ФБ ММВБ.

Организацией, оказывающей Эмитенту услуги по размещению Облигаций, является Организатор (Посредник при размещении), действующий по поручению и за счёт Эмитента.

Заключение сделок по размещению Облигаций начинается в дату начала размещения Облигаций после подведения итогов конкурса по определению процентной ставки по

первому купону (далее – «Конкурс») и заканчивается в дату окончания размещения Облигаций.

Конкурс по определению процентной ставки первого купона Облигаций проводится в Дату начала размещения Облигаций. Порядок проведения Конкурса по определению процентной ставки первого купона Облигаций установлен в п. 8.3 Решения о выпуске ценных бумаг и п.2.7 Проспекта ценных бумаг.

Заключение сделок по размещению Облигаций осуществляется путем удовлетворения полученных адресных заявок в соответствии с Правилами Биржи и в соответствии с условиями договора и процедурой, установленной Решением о выпуске и Проспектом ценных бумаг.

#### **ЦЕНА РАЗМЕЩЕНИЯ ОБЛИГАЦИЙ**

Цена размещения Облигаций устанавливается равной 1 000 (одна тысяча) рублей за Облигацию.

Начиная со второго дня размещения Облигаций выпуска, покупатель при совершении сделки купли-продажи Облигаций также уплачивает накопленный купонный доход по Облигациям (НКД).

#### **УЧАСТНИКИ КОНКУРСА**

Потенциальный покупатель Облигаций, может действовать самостоятельно, в случае, если он допущен к торгам на Бирже.

В случае, если потенциальный покупатель не допущен к торгам на Бирже, он должен заключить соответствующий договор с любым брокером, допущенным к торгам на Бирже, и дать ему поручение на приобретение Облигаций, либо получить доступ к торгам на Бирже и действовать самостоятельно.

#### **ПОРЯДОК ПОДАЧИ ЗАЯВОК НА КОНКУРСЕ**

В день проведения конкурса участники торгов Биржи (далее – «Участники торгов») подают адресные заявки на покупку Облигаций с кодом расчетов Т0 на конкурс с использованием торговой системы Биржи как за свой счет, так и за счет клиентов. Время и порядок подачи заявок на конкурс по определению процентной ставки по первому купону устанавливается Биржей по согласованию с Эмитентом и Организатором.

Заявки на приобретение Облигаций направляются Участниками торгов в адрес Посредника при размещении Облигаций (Организатора).

Заявка на приобретение должна содержать следующие значимые условия:

- цена покупки (100% от номинала);
- количество Облигаций;
- величина процентной ставки по первому купону;
- прочие параметры в соответствии с Правилами проведения торгов по ценным бумагам Биржи. В качестве величины процентной ставки по первому купону указывается та величина (в числовом выражении с точностью до двух знаков после запятой) процентной ставки по первому купону, при объявлении которой Эмитентом потенци-

альный инвестор был бы готов купить количество Облигаций, указанное в заявке по цене 100% от номинала.

Обязательным условием приобретения Облигаций на Бирже при их размещении является предварительное резервирование достаточного для приобретения объема денежных средств покупателя на счёте Участника торгов, от имени которого подана заявка на покупку Облигаций, в НКО ЗАО «Расчетная палата ММВБ».

#### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ КУПОННОГО ДОХОДА**

По окончании периода подачи заявок на конкурс, Биржа составляет сводный реестр заявок на покупку ценных бумаг и передает Организатору.

Сводный реестр заявок на покупку ценных бумаг утверждается финансовым консультантом Эмитента и передается на Биржу.

На основании анализа заявок, поданных на конкурс, уполномоченный орган Эмитента принимает решение о величине процентной ставки по первому купону и сообщает о принятом решении Бирже в письменном виде не позднее, чем за 30 минут до ее направления информационному агентству. После опубликования информационным агентством сообщения о величине процентной ставки по первому купону, Эмитент информирует Организатора о величине процентной ставки по первому купону.

Сообщение о величине процентной ставки по первому купону публикуется Организатором при помощи Системы торгов Биржи путем отправки электронных сообщений всем Участникам торгов.

Процентная ставка купонного дохода фиксируется до погашения или первой оферты, срок которой определяется уполномоченным органом Эмитента и объявляется в день раскрытия информации о дате размещения Облигаций. Ставки последующих купонов определяются уполномоченным органом Эмитента и фиксируются до погашения или оферты (в случае, если уполномоченный орган Эмитента примет решение о выставлении более одной оферты).

#### **УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ЗАЯВОК НА КОНКУРСЕ**

После получения от Эмитента информации о величине процентной ставки первого купона и утверждения Финансовым консультантом сводного реестра заявок на покупку, Организатор заключает сделки путем удовлетворения заявок, согласно установленному настоящим Решением о выпуске, Проспектом ценных бумаг и Правилами Биржи порядку, при этом удовлетворяются только те заявки, в которых величина процентной ставки меньше либо равна величине установленной процентной ставки по первому купону.

Приоритет в удовлетворении заявок на покупку Облигаций, поданных в ходе проводимого конкурса, имеют заявки с минимальной величиной процентной ставки по купону.

В случае наличия заявок с одинаковой процентной ставкой по первому купону, приоритет в удовлетворении имеют заявки поданные ранее по времени. Неудовлетворенные заявки Участников торгов снимаются.

#### **ПОРЯДОК ПОДАЧИ ЗАЯВОК ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ КОНКУРСА**

После определения ставки первого купона и удовлетворения заявок, поданных в ходе конкурса, Участники торгов, действующие как за свой счет, так и за счет и по поручению

потенциальных покупателей, могут в течение срока размещения подавать адресные заявки на покупку Облигаций по цене размещения в адрес Организатора (посредник при размещении) в случае неполного размещения выпуска Облигаций в ходе проведения конкурса. Начиная со второго дня размещения Облигаций выпуска, покупатель при совершении сделки купли-продажи Облигаций также уплачивает накопленный купонный доход по Облигациям (НКД).

Полученные Организатором заявки на покупку Облигаций удовлетворяются им после утверждения Финансовым консультантом ведомости приема заявок в порядке очередности их поступления.

Поданные заявки на покупку Облигаций удовлетворяются Организатором в полном объеме в случае, если количество Облигаций в заявке на покупку Облигаций не превосходит количества недоразмещенных Облигаций выпуска (в пределах общего количества предлагаемых к размещению Облигаций). В случае, если объем заявки на покупку Облигаций превышает количество Облигаций, оставшихся неразмещенными, то данная заявка на покупку Облигаций удовлетворяется в размере неразмещенного остатка. В случае размещения Организатором всего объема предлагаемых к размещению Облигаций, акцепт последующих заявок на приобретение Облигаций не производится.

### Вторичное обращение Облигаций

Нерезиденты могут приобретать Облигации в соответствии с действующим законодательством и нормативными актами Российской Федерации.

На внебиржевом рынке Облигации обращаются без ограничений до даты погашения Облигаций.

Торги Облигациями на Бирже приостанавливаются в день, следующий за датой составления списка владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты купонного дохода по каждому из купонов, и возобновляются в дату выплаты соответствующего купонного дохода. Последним днем торгов Облигациями на Бирже является дата составления списка владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты купонного дохода по последнему купону и погашения данного выпуска Облигаций.

### Платежи по Облигациям

#### ДАТЫ ВЫПЛАТЫ КУПОННОГО ДОХОДА

Датами выплаты купонного дохода по шести купонам Облигаций выпуска являются следующие даты:

Номера купонов	День со дня начала размещения Облигаций выпуска
купонный доход по 1 купону	182-й
купонный доход по 2 купону	364-й
купонный доход по 3 купону	546-й
купонный доход по 4 купону	728-й
купонный доход по 5 купону	910-й
купонный доход по 6 купону	1 092-й



### ВЫПЛАТА КУПОННОГО ДОХОДА

Выплата производится в валюте Российской Федерации в безналичном порядке в пользу владельцев Облигаций, являющихся таковыми по состоянию на конец операционного дня НДЦ, предшествующего 3 (третьему) рабочему дню до даты выплаты дохода по Облигациям выпуска (далее «Дата составления перечня владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты купонного дохода»).

Если дата выплаты купонного дохода приходится на выходной день – независимо от того, будет ли это государственный выходной день или выходной день для расчетных операций, – то выплата подлежащей суммы производится в первый рабочий день, следующий за выходным. Владелец Облигаций не имеет права требовать начисления процентов или какой-либо иной компенсации за такую задержку в платеже.

