

Группа компаний

ИНКОМ-АВТО

**ОБЛИГАЦИОННЫЙ ЗАЕМ
ООО «Инком-Лада»
серии 03
2 000 000 000 рублей**

Информационный меморандум

Организатор выпуска



2007 г.

СОДЕРЖАНИЕ

О ПОРЯДКЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИИ	3
1 ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ.....	5
2 КРАТКИЙ ПОРТРЕТ ЭМИТЕНТА	7
3 ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ О КОМПАНИИ.....	10
3.1 История развития	10
3.2 Корпоративная структура и структура собственности.....	11
3.3 Менеджмент Компании	12
4 ОБЗОР АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ	13
5 ОБЗОР НАПРАВЛЕНИЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	22
5.1 Продажа автомобилей.....	22
5.2 Кредитование, лизинг, trade-in.....	36
5.3 Сервисное обслуживание.....	37
5.4 Продажа и установка дополнительного оборудования.....	38
5.5 Продажа запчастей	38
5.6 Услуги проката	39
6 ОБЗОР ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПАНИИ	40
7 КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКАХ ВЫПУСКА	45

О порядке использования информации

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

Данный меморандум не может рассматриваться в качестве средства побуждения к действиям любого характера с ценными бумагами Эмитента или компаний, которые упомянуты в настоящем документе. Основной целью Информационного меморандума является предоставление потенциальным инвесторам дополнительной информации об Эмитенте облигаций, Поручителях и других участниках размещения, сверх нормативного объема, предусмотренного российским законодательством.

Ни одно лицо не уполномочено предоставлять в связи с размещением облигаций какую-либо информацию или делать какие-либо иные заявления, за исключением информации и заявлений, содержащихся в Проспекте ценных бумаг, Решении о выпуске и Информационном меморандуме. Если такая информация была предоставлена или такое заявление было сделано, то на них не следует опираться как на информацию или заявления, санкционированные Эмитентом или Организатором выпуска.

Эмитент принимает на себя ответственность за информацию, содержащуюся в Информационном меморандуме, и подтверждает, что эта информация является правдивой и точной во всех существенных фактах и не вводит в заблуждение. Мнения и намерения Эмитента, выраженные в настоящем документе, являются добросовестными мнениями и намерениями Эмитента.

Ни одна из российских или иностранных национальных, региональных или местных комиссий по рынку ценных бумаг или какой-либо иной орган, регулирующий порядок совершения операций с ценными бумагами, не давал никаких специальных рекомендаций по поводу приобретения облигаций. Кроме того, вышеуказанные органы не рассматривали настоящий документ, не подтверждали и не определяли его адекватность или точность.

Эмитент принимает на себя ответственность только за правильное воспроизведение представленной им вышеуказанной информации, не принимает на себя иных обязательств, не делает никаких иных заявлений и не предоставляет иных гарантий относительно такой информации. Ни Эмитент, ни другие участники сделки не принимают на себя никаких обязательств по обновлению данных, мнений и выводов, содержащихся в настоящем меморандуме после даты его опубликования.

Заявления, относящиеся к Поручителям и Организатору, опираются на информацию, предоставленную ими Эмитенту, исключительно для использования в настоящем документе. Ни вручение Информационного меморандума, ни размещение облигаций ни при каких обстоятельствах не подразумевают отсутствия возможности неблагоприятных изменений в состоянии дел Эмитента после даты Информационного меморандума, либо после даты внесения последних изменений и/или дополнений в Информационный меморандум, равно как и то, что любая информация, предоставленная в связи с размещением облигаций, является верной на какую-либо дату, следующую за датой предоставления такой информации или за датой, указанной в документах, содержащих такую информацию, если эта дата отличается от даты предоставления информации.

В связи с тем, что вложения в ценные бумаги российских компаний сопряжены с риском, при принятии инвестиционного решения мы рекомендуем инвесторам самостоятельно определять для себя значимость информации, содержащейся в настоящем Информационном меморандуме, и при рассмотрении возможности приобретения облигаций опираться на исследования и иные проверки, которые могут быть сочтены необходимыми. Организатор не принимал и не принимает на себя обязательств по изучению положения дел и финансового состояния Эмитента в течение срока действия договоренностей, предусмотренных Информационным меморандумом, и не обязуются консультировать кого-либо из инвесторов или потенциальных инвесторов в облигации относительно изложенной информации.

1 Инвестиционное предложение

Вниманию инвесторов предлагаются облигации ООО «Инком-Лада» (ранее и далее – Эмитент, Компания) серии 03.

Объем размещаемого облигационного займа составляет 2 000 млн рублей, срок обращения выпуска – 4 года. Выплата купонного дохода по облигациям производится ежеквартально. Ставка 1-го купона будет установлена в ходе конкурса при размещении. В момент установления даты начала размещения уполномоченный орган Эмитента определяет окончательное количество купонов, ставка которых будет равна первому купону.