Владелец Облигаций, если он не является депонентом НДЦ, может уполномочить номинального держателя облигаций – депонента НДЦ – получать суммы от выплаты доходов по Облигациям.

На основании Перечня владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты купонного дохода, предоставленного Депозитарием, Платёжный агент рассчитывает суммы денежных средств, подлежащих выплате каждому из лиц, уполномоченных на получение сумм доходов по Облигациям.

В дату выплаты доходов по Облигациям Платёжный агент перечисляет необходимые денежные средства на счета лиц, уполномоченных получать суммы купонного дохода по Облигациям, в пользу владельцев Облигаций.

Исполнение обязательств по Облигациям по отношению к лицу, включенному в Перечень владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты купонного дохода, признается надлежащим в том числе, в случае отчуждения Облигаций после даты составления вышеуказанного Перечня.

Купонный доход по размещенным Облигациям не начисляется и не выплачивается.

Обязательства Эмитента по уплате соответствующего купонного дохода по Облигациям считаются исполненными с момента зачисления соответствующих денежных средств на счет лица, уполномоченного получать суммы выплат купонного дохода по облигациям.

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ КУПОННОГО ДОХОДА

Размер накопленного купонного дохода по каждому купону определяется по следующей формуле:

$$\text{НКД} = \text{Nom} * C * ((T - T_0) / 365) / 100\%, \text{ где}$$

НКД – накопленный купонный доход, руб.

Nom – номинальная стоимость одной Облигации, руб.;

C – размер процентной ставки первого купонного периода, проценты годовых;

T – текущая дата (дата приобретения) Облигаций;

T<sub>0</sub> – дата начала размещения Облигаций или начала текущего купонного периода.

Величина накопленного купонного дохода в расчете на одну Облигацию определяется с точностью до одной копейки (округление производится по правилам математического округления. При этом под правилом математического округления следует понимать

метод округления, при котором значение целой копейки (целых копеек) не изменяется, если первая за округляемой цифра равна от 0 до 4, и изменяется, увеличиваясь на единицу, если первая за округляемой цифра равна 5-9).

#### **ПОГАШЕНИЕ И ВЫПЛАТА ОСНОВНОЙ СУММЫ**

Облигации погашаются по номинальной стоимости в дату, наступающую на 1 092 (одна тысяча девяносто второй) день с Даты начала размещения Облигаций, Эмитентом и/или Платежным агентом по поручению Эмитента. Если дата погашения Облигаций приходится на выходной день – независимо от того, будет ли это государственный выходной день или выходной день для расчетных операций, – то выплата подлежащей суммы производится в первый рабочий день, следующий за выходным. Владелец Облигаций не имеет права требовать начисления процентов или какой-либо иной компенсации за такую задержку в платеже.

Выплата производится в валюте Российской Федерации в безналичном порядке в пользу владельцев Облигаций, являющихся таковыми по состоянию на конец операционного дня НДЦ, предшествующего 3 (третьему) рабочему дню до даты погашения Облигаций (далее «Дата составления перечня владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты погашения»).

В дату погашения Облигаций Платёжный агент перечисляет необходимые денежные средства на счета лиц, уполномоченных получать суммы погашения по Облигациям, в пользу владельцев Облигаций.

В случае, если одно лицо уполномочено на получение сумм погашения по Облигациям со стороны нескольких владельцев Облигаций, то такому лицу перечисляется общая сумма без разбивки по каждому владельцу Облигаций.

Исполнение обязательств по Облигациям по отношению к лицу, включенному в Перечень владельцев и/или номинальных держателей Облигаций для выплаты погашения, признается надлежащим в том числе, в случае отчуждения Облигаций после даты составления вышеуказанного Перечня.

Обязательства Эмитента по уплате сумм погашения по Облигациям считаются исполненными с момента зачисления соответствующих денежных средств на счет лица, уполномоченного получать суммы погашения по Облигациям.

#### **Оферта**

Одновременно с утверждением даты начала размещения Облигаций Эмитент может принять решение о приобретении Облигаций по соглашению с их владельцем (владельцами) с возможностью дальнейшего обращения Облигаций до истечения срока погашения. Эмитент имеет право приобретать собственные Облигации путем заключения договоров купли-продажи Облигаций в соответствии с законодательством РФ, в том числе на основании публичных безотзывных оферт Эмитента, публикуемых в средствах массовой информации. Решение о приобретении Облигаций, в том числе на основании публичных безотзывных оферт, принимается уполномоченным органом Эмитента. При принятии указанного решения уполномоченным органом Эмитента должны быть установлены условия, порядок и сроки приобретения Облигаций, которые будут опубликованы в лентах новостей, на странице Эмитента в сети Интернет по адресу:

www.bananamama.ru. При этом срок приобретения Облигаций не может наступить ранее даты государственной регистрации отчета об итогах выпуска Облигаций.

Приобретение Облигаций по соглашению с их владельцем (владельцами) с возможностью их дальнейшего обращения по предложению Эмитента осуществляется в порядке согласно п.10.2 Решения о выпуске и п.9.1.2. г) Проспекта ценных бумаг.

### **Поручитель**

Поручитель предоставляет для целей настоящего выпуска Облигаций обеспечение в виде поручительства в размере суммарной номинальной стоимости Облигаций (1 000 000 000 рублей) и совокупного купонного дохода по Облигациям.

В п.12.2 Решения о выпуске ценных бумаг и п. 9.1.2. пп. з) Проспекта ценных бумаг приведена Оферта о предоставлении обеспечения в форме поручительства для целей выпуска Облигаций от 20.07.06 г. (далее – «Оферта»), которая является публичной и выражает волю Общества с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал» заключить договор поручительства на указанных в Оферте условиях и с соблюдением предусмотренной процедуры с любым лицом, желающим приобрести Облигации.

Оферта является безотзывной, то есть не может быть отозвана в течение срока, установленного для акцепта Оферты.

Акцепт Оферты может быть совершен только путем приобретения одной или нескольких Облигаций в порядке и на условиях, определенных Проспектом ценных бумаг и Решением о выпуске ценных бумаг. Приобретение Облигаций в любом количестве означает акцепт Оферты и, соответственно, заключение таким лицом договора поручительства (далее – «Договор поручительства») с Поручителем, по которому Поручитель несет солидарную с Эмитентом ответственность за исполнение Эмитентом обязательств перед владельцами Облигаций на условиях, установленных Офертой. Договор поручительства считается заключенным с момента возникновения у первого владельца Облигаций прав на такие Облигации, при этом письменная форма Договора поручительства считается соблюденной. С переходом прав на Облигацию к ее приобретателю переходят права по Договору поручительства в том же объеме и на тех же условиях, которые существуют на момент перехода прав на Облигацию. Передача прав, возникших из предоставленного обеспечения, без передачи прав на Облигацию является недействительной.

Поручитель отвечает за исполнение обязательств Эмитента перед владельцами Облигаций по выплате владельцам Облигаций их номинальной стоимости (основной суммы долга), выплате причитающихся процентов (купонного дохода), приобретению Эмитентом Облигаций в сроки и порядке, установленные Проспектом ценных бумаг и Решением о выпуске ценных бумаг.

Поручитель несет ответственность перед владельцами Облигаций в размере суммарной номинальной стоимости Облигаций (1 000 000 000 рублей) и совокупного купонного дохода по Облигациям (далее – «Сумма Обеспечения»), а в случае недостаточности Суммы Обеспечения для удовлетворения всех требований владельцев Облигаций, предъявленных ими к Поручителю в порядке, установленном Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг, Поручитель распределяют Сумму Обеспечения между всеми владельцами Облигаций пропорционально предъявленным ими нижеуказанным

образом требованиям. Сумма произведенных Поручителем платежей по Договору поручительства, недостаточная для полного удовлетворения всех требований владельцев Облигаций, предъявленных ими к Поручителю в установленном Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг порядке, при отсутствии иного соглашения погашает, прежде всего, основную сумму долга, а в оставшейся части – причитающиеся проценты (купонный доход) и/или сумму ответственности за неисполнение/ненадлежащее исполнение обязательств Эмитента по приобретению Облигаций.

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения Эмитентом обязательств по Облигациям, Поручитель и Эмитент несут солидарную ответственность. Поручитель обязуется отвечать за исполнение Эмитентом обязательств Эмитента по Облигациям только после того, как будет установлено, что Эмитент не исполнил обязательства по Облигациям, и только в той части, в которой Эмитент не исполнил такие обязательства.

## Некоторые вопросы налогообложения

Налогообложение доходов по размещенным и размещаемым эмиссионным ценным бумагам Эмитента регулируется Налоговым кодексом Российской Федерации (далее – «НК»), а также иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, принятыми в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации.

### Налоговые ставки

Вид дохода	Юридические лица		Физические лица	
	Резиденты	Нерезиденты	Резиденты	Нерезиденты
Купонный доход	24% (из которых: фед. бюджет – 6,5%; бюджет субъекта – 17,5%)	20%	13%	30%
Доход от реализации ценных бумаг	24% (из которых: фед. бюджет – 6,5%; бюджет субъекта – 17,5%)	20%	13%	30%

### Порядок налогообложения физических лиц

#### ВИД НАЛОГА – НАЛОГ НА ДОХОДЫ

К доходам от источников в Российской Федерации относятся:

- дивиденды и проценты, полученные от российской организации, а также проценты, полученные от российских индивидуальных предпринимателей и (или) иностранной организации в связи с деятельностью ее постоянного представительства в РФ;
- доходы от реализации в РФ акций или иных ценных бумаг, а также долей участия в уставном капитале организаций.

#### НАЛОГОВАЯ БАЗА

Доходом налогоплательщика, полученным в виде материальной выгоды, является материальная выгода, полученная от приобретения ценных бумаг. Налоговая база определяется как превышение рыночной стоимости ценных бумаг, определяемой с учетом предельной границы колебаний рыночной цены ценных бумаг, над суммой фактических расходов налогоплательщика на их приобретение. Порядок определения рыночной цены ценных бумаг и предельной границы колебаний рыночной цены ценных бумаг устанавливается федеральным органом, осуществляющим регулирование рынка ценных бумаг.

При определении налоговой базы по доходам по операциям с ценными бумагами учитываются доходы, полученные по следующим операциям:

- купли – продажи ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг;
- купли – продажи ценных бумаг, не обращающихся на организованном рынке ценных бумаг.

Доход (убыток) по операциям купли – продажи ценных бумаг определяется как разница между суммами доходов, полученными от реализации ценных бумаг, и документально подтвержденными расходами на приобретение, реализацию и хранение ценных бумаг, фактически произведенными налогоплательщиком, либо имущественными вычетами, принимаемыми в уменьшение доходов от сделки купли – продажи.

К указанным расходам относятся:

- суммы, уплачиваемые продавцу в соответствии с договором;
- оплата услуг, оказываемых депозитарием;
- комиссионные отчисления профессиональным участникам рынка ценных бумаг, скидка, уплачиваемая (возмещаемая) управляющей компании паевого инвестиционного фонда при продаже (погашении) инвестором инвестиционного пая паевого инвестиционного фонда, определяемая в соответствии с порядком, установленным законодательством Российской Федерации об инвестиционных фондах;
- биржевой сбор (комиссия);
- оплата услуг регистратора;
- другие расходы, непосредственно связанные с куплей, продажей и хранением ценных бумаг, произведенные за услуги, оказываемые профессиональными участниками рынка ценных бумаг в рамках их профессиональной деятельности.

Доход (убыток) по операциям купли – продажи ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, уменьшается (увеличивается) на сумму процентов, уплаченных за пользование денежными средствами, привлеченными для совершения сделки купли – продажи ценных бумаг, в пределах сумм, рассчитанных исходя из действующей ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации.

По операциям с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, размер убытка определяется с учетом предельной границы колебаний рыночной цены ценных бумаг.

К ценным бумагам, обращающимся на организованном рынке ценных бумаг, относятся ценные бумаги, допущенные к обращению у организаторов торговли, имеющих лицензию федерального органа, осуществляющего регулирование рынка ценных бумаг.

Под рыночной котировкой ценной бумаги, обращающейся на организованном рынке ценных бумаг, в понимается средневзвешенная цена ценной бумаги по сделкам, совершенным в течение торгового дня через организатора торговли. Если по одной и той же ценной бумаге сделки совершались через двух и более организаторов торговли, налогоплательщик вправе самостоятельно выбрать рыночную котировку ценной бумаги, сложившуюся у одного из организаторов торговли. В случае если средневзвешенная цена организатором торговли не рассчитывается, за средневзвешенную цену принимается половина суммы максимальной и минимальной цен сделок, совершенных в течение торгового дня через этого организатора торговли.

Если расходы налогоплательщика на приобретение, реализацию и хранение ценных бумаг не могут быть отнесены непосредственно к расходам на приобретение, реализацию и хранение конкретных ценных бумаг, указанные расходы распределяются пропорционально стоимостной оценке ценных бумаг, на долю которых относятся указанные расходы. Стоимостная оценка ценных бумаг определяется на дату осуществления этих расходов.

В случае если расходы налогоплательщика не могут быть подтверждены документально, он вправе воспользоваться имущественным налоговым вычетом, предусмотренным абзацем первым подпункта 1 пункта 1 статьи 220 НК.

Убыток по операциям с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, полученный по результатам указанных операций, совершенных в налоговом периоде, уменьшает налоговую базу по операциям купли – продажи ценных бумаг данной категории.

Доход по операциям купли – продажи ценных бумаг, не обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, которые на момент их приобретения отвечали требованиям, установленным для ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, может быть уменьшен на сумму убытка, полученного в налоговом периоде, по операциям купли – продажи ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг.

Дата фактического получения дохода:

- день выплаты дохода, в том числе перечисления дохода на счета налогоплательщика в банках либо по его поручению на счета третьих лиц – при получении доходов в денежной форме;
- день приобретения ценных бумаг.

Налоговая база по операциям купли – продажи ценных бумаг и операциям с финансовыми инструментами срочных сделок определяется по окончании налогового периода. Расчет и уплата суммы налога осуществляются налоговым агентом по окончании налогового периода или при осуществлении им выплаты денежных средств налогоплательщику до истечения очередного налогового периода.

При осуществлении выплаты денежных средств налоговым агентом до истечения очередного налогового периода налог уплачивается с доли дохода, определяемого в соответствии с настоящей статьей, соответствующей фактической сумме выплачиваемых денежных средств. Доля дохода определяется как произведение общей суммы дохода на отношение суммы выплаты к стоимостной оценке ценных бумаг, определяемой на дату выплаты денежных средств, по которым налоговый агент выступает в качестве брокера. При осуществлении выплаты денежных средств налогоплательщику более одного раза в течение налогового периода расчет суммы налога производится нарастающим итогом с зачетом ранее уплаченных сумм налога.

Стоимостная оценка ценных бумаг определяется исходя из фактически произведенных и документально подтвержденных расходов на их приобретение.

Под выплатой денежных средств понимаются выплата наличных денежных средств, перечисление денежных средств на банковский счет физического лица или на счет третьего лица по требованию физического лица.

При невозможности удержать у налогоплательщика исчисленную сумму налога источником выплаты дохода налоговый агент (брокер, доверительный управляющий или иное лицо, совершающее операции по договору поручения, договору комиссии, иному договору в пользу налогоплательщика) в течение одного месяца с момента возникновения этого обстоятельства в письменной форме уведомляет налоговый орган по месту своего учета о невозможности указанного удержания и сумме задолженности налогоплательщика. Уплата налога в этом случае производится в соответствии со статьей 228 НК.

## **Порядок налогообложения юридических лиц**

### **ВИД НАЛОГА – НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ**

К доходам относятся:

- выручка от реализации имущественных прав (доходы от реализации);
- внереализационные доходы в виде процентов по ценным бумагам и другим долговым обязательствам и/или от долевого участия в других организациях.



## НАЛОГОВАЯ БАЗА

Доходы налогоплательщика от операций по реализации или иного выбытия ценных бумаг (в том числе погашения) определяются исходя из цены реализации или иного выбытия ценной бумаги, а также суммы накопленного процентного (купонного) дохода, уплаченной покупателем налогоплательщику, и суммы процентного (купонного) дохода, выплаченной налогоплательщику эмитентом. При этом в доход налогоплательщика от реализации или иного выбытия ценных бумаг не включаются суммы процентного (купонного) дохода, ранее учтенные при налогообложении.

Расходы при реализации (или ином выбытии) ценных бумаг определяются исходя из цены приобретения ценной бумаги (включая расходы на ее приобретение), затрат на ее реализацию, размера скидок с расчетной стоимости инвестиционных паев, суммы накопленного процентного (купонного) дохода, уплаченной налогоплательщиком продавцу ценной бумаги. При этом в расход не включаются суммы накопленного процентного (купонного) дохода, ранее учтенные при налогообложении.