Два предприятия предоставляют обеспечение по выпуску облигаций ООО «Инком-Лада» в форме поручительства. Поручители несут солидарную с Эмитентом ответственность за исполнение обязательств по облигациям. Размер обеспечения, предоставляемого каждым из Поручителей, составляет 1 600 млн рублей.

Основную часть средств, привлеченных в ходе размещения облигационного займа, в размере порядка 51 млн. долл. Эмитент планирует направить на рефинансирование краткосрочной части долга, на развитие бизнеса планируется направить порядка 26 млн долл.

Таблица 1. Основные условия выпуска облигаций

Эмитент	Общество с ограниченной ответственностью «Инком-Лада»
Поручители по займу	Общество с ограниченной ответственностью «Авто Трейд» Общество с ограниченной ответственностью «РЕГБИ»
Форма выпуска	Неконвертируемые документарные процентные облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением
Серия	03
Государственный регистрационный номер выпуска	4-03-36068-R
Дата государственной регистрации	19.04.2007
Номинальный объем выпуска	2 000 000 000 (Два миллиарда) рублей
Номинал одной облигации	1 000 (Одна тысяча) рублей
Срок обращения	4 года (1 456 дней)
Купонный период	3 месяца (91 день)
Количество купонов	16

Ставка купона	<p>Ставка первого купона определяется в ходе конкурса при размещении.</p> <p>В момент установления даты начала размещения уполномоченный орган Эмитента определяет окончательное количество купонов, ставка которых будет равна первому купону.</p> <p>В соответствии с эмиссионными документами Эмитент устанавливает ставку последующих купонов в срок не позднее 15 дней до окончания последнего известного купонного периода.</p>
Приобретение облигаций по требованию владельцев с возможностью дальнейшего обращения (оферта)	<p>Дата приобретения облигаций у их владельцев определяется уполномоченным органом Эмитента одновременно с установлением даты начала размещения и объявлением количества купонов, ставка которых будет равна первому купону.</p> <p>Эмитент планирует установить срок оферты по облигациям равным 2 годам.</p> <p>Цена: 100% от номинала</p> <p>Агент по исполнению оферты: ООО «УРАЛСИБ Кэпитал»</p>
Способ размещения	Открытая подписка на ЗАО «Фондовая биржа ММВБ», конкурс по определению процентной ставки 1-го купона
Цена размещения	100% от номинала
Обращение	ЗАО «Фондовая биржа ММВБ», внебиржевое
Депозитарий	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Организатор выпуска	ООО «УРАЛСИБ Кэпитал»
Андеррайтер	ООО «УРАЛСИБ Кэпитал»
Платежный агент	ОАО «УРАЛСИБ»

2 Краткий портрет Эмитента

БИЗНЕС ГРУППЫ

Группа компаний «Инком-Авто» является одним из крупнейших розничных операторов автомобильного рынка. Основными направлениями деятельности Группы являются:

- продажа автомобилей,
- сервисное обслуживание,
- продажа запчастей.

«Инком-Авто» является официальным дилером отечественных автопроизводителей: АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ, а также зарубежных марок: Daewoo, Hyundai, Kia, Renault, Ford, Chery, Fiat, SsangYong, Opel, Chevrolet, Cadillac.

Группа является официальным дистрибьютором китайских автомобильных заводов Geely International Corporation, Hebel Zhongxing Automobile Co LTD Sales Co.и Jiangling Motors Co.,LTD

Сегодня «Инком-Авто» - это 12 автосалонов и 13 техцентров по всей Москве, 2 автосалона «Тринити – Моторс» в Москве, дилерский центр Ford в Саратове и 2 автоцентра китайских и корейских автомобилей в Санкт-Петербурге. В состав «Инком-Авто» входят также магазин автозапчастей и служба проката автомобилей.

Ежедневно салоны Компании посещают 700-800 человек. Общая площадь торговых и ремонтных помещений компании сегодня - более 107 000 кв. м. Все данные площади арендуемые на правах долгосрочной аренды, поскольку блок компаний, владеющих недвижимостью, выведен за рамки группы, ведущей автомобильный бизнес.

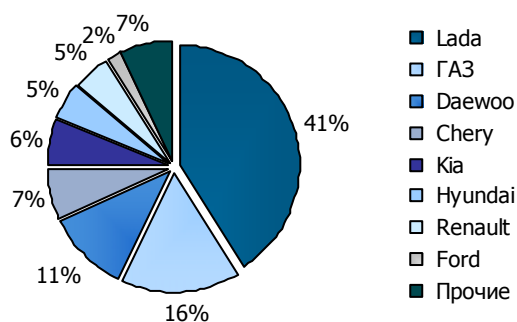
По итогам 2006 года компания «Инком-Авто» реализовала 46,6 тысяч автомобилей на сумму 478,2 тысяч долларов США. Эти показатели больше прошлогодних на 23,5% в натуральном и 49,4% в денежном выражении. В 2007 г. Компания планирует сохранить темпы развития и довести объем реализации до почти 57 тыс. автомобилей. В планах компании к 2010 году довести объем реализации до 100 тысяч автомобилей.