Ценные бумаги признаются обращающимися на организованном рынке ценных бумаг только при одновременном соблюдении следующих условий:

- 1) если они допущены к обращению хотя бы одним организатором торговли, имеющим на это право в соответствии с национальным законодательством;
- 2) если информация об их ценах (котировках) публикуется в средствах массовой информации (в том числе электронных) либо может быть представлена организатором торговли или иным уполномоченным лицом любому заинтересованному лицу в течение трех лет после даты совершения операций с ценными бумагами;
- 3) если по ним рассчитывается рыночная котировка, когда это предусмотрено соответствующим национальным законодательством.

Рыночной ценой ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, для целей налогообложения признается фактическая цена реализации или иного выбытия ценных бумаг, если эта цена находится в интервале между минимальной и максимальной ценами сделок (интервал цен) с указанной ценной бумагой, зарегистрированной организатором торговли на рынке ценных бумаг на дату совершения соответствующей сделки. В случае реализации ценных бумаг, обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, по цене ниже минимальной цены сделок на организованном рынке ценных бумаг при определении финансового результата принимается минимальная цена сделки на организованном рынке ценных бумаг.

Под накопленным процентным (купонным) доходом понимается часть процентного (купонного) дохода, выплата которого предусмотрена условиями выпуска такой ценной бумаги, рассчитываемая пропорционально количеству дней, прошедших от даты выпуска ценной бумаги или даты выплаты предшествующего купонного дохода до даты совершения сделки (даты передачи ценной бумаги).

В отношении ценных бумаг, не обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, для целей налогообложения принимается фактическая цена реализации или иного выбытия данных ценных бумаг при выполнении хотя бы одного из следующих условий:

- 1) если фактическая цена соответствующей сделки находится в интервале цен по аналогичной (идентичной, однородной) ценной бумаге, зарегистрированной

организатором торговли на рынке ценных бумаг на дату совершения сделки или на дату ближайших торгов, состоявшихся до дня совершения соответствующей сделки, если торги по этим ценным бумагам проводились у организатора торговли хотя бы один раз в течение последних 12 месяцев;

- 2) если отклонение фактической цены соответствующей сделки находится в пределах 20 процентов в сторону повышения или понижения от средневзвешенной цены аналогичной (идентичной, однородной) ценной бумаги, рассчитанной организатором торговли на рынке ценных бумаг в соответствии с установленными им правилами по итогам торгов на дату заключения такой сделки или на дату ближайших торгов, состоявшихся до дня совершения соответствующей сделки, если торги по этим ценным бумагам проводились у организатора торговли хотя бы один раз в течение последних 12 месяцев.

Налоговая база по операциям с ценными бумагами определяется налогоплательщиком отдельно, за исключением налоговой базы по операциям с ценными бумагами, определяемой профессиональными участниками рынка ценных бумаг. При этом налогоплательщики (за исключением профессиональных участников рынка ценных бумаг, осуществляющих дилерскую деятельность) определяют налоговую базу по операциям с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, отдельно от налоговой базы по операциям с ценными бумагами, не обращающимися на организованном рынке ценных бумаг.

При реализации или ином выбытии ценных бумаг налогоплательщик самостоятельно в соответствии с принятой в целях налогообложения учетной политикой выбирает один из следующих методов списания на расходы стоимости выбывших ценных бумаг:

- 1) по стоимости первых по времени приобретений (ФИФО);
- 2) по стоимости последних по времени приобретений (ЛИФО);
- 3) по стоимости единицы.

Налогоплательщики, получившие убыток (убытки) от операций с ценными бумагами в предыдущем налоговом периоде или в предыдущие налоговые периоды, вправе уменьшить налоговую базу, полученную по операциям с ценными бумагами в отчетном (налоговом) периоде (перенести указанные убытки на будущее) в порядке и на условиях, которые установлены статьей 283 НК.

При этом убытки от операций с ценными бумагами, не обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, полученные в предыдущем налоговом периоде (предыдущих налоговых периодах), могут быть отнесены на уменьшение налоговой базы от операций с такими ценными бумагами, определенной в отчетном (налоговом) периоде. Убытки от операций с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, полученные в предыдущем налоговом периоде (предыдущих налоговых периодах), могут быть отнесены на уменьшение налоговой базы от операций по реализации данной категории ценных бумаг.

В течение налогового периода перенос на будущее убытков, понесенных в соответствующем отчетном периоде от операций с ценными бумагами, обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, и ценными бумагами, не обращающимися на организованном рынке ценных бумаг, осуществляется раздельно по указанным категориям ценных бумаг соответственно в пределах прибыли, полученной от операций с такими ценными бумагами.

## Приложение 1:

### Бухгалтерская отчетность по РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» за 2005 г.

#### БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 31 Декабря 2005 г.

		КОДЫ
Форма №1 по ОКУД		0710001
Дата (год, месяц, число)		2005   12   31
по ОКПО		14282947
ИНН		7724514290/ 772401001
по ОКВЭД		51.70
по ОКОПФ / ОКФС		65      16
по ОКЕИ		384
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"	
Идентификационный номер налогоплательщика		
Вид деятельности	Аренда торгового оборудования	
Организационно-правовая форма	форма собственности	
ООО		
Единица измерения	тыс руб	
Местонахождение (адрес)		
115230, Москва, Каширское шоссе, д. 7, кор. 1		

Дата утверждения	.	.
Дата отправки / принятия	.	.

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>I. Внеоборотные активы</b>			
Нематериальные активы	110	-	53
Основные средства	120	-	7 306
Незавершенное строительство	130	-	6 030
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	165 109
Долгосрочные финансовые вложения	140	20	135
Прочие внеоборотные активы	150	-	108
<b>Итого по разделу I</b>	<b>190</b>	<b>20</b>	<b>178 741</b>
<b>II. Оборотные активы</b>			
Запасы	210	-	20 822
в том числе:			
готовая продукция и товары для перепродажи	214	-	11 399
расходы будущих периодов	216	-	9 423
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	3	33 223
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	20 942	27 343
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	20 942	11 288
Краткосрочные финансовые вложения	250	13	-
Денежные средства	260	1	844
<b>Итого по разделу II</b>	<b>290</b>	<b>20 960</b>	<b>82 232</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>300</b>	<b>20 980</b>	<b>260 973</b>

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>III. Капитал и резервы</b>			
Уставный капитал	410	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	(42)	108
<b>Итого по разделу III</b>	<b>490</b>	<b>(32)</b>	<b>118</b>
<b>IV. Долгосрчные обязательства</b>			
<b>Итого по разделу IV</b>	<b>590</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>V. Краткосрочные обязательства</b>			
Займы и кредиты	610	20 990	239 748
Кредиторская задолженность	620	22	21 107
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	22	18 854
задолженность перед персоналом организации	622	–	578
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	–	163
задолженность по налогам и сборам	624	–	1 048
прочие кредиторы	625	–	465
<b>Итого по разделу V</b>	<b>690</b>	<b>21 011</b>	<b>260 855</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>700</b>	<b>20 980</b>	<b>260 973</b>

Руководитель	Куприянов Дмитрий Викторович	Главный бухгалтер	Беличенко Ирина Александровна
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)

06 Марта 2006 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ  
за период с 1 Января по 31 Декабря 2005 г.

Форма №2 по ОКУД  
Дата (год, месяц, число)  
Организация **Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"** по ОКПО  
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН  
Вид деятельности **Аренда торгового оборудования** по ОКВЭД  
Организационно-правовая форма форма собственности  
**ООО** по ОКОПФ / ОКФС  
Единица измерения: **тыс. руб.** по ОКЕИ

К О Д Ы		
0710002		
2005	12	31
14282947		
7724514290/772401001		
51.70		
65	16	
384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период
наименование	код		
1	2	3	4
<b>Доходы и расходы по обычным видам деятельности</b>			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг	010	100 382	–
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(4 213)	–
Валовая прибыль	029	96 169	–
Управленческие расходы	040	(88 472)	(41)
Прибыль (убыток) от продаж	050	7 697	(41)
<b>Прочие доходы и расходы</b>			
Проценты к получению	060	48	–
Проценты к уплате	070	(3 777)	–
Прочие операционные доходы	090	13 486	–
Прочие операционные расходы	100	(13 646)	(1)
Внереализационные расходы	130	(2 750)	–
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	140	1 058	(42)
Текущий налог на прибыль	150	(909)	–
<b>Чистая прибыль (убыток) отчетного периода</b>	190	149	(42)
СПРАВОЧНО:			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	655	–

Руководитель **Куприянов Дмитрий Викторович** Главный бухгалтер **Беличенко Ирина Александровна**  
(подпись) (расшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

06 Марта 2006 г.

## ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КАПИТАЛА

за период с 1 Января по 31 Декабря 2005 г.

Форма N3 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Общество с ограниченной ответственностью

Организация "Банана-мама"

по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика

ИНН

Вид деятельности Аренда торгового оборудования

по ОКВЭД

Организационно-правовая форма форма собственности

ООО

по

ОКОПФ/О

Единица измерения тыс руб

по ОКЕИ

К О Д Ы

0710003

2005 12 31

14282947

7724514290/772401001

51.70

65

16

384

## I. Изменения капитала

Показатель		Уставный капитал	Добавочный капитал	Резервный капитал	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	Итого
наименование	код					
1	2	3	4	5	6	7
Остаток на 31 декабря года, предшествующего предыдущему	010	–	–	–	–	–
Остаток на 1 января предыдущего года	030	–	–	–	–	–
Чистая прибыль	032	X	X	X	(42)	(42)
	070	10	–	–	(42)	(32)
Остаток на 31 декабря предыдущего года		10				
Остаток на 1 января отчетного года	100	10	–	–	(42)	(32)
Чистая прибыль	102	X	X	X	149	149
Остаток на 31 декабря отчетного года	140	10	–	–	107	117

Форма 0710003 с.3

## СПРАВКИ

Показатель		Остаток на начало отчетного года	Остаток на конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
1) Чистые активы	200	(32)	118

Руководитель

Куприянов Дмитрий  
Викторович

(подпись)

(расшифровка подписи)

Главный  
бухгалтерБеличенко Ирина  
Александровна

(подпись)

(расшифровка  
подписи)

06 Марта 2006 г.

## ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

за период с 1 Января по 31 Декабря 2005 г.

		Форма №4 по ОКУД	К О Д Ы	
		Дата (год, месяц, число)	2005	12
Общество с ограниченной ответственностью		по ОКПО	14282947	
Организация "Банана-мама"			7724514290/	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	772401001	
Вид деятельности Аренда торгового оборудования		по ОКВЭД	51.70	
Организационно - правовая форма ООО		форма собственности	65	16
Единица измерения тыс. руб.		по ОКOPF /ОКФС		
		по ОКЕИ	384	

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
<b>Остаток денежных средств на начало отчетного года</b>	010	1	-
<b>Движение денежных средств по текущей деятельности</b>			
Средства, полученные от покупателей, заказчиков	020	105 535	-
Прочие доходы	110	32	56
Денежные средства, направленные:			
на оплату приобретенных товаров, работ, услуг, сырья	120	(336 070)	(55)
и иных оборотных активов	150	(327 330)	(8)
на оплату труда	160	(3 166)	-
на выплату дивидендов, процентов	170	(3 525)	-
на расчеты по налогам и сборам	180	(1 688)	-
на прочие расходы	190	(361)	(47)
<b>Чистые денежные средства от текущей деятельности</b>	200	(230 503)	1
<b>Движение денежных средств по инвестиционной деятельности</b>			
Приобретение дочерних организаций	280	70	-
	340	70	-
<b>Чистые денежные средства от инвестиционной деятельности</b>		70	

Форма 0710004 с. 2

1	2	3	4
<b>Движение денежных средств по финансовой деятельности</b>			
Поступления от займов и кредитов, предоставленных другими организациями	360	380 820	-
		380 820	
Погашение займов и кредитов (без процентов)	390	(149 544)	-
<b>Чистые денежные средства от финансовой деятельности</b>	430	231 276	-
Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	440	843	1
<b>Остаток денежных средств на конец отчетного периода</b>	450	844	1
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	460	-	-

Руководитель  
Куприянов Дмитрий Викторович  
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  
Беличенко Ирина Александровна  
(расшифровка подписи)

06 Марта 2006 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К БУХГАЛТЕРСКОМУ БАЛАНСУ  
за период с 1 Января по 31 Декабря 2005 г.

Форма №5 по ОКУД	К О Д Ы		
Дата (год, месяц, число)	0710005		
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"	по ОКПО	2005 12 31
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	14282947
Вид деятельности	Аренда торгового оборудования	по ОКВЭД	7724514290/772401001
Организационно-правовая форма	форма собственности	по	65 16
ООО		по	
Единица измерения	тыс. руб.	ОКОПФ/ОКФС	
		по ОКЕИ	384

Нематериальные активы

Показатель		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на результаты интеллектуальной собственности)	010		44		44
			44		44
			44		44
в том числе:					
у патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель	011				
у правообладателя на программы ЭВМ, базы данных	012				
у правообладателя на топологии интегральных микросхем	013				
у владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров	014		44		44
			44		44
у патентообладателя на селекционные достижения	015				
Организационные расходы	020				
Деловая репутация организации	030				
	035				
Прочие	040		9		9

Показатель		На начало отчетного года	На конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Амортизация нематериальных активов – всего	050		
в том числе:			
	051		
	052		
	053		



Форма 0710005 с. 2

## Основные средства

Показатель		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Здания	070				
Сооружения и передаточные устройства	075				
Машины и оборудование	080		8 907	(938)	7 969
Транспортные средства	085				
Производственный и хозяйственный инвентарь	090		305	(305)	
Рабочий скот	095				
Продуктивный скот	100				
Многолетние насаждения	105				
Другие виды основных средств	110				
Земельные участки и объекты природопользования	115				
Капитальные вложения на коренное улучшение земель	120				
<b>Итого</b>	<b>130</b>		<b>9 212</b>	<b>(1243)</b>	<b>7 969</b>

Показатель		На начало отчетного года	На конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Амортизация основных средств – всего	140		664
в том числе:			
зданий и сооружений	141		
машин, оборудования, транспортных средств	142		664
других	143		
Передано в аренду объектов основных средств – всего	150		
в том числе:			
здания	151		
сооружения	152		
	153		
Переведено объектов основных средств на консервацию	155		
Получено объектов основных средств в аренду – всего	160		
в том числе:			
Объекты недвижимости, принятые в эксплуатацию и находящиеся в процессе государственной регистрации	165		

Справочно		На начало отчетного года	На начало предыдущего года
код			
2		3	4
Результат от переоценки объектов основных средств:			
первоначальной (восстановительной) стоимости	171		
амортизации	172		
	код	На начало отчетного года	На начало отчетного периода
	2	3	4
Изменение стоимости объектов основных средств в результате достройки, дооборудования, реконструкции, частичной ликвидации	180		

Форма 0710005 с. 3

## Доходные вложения в материальные ценности

Показатель		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Имущество для передачи в лизинг	210				
Имущество, предоставляемое по договору проката	220		194 288		194 288
	230				
Прочие	240				
<b>Итого</b>	250		194 288		194 288
		код	На начало отчетного года	На конец отчетного периода	
1		2	3	4	
Амортизация доходных вложений в материальные ценности		260	29 179		
			29 179		

## Расходы на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы

Виды работ		Наличие на начало отчетного года	Поступило	Списано	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Всего	310				
в том числе:	311				
	312				
			код	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
			2	3	4
<b>Справочно.</b>					
Сумма расходов по незаконченным научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам			320		
			код	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
			2	3	4
Сумма не давших положительных результатов расходов по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам, отнесенных на внебюджетные расходы			330		

## Расходы на освоение природных ресурсов

Виды работ		Остаток на начало отчетного периода	Поступило	Списано	Остаток на конец отчетного периода
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Расходы на освоение природных ресурсов - всего	410				
в том числе:	411				
	412				
			код	На начало отчетного года	На конец отчетного года
			2	3	4
<b>Справочно.</b>					
Сумма расходов по участкам недр, не законченным поиском и оценкой месторождений, разведкой и (или) гидрогеологическими изысканиями и прочими аналогичными работами			420		
Сумма расходов на освоение природных ресурсов, отнесенных в отчетном периоде на внебюджетные расходы как безрезультатные			430		