Рисунок 1. Динамика продаж автомобилей и числа салонов «Инком-Авто»



Источник: Компания

Рисунок 2. Структура продаж автомобилей по производителям в денежном выражении



Источник: Компания

Сегодня Компания продолжает уверенно удерживать лидирующие позиции на автомобильном рынке Московского региона. По итогам 2006 года компания занимает:

- 1-е место по продажам автомобилей DAEWOO,
- 1-е место по продажам автомобилей CHERY,
- 2-е место по продажам автомобилей ВАЗ,
- 2-е место по продажам автомобилей UAZ,
- 3-е место по продажам автомобилей ГАЗ,
- 3-е место по продажам автомобилей HYUNDAI,
- 3-е место по продажам автомобилей RENAULT.

СТРУКТУРА ГРУППЫ

На сегодняшний день Группа «Инком-Авто» объединяет 17 компаний.

Юридически Группа представляет собой холдинговую структуру во главе с ОАО «Холдинг Инком-Авто», исполняющим также функцию управляющей компании в рамках Группы. Эмитент облигационного займа – ООО «Инком-Лада» – является субхолдинговой компанией и осуществляет оптовые продажи автомобилей.

Конечным бенефициаром «Инком-Авто» является г-н Козловский Д.А.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

«Инком-Авто» стремится к лидерству на российском рынке розничных продаж и обслуживания автомобилей.

В среднесрочной перспективе планируется перевести весь автобизнес в Москве в новый формат – автоцентры «3S» (продажа автомобилей, продажа запасных частей, сервисное обслуживание). Все новые автоцентры компании создаются исключительно в соответствии с новым форматом.

Группа планирует приоритетно развивать проекты, связанные с дилерством и дистрибуцией перспективных китайских марок.

«Инком-Авто» планирует стать партнером всех автопроизводителей, занимающих лидирующие позиции на российском автомобильном рынке, а именно:

- Nissan
- Peugeot
- Suzuki
- Toyota
- Volkswagen
- Hyundai (Корея)
- Honda
- Mazda
- Mitsubishi

В регионах будет построена сеть автоцентров в количестве не менее 50. Компания организует новые автоцентры как реконструкцией существующих объектов, так и путем «GreenField» - проектов, что позволяет создавать дилерские предприятия, полностью соответствующие требованиям корпоративных стандартов автопроизводителей. Особое внимание уделяется крупным локальным рынкам - городам с населением более 800 тыс. чел.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Таблица 2. Основные финансовые показатели Группы компаний «Инком-Авто» согласно данным сводной управленческой отчетности, млн долл.

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Выручка	89 289	159 605	277 779	373 759	576 554
ЕБИТДА	3 442	9 790	14 917	17 851	29 856
Норма ЕБИТДА	3,9%	6,1%	5,4%	4,8%	5,2%
Чистая прибыль	1 463	5 963	4 959	5 964	14 308
Валюта баланса	20 980	39 249	80 724	98 767	204 860
Собственный капитал	7 410	13 282	28 479	29 551	40 610
Долг	5 879	19 436	45 051	60 523	129 060
Собственный капитал / Долг	1,26	0,68	0,63	0,49	0,31
Долг / Валюта баланса	28%	50%	56%	61%	63%
Долг / ЕБИТДА	1,7	2,0	3,0	3,4	4,3
ЕБИТДА / Проценты к уплате	2,5	4,1	2,2	2,0	2,7

Источник: Компания

Финансовые показатели деятельности Группы отражают положительную динамику развития бизнеса. Так, продажи «Инком-Авто» в 2006 г. составили 576 млн долл., увеличившись на 54% по сравнению с продажами за 2005 г. Среднегодовой темп роста выручки в 2002-2006 г. составил 59%.

Деятельность «Инком-Авто» характеризуется стабильной рентабельностью на протяжении последних лет, рентабельность по ЕБИТДА в 2006 г. несколько выросла и составила 5,2%. При этом в 2006 г. Группа показала рекордный объем чистой прибыли – 14,3 млн долл.

В результате увеличения долга до 129 млн долл. на конец 2006 г., показатели долговой нагрузки Группы несколько увеличились (Долг/ЕБИТДА достиг 4,3), но по-прежнему находятся в допустимых границах. Доля долгосрочных кредитов и займов составила на конец года 48%. В результате снижения ставок по кредитам, показатель покрытия процентов величиной ЕБИТДА вырос до 2,7.

По состоянию на 01.05.2007 г., объем кредитов и займов, включая облигации в обращении, составляет 99 млн долл. Размещение 3-го выпуска облигаций не приведет к существенному росту долговой нагрузки, поскольку значительная часть привлеченных средств – порядка 51 млн долл. – пойдет на рефинансирование краткосрочной части кредитного портфеля.

3 Основные факты о Компании

3.1 История развития

Компания «Инком-Авто» создана в Москве в 1991 г. как официальный дилер АвтоВАЗа и сегодня является одним из ведущих участников автомобильного рынка России. Изначально компания называлась «Инком-Лада» и являлась официальным дилером отечественных автопроизводителей, а с 1995 г. и дилером автомобилей зарубежных марок. Проведенное в 2003 г. социологическое исследование показало, что название «Инком-Лада» ассоциируется у потребителя преимущественно с отечественными автомобилями, в то время как Компания уже несколько лет представляла интересы не только российских, но и иностранных производителей. Поэтому в том же году было принято решение о смене названия на «Инком-Авто».