Форма 0710005 с. 4

## Финансовые вложения

Показатель		Долгосрчные		Краткосрочные	
наименование	код	на начало отчетного года	на конец отчетного периода	на начало отчетного года	на конец отчетного периода
1	2	3	4	5	6
Вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций - всего	510	20	135		
в том числе дочерних и зависимых хозяйственных обществ	511	20	135		
Государственные и муниципальные ценные бумаги	515				
Ценные бумаги других организаций - всего	520				
в том числе долговые ценные бумаги (облигации, векселя)	521				
Предоставленные займы	525			13	
Депозитные вклады	530				
Прочие	535				
<b>Итого</b>	<b>540</b>	<b>20</b>	<b>135</b>	<b>13</b>	
<b>Из общей суммы финансовых вложения, имеющие текущую рыночную стоимость:</b>					
Вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций - всего	550		135		
в том числе дочерних и зависимых хозяйственных обществ	551		135		
Государственные и муниципальные ценные бумаги	555				
Ценные бумаги других организаций - всего	560				
в том числе долговые ценные бумаги (облигации, векселя)	561				
Прочие	565				
<b>Итого</b>	<b>570</b>		<b>135</b>		
<b>СПРАВОЧНО.</b>					
По финансовым вложениям, имеющим текущую рыночную стоимость, изменение стоимости в результате корректировки оценки	580				
По долговым ценным бумагам разница между первоначальной стоимостью и номинальной стоимостью отнесена на финансовый результат отчетного периода	590				

Форма 0710005 с. 5

## Дебиторская и кредиторская задолженность

Показатель		Остаток на начало отчет- ного	Остаток на конец отчет- ного периода
наименование	код		
1	2	3	4
<b>Дебиторская задолженность:</b>			
краткосрочная - всего	610	20 942	27 343
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	611		1 214
авансы выданные	612		15 773
прочая	613	20 942	10 356
долгосрочная - всего	620		
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	621		
авансы выданные	622		
прочая	623		
<b>Итого</b>	<b>630</b>	<b>20 942</b>	<b>27 343</b>
<b>Кредиторская задолженность:</b>			
краткосрочная - всего	640	21 011	260 855
в том числе:			
расчеты с поставщиками и подрядчиками	641		18 854
авансы полученные	642		
расчеты по налогам и сборам	643		1 048
кредиты	644		
займы	645	20 990	239 748
прочая	646	22	1 205
долгосрочная - всего	650		
в том числе:			
кредиты	651		
займы	652		
	653		
<b>Итого</b>	<b>660</b>	<b>21 011</b>	<b>260 855</b>

## Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)

Показатель		За отчетный год	За предыдущий год
наименование	код		
1	2	3	4
Материальные затраты	710	294	
Затраты на оплату труда	720	4 300	
Отчисления на социальные нужды	730	923	
Амортизация	740	9 294	
Прочие затраты	750	91 468	
Итого по элементам затрат	760	106 279	
Изменение остатков (прирост [+], уменьшение [-]):			
незавершенного производства	765		
расходов будущих периодов	766	9 423	
резервов предстоящих расходов	767		

Форма 0710005 с. 6

## Обеспечения

Показатель		Остаток на начало отчет- ного	Остаток на конец отчет- ного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Полученные - всего	810		
в том числе:			
векселя	811		
Имущество, находящееся в залоге	820		
из него:			
объекты основных средств	821		
ценные бумаги и иные финансовые вложения	822		
прочее	823		
	824		
Выданные - всего	830		
в том числе:			
векселя	831		
Имущество, переданное в залог	840		
из него:			
объекты основных средств	841		
ценные бумаги и иные финансовые вложения	842		
прочее	843		
	844		

## Государственная помощь

Показатель		Отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код				
1	2	3		4	
Получено в отчетном году бюджетных средств - всего	910				
в том числе:					
	911				
	912				
	913				
		на начало отчетного года	получено за отчетный период	возвращено за отчетный период	на конец отчетного периода
Бюджетные кредиты - всего	920				
в том числе					
	921				
	922				
	923				

Руководитель Куприянов Дмитрий Викторович (подпись) (расшифровка подписи)	Главный бухгалтер Беличенко Ирина Александровна (подпись) (расшифровка подписи)
--	--

## Приложение 2:

### Бухгалтерская отчетность по РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» за 6 мес. 2006 г.

#### БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 30 Июня 2006 г.

		К О Д Ы
Форма №1 по ОКУД		0710001
Дата (год, месяц, число)		2006   6   30
Организация <b>Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"</b>		по ОКПО 14282947
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН 7724514290/772401001
Вид деятельности <b>Аренда торгового оборудования</b>		по ОКВЭД 51.70
Организационно-правовая форма <b>ООО</b>		по ОКФС 65 16
Единица измерения <b>тыс руб</b>		по ОКЕИ 384
Местонахождение (адрес) <b>115230, Москва, Каширское шоссе, д. 7, кор. 1</b>		

Дата утверждения	.	.
Дата отправки / принятия	.	.

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>I. Внеоборотные активы</b>			
Нематериальные активы	110	53	56
Основные средства	120	7 306	18 765
Незавершенное строительство	130	6 030	9 537
Доходные вложения в материальные ценности	135	165 109	213 937
Долгосрочные финансовые вложения	140	135	145
Прочие внеоборотные активы	150	108	456
<b>Итого по разделу I</b>	<b>190</b>	<b>178 741</b>	<b>242 897</b>
<b>II. Оборотные активы</b>			
Запасы	210	20 822	31 434
в том числе:			
готовая продукция и товары для перепродажи	214	11 399	6 412
расходы будущих периодов	216	9 423	25 022
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	33 223	26 482
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	27 343	39 114
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	11 288	9 643
Денежные средства	260	844	73
<b>Итого по разделу II</b>	<b>290</b>	<b>82 232</b>	<b>97 103</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>300</b>	<b>260 973</b>	<b>339 999</b>

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>III. Капитал и резервы</b>			
Уставный капитал	410	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	108	2 818
<b>Итого по разделу III</b>	<b>490</b>	<b>118</b>	<b>2 828</b>
<b>IV. Долгосрочные обязательства</b>			
<b>Итого по разделу IV</b>	<b>590</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>V. Краткосрочные обязательства</b>			
Займы и кредиты	610	239 748	300 016
Кредиторская задолженность	620	21 107	37 156
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	18 854	33 515
задолженность перед персоналом организации	622	578	343
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	163	71
задолженность по налогам и сборам	624	1 048	1 225
прочие кредиторы	625	465	2 003
<b>Итого по разделу V</b>	<b>690</b>	<b>260 855</b>	<b>337 172</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>700</b>	<b>260 973</b>	<b>339 999</b>
<b>СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ</b>			
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	–	310 849

Руководитель	Куприянов Дмитрий Викторович	Главный бухгалтер	Леонова Марина Геннадиевна
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)

19 Июля 2006 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ  
за период с 1 Января по 30 Июня 2006 г.

		К О Д Ы		
		0710002		
Форма №2 по ОКУД		2006	06	30
Дата (год, месяц, число)		14282947		
Организация Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама" по ОКПО		7724514290/772401001		
Идентификационный номер налогоплательщика ИНН		51.70		
Вид деятельности Аренда торгового оборудования по ОКВЭД		65 16		
Организационно-правовая форма форма собственности		384		
ООО по ОКОПФ / ОКФС				
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ				

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период пред- ыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
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	108 752	3 944
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(14 429)	—
Валовая прибыль	029	94 323	3 944
Коммерческие расходы	030	(3)	—
Управленческие расходы	040	(73 749)	(6 176)
Прибыль (убыток) от продаж	050	20 571	(2 232)
Прочие доходы и расходы			
Проценты к уплате	070	(11 909)	—
Прочие операционные доходы	090	827	2 975
Прочие операционные расходы	100	(5 212)	(3 017)
Внереализационные доходы	120	211	—
Внереализационные расходы	130	(895)	(218)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	3 593	(2 492)
Текущий налог на прибыль	150	(862)	—
Налоговые санкции	180	(21)	—
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	2 710	(2 492)

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ					
Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	—	158	—	—

Руководитель  
  
18 Июля 2006 г.

Куприянов Дмитрий  
Викторович  
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  
  
(подпись)

Леонова Марина  
Геннадиевна  
(расшифровка подписи)



## Приложение 3:

### Бухгалтерская отчетность по РСБУ ООО ТД «Триал» за 6 мес. 2006 г.

#### БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС на 30 Июня 2006 г.

		К О Д Ы
Форма №1 по ОКУД		0710001
Дата (год, месяц, число)		2006   6   30
Организация <b>Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"</b> по ОКПО		93292076
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН 7736533730\773601001
Вид деятельности <b>торговля</b> по ОКВЭД		51.19
Организационно-правовая форма <b>Общество с ограниченной ответственностью</b> форма собственности		65 16
Единица измерения <b>тыс руб</b> по ОКЕИ		384
Местонахождение (адрес) <b>119119, г. Москва, Ленинский пр-т, д. 42, корп. 5</b>		

Дата утверждения	.	.
Дата отправки / принятия	.	.