Первый автосалон Компании был открыт в 1992 г. в районе станции метро «Коломенская».

В 1996 г. руководство Компании приняло решение о развитии в Москве сети автосалонов. На территории Южного порта был открыт еще один автосалон, а в следующем, 1997 г., еще два.

В 1999 г. открылись два автосалона: рядом со станциями метро «Кузьминки» и «Улица 1905 года».

В 2000 г. открыт автосалон возле станции метро «Водный стадион».

В 2002 г. на 31-м километре МКАД открылся самый большой в Москве автосалон «Инком-Авто» общей площадью более 20 тыс. м².

В 2003 г. – автосалон рядом со станцией метро «Каширская», а также два специализированных салона на Щелковском шоссе: один по продаже автомобилей Kia, другой по продаже Renault. Начала свою работу служба проката.

В 2004 г. компания «Инком-Авто» первой в России увеличила срок гарантии на автомобили Lada до 5 лет или до 75 тыс. км пробега, в то время как производитель ОАО «АвтоВАЗ» предоставляет гарантию сроком до 2 лет.

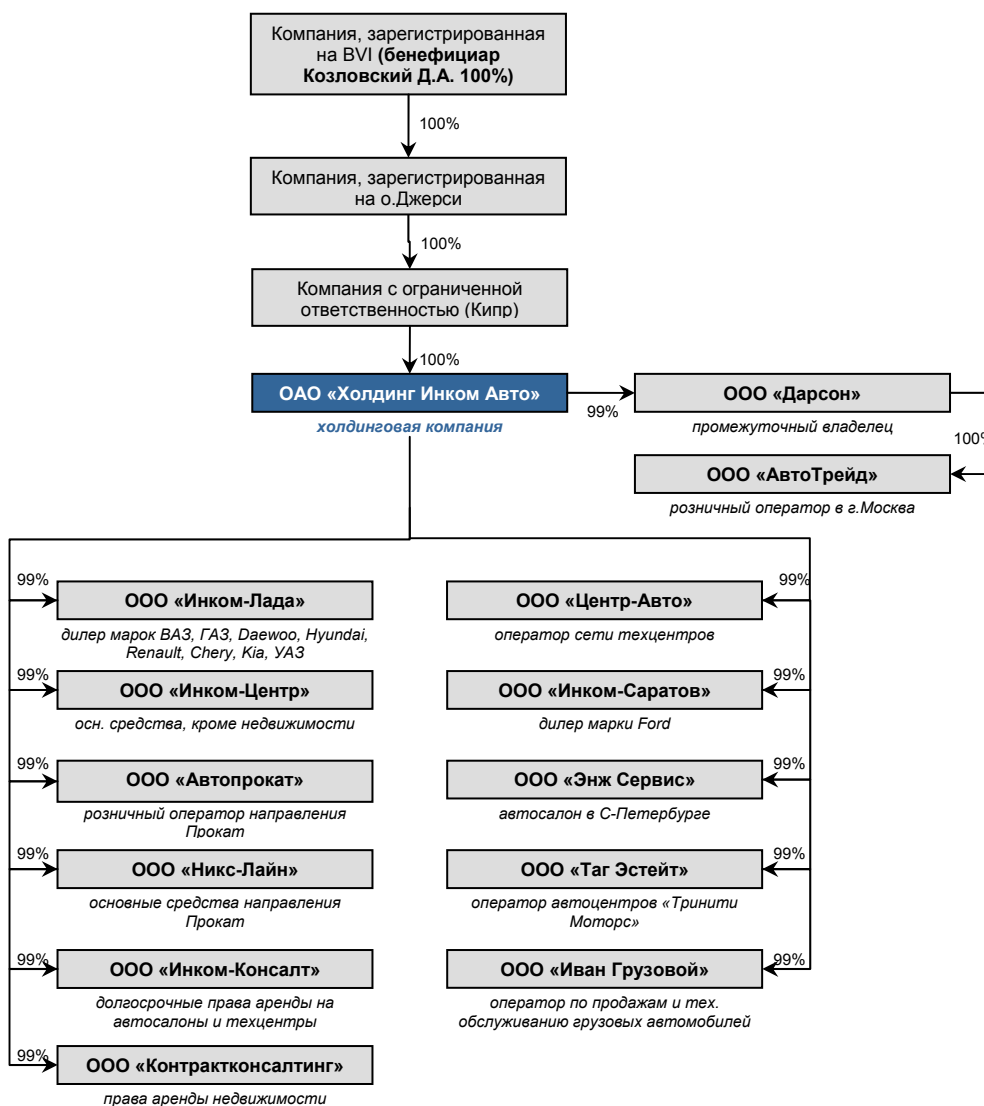
В 2005 г. открылись автосалоны возле станций метро «Тушинская», «Тимирязевская». Компания начала реализацию программы по распространению своих торговых представительств в российских регионах. В Санкт-Петербурге появился современный автоцентр по продаже Kia, Hyundai и Daewoo, в Саратове открылся дилерский салон и технический центр Ford.

В 2006 году:

- Открыт автосалон в районе станции метро Петровско-Разумовская.
- В Группу «Инком-Авто» вошла компания «Тринити-Моторс».
- Открыт специализированный автоцентр Renault. (м. Варшавская).
- Открыты специализированные центры FIAT и SsangYong в Москве.
- Открыт автоцентр Chery и Daewoo в Санкт-Петербурге.
- Компания «Инком-Авто» стала официальным дистрибьютором китайских автомобильных заводов Zhejiang Geely Holding Group (Geely), Hebei Zhongxing Automobile Co., LTD (ZX) и Jiangling Motors Co.,LTD (JMC).

3.2 Корпоративная структура и структура собственности

Рисунок 3. Структура Холдинга «Инком-Авто»



Источник: Компания

3.3 Менеджмент Компании



Козловский Дмитрий Александрович

Президент

Основатель, владелец и руководитель Группы.

С 1993 г. возглавляет компанию «Инком-Авто».

Определяет стратегию развития Компании и формирует инвестиционную политику.



Франке Владимир Николаевич

Генеральный директор ОАО «Холдинг Инком Авто»

В Компании свыше 6 лет. Данную должность занимает с 2005 г.

Осуществляет общее руководство, управляет проектами Компании. Контролирует ведение бизнес-процессов, разрабатывает программы развития сети автоцентров.



Соловьев Сергей Петрович

Финансовый директор

В компании с 2004 г.

Осуществляет оперативное руководство финансовыми ресурсами компании, планирование, контроль и анализ финансово-экономической деятельности.



Федотов Михаил Борисович

Заместитель Генерального директора

В компании с 2006 г. Данную должность занимает с марта 2006 г.

Руководит всей структурой сбыта, организацией реализации автомобилей и дополнительного оборудования в автосалонах. Участвует в принятии решений тактического и стратегического характера.



Былов Григорий Константинович

Директор по развитию

В компании работает с 2005 г.

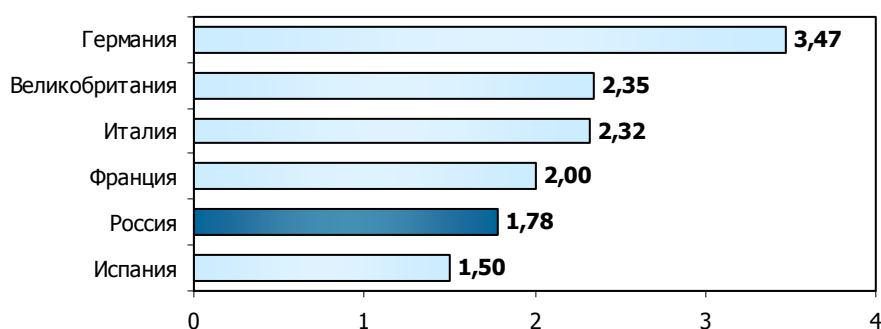
Осуществляет весь комплекс работ по развитию нового бизнеса: открытие новых автоцентров, развитие региональной сети, заключение дилерских соглашений с новыми марками.

4 Обзор автомобильного рынка России

Объем российского рынка по итогам 2006 года в натуральном выражении составил 2,06 млн. легковых автомобилей (с учетом продаж подержанных авто). По сравнению с прошлым годом рост рынка составил более 330 тысяч машин. Оборот рынка оценивается в 32 млрд. долларов, что на 45% процентов больше чем в 2005 г.

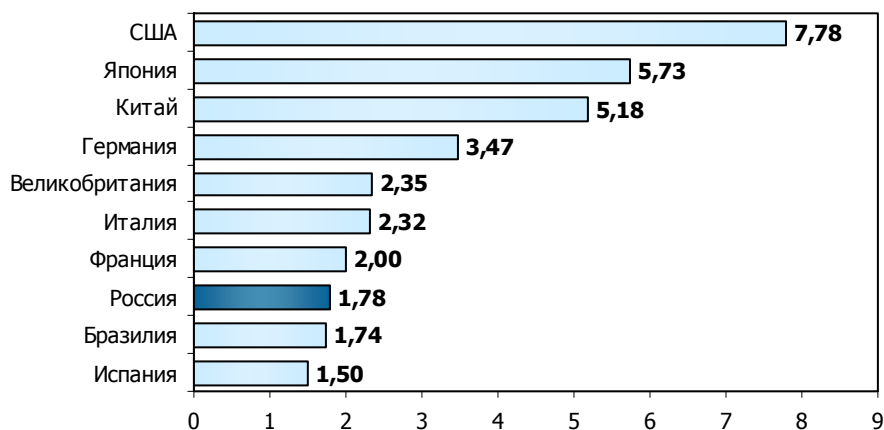
Объем продаж в 2 миллиона автомобилей в год выводит российский рынок на один уровень с ведущими рынками Европы, такими как Италия, Франция, Германия и Великобритания. К 2010 году, когда объем продаж на российском рынке достигнет 2,7-2,8 млн. автомобилей в год, страна может стать вторым по величине рынком в Европе. По итогам 2006 года Россия переместилась с 10 на 8 место в мире, и с 6 на 5 место – в Европе.