АКТИВ	Код показа- теля	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>I. Внеоборотные активы</b>			
<b>Итого по разделу I</b>	<b>190</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>II. Оборотные активы</b>			
Запасы	210	—	1 047 132
в том числе:			
готовая продукция и товары для перепродажи	214	—	547 306
товары отгруженные	215	—	499 826
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	—	125 946
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	—	400 312
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	—	108 448
Краткосрочные финансовые вложения	250	—	24 109
Денежные средства	260	—	3 140
<b>Итого по разделу II</b>	<b>290</b>	<b>—</b>	<b>1 600 640</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>300</b>	<b>—</b>	<b>1 600 640</b>

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
<b>III. Капитал и резервы</b>			
Уставный капитал	410	–	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	–	1 550
<b>Итого по разделу III</b>	<b>490</b>	<b>–</b>	<b>1 560</b>
<b>IV. Долгосрочные обязательства</b>			
<b>Итого по разделу IV</b>	<b>590</b>	<b>–</b>	<b>–</b>
<b>V. Краткосрочные обязательства</b>			
Займы и кредиты	610	–	1 025 679
Кредиторская задолженность	620	–	573 401
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	–	569 688
задолженность перед персоналом организации	622	–	107
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	–	29
задолженность по налогам и сборам	624	–	504
прочие кредиторы	625	–	3 072
<b>Итого по разделу V</b>	<b>690</b>	<b>–</b>	<b>1 599 079</b>
<b>БАЛАНС</b>	<b>700</b>	<b>–</b>	<b>1 600 640</b>
<b>СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ</b>			
Арендованные основные средства	910	–	20

Руководитель

(подпись)

Смирнов Дмитрий  
Валентинович  
(расшифровка подписи)Главный  
бухгалтер

(подпись)

Молодцова Елена  
Юрьевна  
(расшифровка  
подписи)

26 Июля 2006 г.

## ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

за период с 1 Января по 30 Июня 2006 г.

Форма №2 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация **Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"** по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика

ИНН

Вид деятельности **торговля**

по ОКВЭД

Организационно-правовая форма

форма собственности

**Общество с ограниченной ответственностью**

по ОКОПФ / ОКФС

Единица измерения:

**тыс. руб.**

по ОКЕИ

К О Д Ы		
0710002		
2006	06	30
93292076		
7736533730\773601001		
51.19		
65	16	
384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
<b>Доходы и расходы по обычным видам деятельности</b>			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)	010	1 186 586	–
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(915 768)	–
Валовая прибыль	029	270 818	–
Коммерческие расходы	030	(249 270)	–
Прибыль (убыток) от продаж	050	21 548	–
<b>Прочие доходы и расходы</b>			
Проценты к получению	060	2 967	–
Проценты к уплате	070	(22 133)	–
Прочие операционные доходы	090	63	–
Прочие операционные расходы	100	(63)	–
Внереализационные доходы	120	1	–
Внереализационные расходы	130	(343)	–
<b>Прибыль (убыток) до налогообложения</b>	140	2 040	–
Текущий налог на прибыль	150	(490)	–
<b>Чистая прибыль (убыток) отчетного периода</b>	190	1 550	–

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ					
Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	1			–
		1			
		1	78	–	

Руководитель

(подпись)

**Смирнов Дмитрий  
Валентинович**

(расшифровка подписи)

**Главный  
бухгалтер**

(подпись)

**Молодцова Елена  
Юрьевна**(расшифровка  
подписи)

26 Июля 2006 г.

## Приложение 4:

### Оферта о предоставлении поручительства со стороны ООО ТД «Триал»

#### ОФЕРТА

о предоставлении обеспечения в форме поручительства для целей выпуска облигаций

г. Москва

20 июля 2006 года

Настоящая Оферта является предложением заключить договор поручительства на условиях, указанных в настоящей Оферте, любому лицу, желающему приобрести облигации Общества с ограниченной ответственностью «БАНАНА-МАМА» с обеспечением.

#### 1. Термины и определения

- 1.1. «Андеррайтер» – Закрытое акционерное общество «Инвестиционная компания «Тройка Диалог».
- 1.2. «НДЦ» – Некоммерческое Партнерство «Национальный депозитарный центр», выполняющее функции депозитария Облигаций.
- 1.3. «Облигации» – процентные документарные облигации на предъявителя серии 01 в общем количестве 1 000 000 (Один миллион) штук номинальной стоимостью 1 000 (Одна тысяча) рублей каждая, выпускаемые Эмитентом в соответствии с Эмиссионными Документами.
- 1.4. «Поручитель» – Общество с ограниченной ответственностью Торговый дом «Триал»
- 1.5. «Объем Неисполненных Обязательств» – объем, в котором Эмитент не исполнил Обязательства Эмитента.
- 1.6. «Обязательства Эмитента» – обязательства Эмитента перед владельцами Облигаций, определенные пунктом 3.1. настоящей Оферты.
- 1.7. «Оферта» – настоящая Оферта.
- 1.8. «Сумма Обеспечения» – сумма в размере суммарной номинальной стоимости Облигаций (1 000 000 000 рублей) и совокупного купонного дохода по Облигациям
- 1.9. «Событие Неисполнения Обязательств» – любой из случаев, указанных в пунктах 3.3.1.-3.3.3. настоящей Оферты.
- 1.10. «Срок Исполнения Обязательств Эмитента» – любой из сроков, указанных в пунктах 3.3.1.-3.3.3. настоящей Оферты.
- 1.11. «Требование» – требование владельца Облигаций об исполнении обязательств к Поручителю, соответствующее условиям пунктов 3.7.1.-3.7.5. настоящей Оферты.
- 1.12. ФСФР – Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР России).
- 1.13. «Эмиссионные Документы» – решение о выпуске ценных бумаг, проспект ценных бумаг и сертификат Облигаций, утвержденные общим собранием участников Эмитента 20 июля 2006 года, Протокол №73 от 20 июля 2006 года.
- 1.14. «Эмитент» – Общество с ограниченной ответственностью «БАНАНА-МАМА», зарегистрированное в соответствии с законодательством Российской Федерации Межрайонная Инспекция Министерства Российской Федерации по налогам

и сборам России № 46 г. Москве 16 июня 2004 года за основным государственным регистрационным номером 1047796431154, расположенное по адресу: РФ, 115230, г. Москва, Каширское ш., д. 7, корп. 1

## 2. Условия акцепта Оферты

- 2.1. Настоящей Офертой Поручитель предлагает любому лицу, желающему приобрести Облигации, заключить договор с Поручителем о предоставлении Поручителем в соответствии с законодательством Российской Федерации, учредительными документами Поручителя и условиями Оферты обеспечения в форме поручительства для целей выпуска Облигаций. Договор поручительства, которым обеспечивается исполнение обязательств по облигациям, считается заключенным с момента возникновения у их первого владельца прав на такие облигации, при этом письменная форма договора поручительства считается соблюденной.
- 2.2. Оферта является публичной и выражает волю Поручителя заключить договор поручительства на указанных в Оферте условиях и с соблюдением предусмотренной процедуры с любым лицом, желающим приобрести Облигации.
- 2.3. Оферта является безотзывной, то есть не может быть отозвана в течение срока, установленного для акцепта Оферты.
- 2.4. Настоящая Оферта подлежит включению в полном объеме в Эмиссионные Документы. Оферта считается полученной адресатом в момент обеспечения Эмитентом всем потенциальным приобретателям Облигаций возможности доступа к информации о выпуске Облигаций, содержащейся в Эмиссионных Документах и подлежащей раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации и нормативными актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.
- 2.5. Акцепт Оферты может быть совершен только путем приобретения одной или нескольких Облигаций в порядке и на условиях, определенных Эмиссионными Документами. Приобретение Облигаций в любом количестве означает акцепт Оферты и, соответственно, заключение таким лицом договора поручительства с Поручителем, по которому Поручитель несет солидарную с Эмитентом ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение Эмитентом обязательств перед приобретателем Облигаций на условиях, установленных Офертой. С переходом прав на Облигацию к ее приобретателю переходят права по указанному договору поручительства в том же объеме и на тех же условиях, которые существуют на момент перехода прав на Облигацию.