Рисунок 4. Крупнейшие автомобильные рынки в Европе в 2006 г., млн. а/м



Источник: Компания

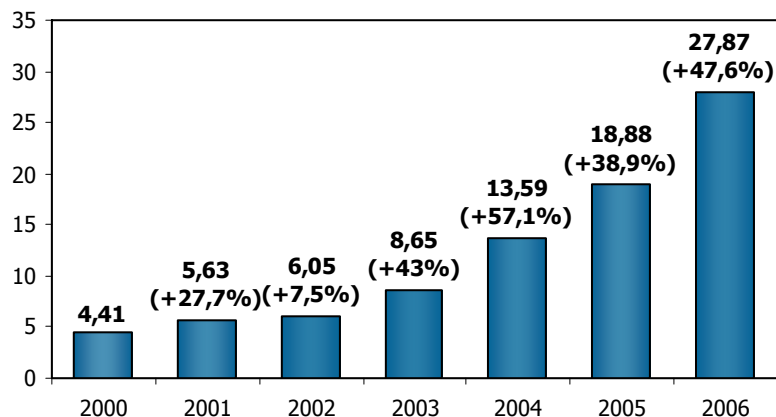
Рисунок 5. Крупнейшие автомобильные рынки в мире в 2006 г., млн. а/м



Источник: Компания

На протяжении последних пяти лет среднегодовые темпы роста российского рынка составляли 38,81% в денежном и 12,28 % в натуральном выражении. В 2006 году российские потребители потратили на покупку автомобилей на 48% больше, чем годом ранее.

Рисунок 6. Динамика роста российского рынка легковых автомобилей в 2000-2006 гг., USD млрд



Источник: Компания

Причинами столь бурного спроса на новые автомобили среди российских потребителей являются – общий рост экономики страны, увеличение доходов населения, и, как следствие, рост расходов граждан. Потребительскую активность россиян подстегивает и кредитование. В отличие от прошлых лет, сегодня кредит на покупку автомобиля можно получить в считанные дни, без излишней бумажной волокиты. В дальнейшем система розничного кредитования в автомобильном бизнесе будет развиваться в основном на неохваченных территориях, в глубинке. Отсюда вывод – чем более дешевым и доступным становится кредит на покупку автомобиля, тем более доступен и автомобиль.

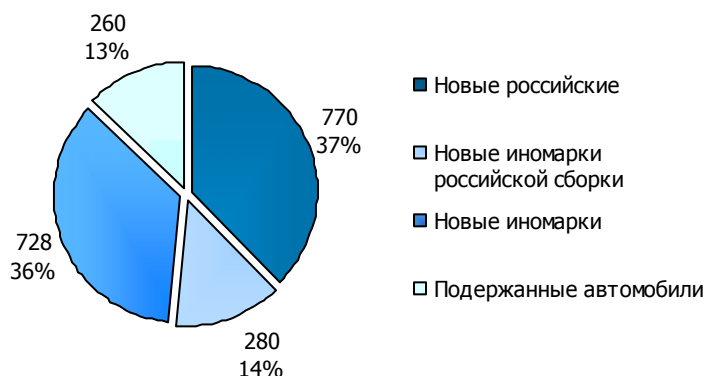
Данные факторы позволяют сделать прогноз, что Россию ожидает еще не один год интенсивного роста автомобильного рынка.

СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Основным событием 2006 года на российском рынке стал факт превышения объемов продаж новых иномарок над отечественными автомобилями.

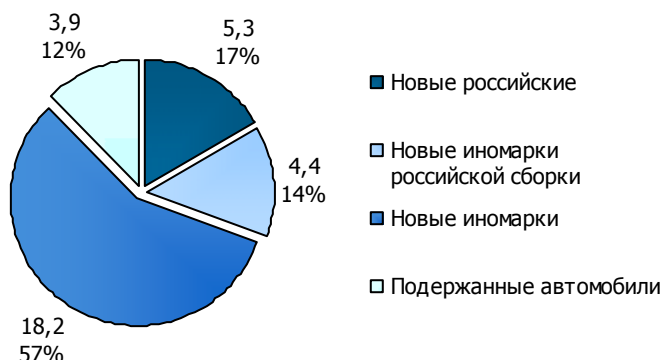
На протяжении последних пяти лет доля отечественных автомобилей имеет устойчивую тенденцию к снижению. Рыночная доля лидера отечественного автопрома – АвтоВАЗа, под давлением иностранных конкурентов сократилась с 54% в 2004 году до 37% в 2006 г.

Рисунок 7. Структура российского рынка легковых автомобилей в 2006 г., по количеству автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 8. Структура российского рынка легковых автомобилей в 2006 г., в денежном выражении, млрд, долл.

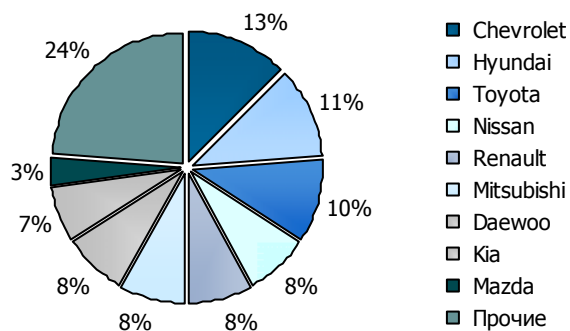


Источник: Компания

Перевес в сторону иномарок мог бы быть еще внушительнее, если бы практически весь ушедший год не проходил под знаком тотального дефицита. Вызвали его забастовки корейских рабочих, нехватка автобусов, ограниченные возможности финских портов и просто недооценка иностранными производителями роста благосостояния жителей России. Недопоставки доступных таганрогских «акцентов» и «сонат» наверняка заставили некоторых потенциальных покупателей обратиться к дилерам ВАЗа и ГАЗа. А очереди на самые ходовые «хонды», «мазды», «форды» весьма благотворно сказывалась на продажах машин других классов и других марок. Не желая ждать месяцами, покупатели берут то, что есть.

В итоге российский рынок иномарок распределился в долевым соотношении следующим образом.

Рисунок 9. Структура рынка иномарок по крупнейшим автопроизводителям в 2006 г.



Источник: Компания

Самой продаваемой иномаркой на российском рынке стал Ford. За прошлый год его продажи выросли на 92% до 115 985 машин. Вторым оказался Chevrolet, который благодаря тольяттинской модели Niva получил суммарный результат в 111 458 машин (рост на 63%). Прошлогодний лидер – Hyundai на этот раз продал 100.685 автомобилей (рост – на 15%) и занял третье место. Четвертое место досталось японской марке Toyota, которая продала 95 685 автомобилей (+58%). На пятой позиции Nissan с результатом 75 529 автомобилей и ростом в 62%. На шестое место поднялась французская марка Renault (72 484) со сказав 2,5 кратный рост продаж. Следом за ней идет марка Mitsubishi (68 845 шт.), прирост продаж которой достаточно скромно по сравнению с ростом рынка – 25%. На восьмую строчку опустилась узбекская Daewoo 66 717 автомобилей. На девятом месте Kia – 59 993 автомобиля (+146%). И замыкает десятку лидеров Mazda с результатом 32 290 (+53%).

На эти 10 брендов приходится более 79% российского рынка иномарок. Остальные 21% делят между собой еще порядка четырех десятков автомобильных брендов.

По итогам 2006 года десятка самых популярных моделей в России среди иномарок выглядит следующим образом:

Таблица 3. ТОП – 10 самых продаваемых иномарок в России по итогам в 2006 г., тыс. шт.

Позиция	Марка	2006 год	2005 год	Динамика, %
1	Ford Focus	73 468	39 774	84,7%
2	Renault Logan	49 323	7 057	598,9%
3	Mitsubishi Lancer	46 969	39 195	19,8%
4	Daewoo Nexia	43 415	35 175	23,4%
5	Hyundai Accent	38 808	32 741	18,5%
6	Chevrolet Lanos	37 215	2 325	1500,6%
7	Nissan Almera	32 241	21 822	47,7%
8	Toyota Corolla	31 222	22 442	39,1%
9	Kia Spectra	25 139	1 534	1538,8%
10	Daewoo Matiz	23 302	13 448	73,3%

Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика»

Таблица 4. Позиция крупнейших иностранных брендов на российском рынке в 2005-2006 гг.

Позиция*	Марка	2006 год	2005 год	Динамика, %
1 (4)	Ford	115 985	60 564	91,5%
2 (2)	Chevrolet	111 458	66 532	67,5%
3 (1)	Hyundai	100 685	87 457	15,1%
4 (3)	Toyota	95 685	60 638	57,8%
5 (7)	Nissan	75 592	46 485	62,6%
6 (8)	Renault	72 484	29 177	148,4%
7 (5)	Mitsubishi	68 845	55 148	24,8%
8 (6)	Daewoo	66 717	48 623	37,2%
9 (9)	Kia	59 993	24 671	143,2%
10 (10)	Mazda	32 290	21 120	52,9%
11 (11)	Volkswagen	22 588	13 911	62,4%
12 (13)	Opel	19 983	9 398	112,6%
13 (12)	Suzuki	16 118	9 803	64,4%
14 (15)	Honda	15 723	8 906	76,5%
15 (14)	Peugeot	15 287	9 251	65,2%
16 (16)	Skoda	14 835	7 535	96,9%
17 (17)	Citroen	11 934	6 922	72,4%
18 (19)	Mercedes-Benz	11 206	5 563	101,4%
19 (18)	Volvo	10 801	5 713	89,1%
20 (20)	Lexus	10 065	5 369	87,5%
	Прочие	59 726	31 514	89,5%
	Всего	1 008 000	614 300	64,1%