## 3. Обязательства Поручителя. Порядок и условия их исполнения.

- 3.1. Поручитель принимает на себя ответственность за исполнение Эмитентом его обязательств по выплате владельцам Облигаций их номинальной стоимости (основной суммы долга), выплате причитающихся процентов (купонного дохода), приобретению Эмитентом облигаций, на следующих условиях:
  - 3.1.1. Поручитель несет ответственность перед владельцами Облигаций в размере, не превышающем Суммы Обеспечения, а в случае недостаточности Суммы Обеспечения для удовлетворения всех требований владельцев Облигаций, предъявленных ими к Поручителю в порядке, установленном

Офертой, Поручитель распределяет Сумму Обеспечения между всеми владельцами Облигаций пропорционально предъявленным ими вышеуказанным образом требованиям;

- 3.1.2. Сумма произведенного Поручителем в порядке, установленном Офертой, платежа, недостаточная для полного удовлетворения всех требований владельцев Облигаций, предъявленных ими к Поручителю в соответствии с условиями Оферты, при отсутствии иного соглашения погашает, прежде всего, основную сумму долга, а в оставшейся части – причитающиеся проценты (купонный доход) и/или сумму ответственности за ненадлежащее исполнение Эмитентом обязательств по приобретению облигаций.
- 3.2. Поручитель несет солидарную ответственность с Эмитентом перед владельцами Облигаций. Поручитель обязуется отвечать за исполнение Эмитентом Обязательств Эмитента только после того, как будет установлено, что Эмитент не исполнил Обязательства Эмитента, и только в той части, в которой Эмитент не исполнил Обязательства Эмитента.
- 3.3. Факт неисполнения или ненадлежащего исполнения Эмитентом Обязательств Эмитента, считается установленным в следующих случаях:
  - 3.3.1. Эмитент не выплатил или выплатил не в полном объеме купонный доход в виде процентов к номинальной стоимости Облигаций владельцам Облигаций в сроки, определенные Эмиссионными Документами;
  - 3.3.2. Эмитент не выплатил или выплатил не в полном объеме основную сумму долга при погашении Облигаций в сроки, определенные Эмиссионными Документами, владельцам Облигаций;
  - 3.3.3. Эмитент не выполнил требование или выполнил не в полном объеме требование владельцев Облигаций о приобретении Облигаций в сроки и на условиях, определяемых Эмиссионными Документами. Сроки исполнения соответствующих Обязательств Эмитента наступают в дни приобретения Эмитентом Облигаций, установленные Эмитентом в соответствии с Эмиссионными Документами;
- 3.4. Поручитель обязуется в соответствии с условиями Оферты отвечать за неисполнение/ненадлежащее исполнение Эмитентом Обязательств Эмитента в Объем Неисполненных Обязательств.
- 3.5. В своих отношениях с владельцами Облигаций Поручитель исходит из Объем Неисполненных Обязательств, сообщенного Поручителю Эмитентом или по его поручению третьими лицами или публично раскрытого Эмитентом в соответствии с законодательством Российской Федерации, если владельцами Облигаций не будет доказан больший Объем Неисполненных Обязательств.
- 3.6. В случае установления факта неисполнения или ненадлежащего исполнения Эмитентом Обязательств Эмитента, Поручитель обязуется в соответствии с условиями Оферты отвечать за исполнение обязательств Эмитента в Объем Неисполненных Обязательств и в пределах Суммы Обеспечения, если владельцами Облигаций будут предъявлены к Поручителю Требования, соответствующие условиям Оферты.
- 3.7. Требование должно соответствовать следующим условиям:
  - 3.7.1. Требование должно быть предъявлено к Поручителю в письменной форме и подписано владельцем Облигаций или (в случае, если Облигации переданы в номинальное держание и номинальный держатель

- уполномочен получать суммы погашения и/или иных доходов по Облигациям и/или требовать от Эмитента приобретения Облигаций и предъявлять Требование) номинальным держателем Облигаций, а, если владельцем является юридическое лицо, также скреплено его печатью;
- 3.7.2. в Требовании должны быть указаны: фамилия, имя, отчество (для физических лиц), наименование (для юридических лиц) владельца Облигаций, его ИНН, место жительства (для физических лиц), место нахождения (для юридических лиц), реквизиты его банковского счета, Объем Неисполненных Обязательств в отношении владельца Облигаций, направляющего данное Требование;
- 3.7.3. Требование должно быть предъявлено к Поручителю не позднее 90 (девяносто) дней со дня наступления Срока Исполнения Обязательств в отношении владельца Облигаций, направляющего данное Требование (при этом датой предъявления считается дата подтвержденного получения Поручителем соответствующего);
- 3.7.4. к Требованию должна быть приложена подтверждающая права владельца Облигаций на его Облигации выписка со счета ДЕПО в НДЦ, или депозитариях, являющихся депонентами по отношению к НДЦ; В случае предъявления требования, предполагающего погашение Облигаций, также должна быть приложена копия отчета НДЦ, заверенная депозитарием, о переводе Облигаций в раздел счета депо, предназначенный для блокирования ценных бумаг при погашении
- 3.7.5. Требование и приложенные к нему документы должны быть направлены Поручителю заказным письмом, курьерской почтой или экспресс-почтой.
- 3.8. Поручитель рассматривает Требование в течение 14 (четырнадцати) рабочих дней со дня предъявления Поручителю Требования.
- 3.9. Не рассматриваются Требования, предъявленные к Поручителю позднее 90 (девяносто) дней со дня наступления Срока Исполнения Обязательств в отношении владельцев Облигаций, направивших данное Требование.
- 3.10. В случае принятия решения Поручителем об удовлетворении Требования, Поручитель не позднее, чем в 5 (пятый) рабочий день с даты истечения срока рассмотрения (п. 3.8. Оферты) письменно уведомляет о принятом решении владельца Облигаций или номинального держателя, направившего Требование. После направления таких уведомлений, Поручитель не позднее 10 (десятого) рабочего дня с даты истечения срока рассмотрения Требования об Исполнении Обязательств, осуществляет платеж в размере соответствующего Требования об Исполнении Обязательств в соответствии с условиями Оферты на банковский счет владельца или номинального держателя Облигаций, реквизиты которого указаны в Требовании об Исполнении Обязательств. Поручитель не несет ответственности за неисполнение своих обязательств, если такое неисполнение обусловлено предоставлением Поручителю недостоверных данных, указанных в п.3.7.2. настоящей Оферты, в таком случае любые дополнительные расходы по надлежащему исполнению Поручителем своих обязательств возмещаются за счет владельца Облигаций или номинального держателя Облигаций.
- 3.11. В отношении Облигаций, в погашении которых отказано, Поручитель направляет информацию об отказе в удовлетворении Требования в НДЦ (с указанием наименования, Ф.И.О. владельца, количества Облигаций, наименования Депозитария, в котором открыт счет депо владельцу).

#### 4. Срок действия поручительства

- 4.1. Права и обязанности по поручительству, предусмотренному настоящей Офертой, вступают в силу с момента заключения приобретателем Облигаций договора поручительства с Поручителем в соответствии с п.3.5. настоящей Оферты.
- 4.2. Предусмотренное Офертой поручительство Поручителя прекращается:
  - 4.2.1. в случае прекращения Обязательств Эмитента. При этом, в случае осуществления выплат по Облигациям владельцу Облигаций в полном объеме настоящая Оферта прекращает свое действие в отношении такого владельца, оставаясь действительной в отношении других владельцев Облигаций.
  - 4.2.2. в случае изменения Обязательств Эмитента, влекущего увеличение ответственности или иные неблагоприятные последствия для Поручителя, без согласия последнего;
  - 4.2.3. по иным основаниям, установленным федеральным законом.

#### 5. Прочие условия

- 5.1. Все вопросы отношений Поручителя и владельцев Облигаций, касающиеся Облигаций и не урегулированные Офертой, регулируются Эмиссионными Документами, понимаются и толкуются в соответствии с ними и законодательство Российской Федерации.
- 5.2. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения своих обязательств по Оферте Поручитель и владельцы Облигаций несут ответственность в соответствии с действующим законодательством.
- 5.3. Споры в связи с Офертой передаются на разрешение в Арбитражный суд г. Москвы, если иное не предусмотрено применимым законодательством Российской Федерации.
- 5.4. Настоящая Оферта составлена в 2 (двух) подлинных экземплярах, один из которых находится у Поручителя, второй хранится у Андеррайтера по месту его нахождения. В случае расхождения между текстами вышеперечисленных экземпляров Оферты, приоритет при толковании и применении Оферты должен отдаваться экземпляру Оферты, хранящемуся у Андеррайтера.

#### 6. Адреса и банковские реквизиты Поручителя

Место нахождения: 119119, г. Москва, Ленинский пр-т, д. 42, корп. 5

ИНН 7736533730

Р/С 40702810000120031777 в АКБ ОАО «Московский Деловой Мир» К/С

30101810900000000466

БИК 044525466

Подписи:

ООО «ТД Триал»

Дмитрий Валентинович Смирнов \_\_\_\_\_