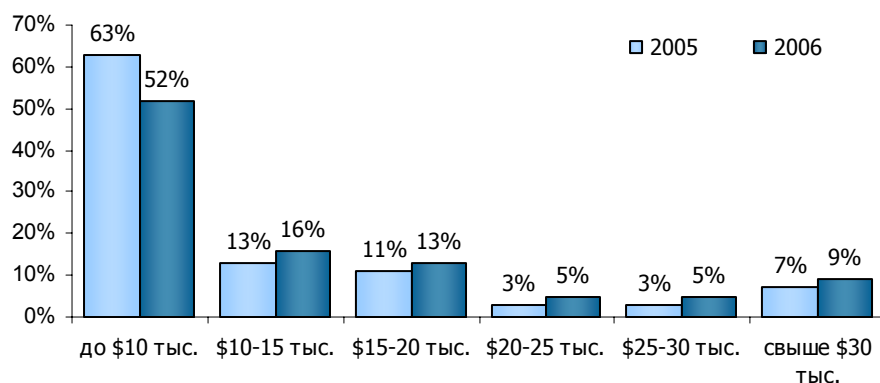
* В скобках указана позиция марки на российском рынке в 2005 году.

Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика» и журнал «Авторевю»

ЦЕНОВАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Характеризуя автомобильный рынок в целом можно отметить существенный сдвиг, связанный с ростом благосостояния населения. Так в 2005 году 63% приобретаемых автомобилей в России покупалось в сегменте до \$10 тысяч, а 24% - в сегменте до \$20 тысяч. В 2006 году динамика покупок серьезно изменилась. Сегодня 53% автомобилей покупается в сегменте до \$10 тысяч и 29% машин – в сегменте до \$20 тысяч. Вывод – россияне стали покупать более дорогие машины. По данным компании «Автостат» усредненная стоимость нового легкового автомобиля, проданного в России в 2006 году, выросла почти на 19%, или на \$2 500. С \$13 100 в 2005 году до \$15 600 в 2006. Столь значительное увеличение средней цены новой легкой машины в России аналитики объясняют существенным ростом продаж новых иномарок, а также падением курса доллара по отношению к рублю и другим мировым валютам.

Рисунок 10. Ценовая сегментация рынка в 2005-2006 гг.



Источник: Компания

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

Основными тенденциями сегодняшнего времени на автомобильном рынке России можно считать следующие факты:

1. Перераспределение долей рынка в сторону иномарок, связанное с огромным ростом спроса на автомобили иностранных марок.

Автомобили отечественного производства по своей стоимости приближаются к иномаркам нижнего ценового сегмента. Сегодня потребители при выборе машины перестали обращать внимание только на его стоимость и согласны заплатить немного больше за более качественный автомобиль. Эти факторы в сочетании с главным – повышением покупательской способности населения – создали переломную ситуацию на рынке.

Рисунок 11. Долевое соотношение продаж отечественных автомобилей и иномарок в 2000-2006 гг. (в натуральном выражении, %)



Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика»

Рисунок 12. Долевое соотношение продаж отечественных автомобилей и иномарок в 2000-2006 гг. (в денежном выражении, %)

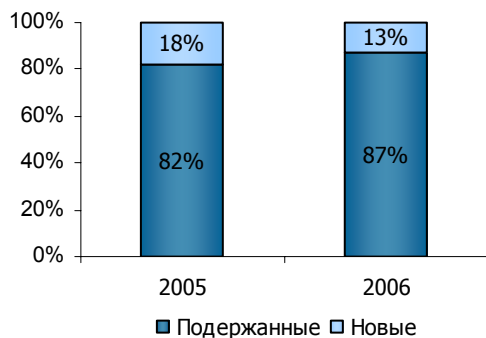


Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика»

Растущий интерес покупателей к иномаркам будет ежегодно сокращать долю легковых автомобилей традиционных отечественных марок. Учитывая эту тенденцию, в 2007 году продажи новых легковых автомобилей иностранных марок в России могут превысить полтора миллиона.

2. Снижение доли продаж подержанных иномарок в пользу новых.

Рисунок 13. Доля подержанных иномарок в 2005-2006 гг.



Источник: Компания

3. Создание и развитие новых производств для сборки автомобилей иностранных марок.

Учитывая предпочтения россиян, отечественные автозаводы постепенно переориентируются на выпуск иностранных моделей. Потребитель не смотрит на логотип производителя, он голосует рублем за качество и надежность покупаемого автомобиля. Давно наладили свою деятельность в России Ford, Hyundai, Renault, Kia, GM. Самостоятельно будут строить заводы Volkswagen, Nissan, Toyota. Подписан меморандум о создании производства с компанией Mitsubishi.

В 2006 году на российских заводах было выпущено 276 185 легковых иномарок. Годом ранее выпуск иностранных моделей составил 157 727 машин (прирост - 75% или 118 458 автомобилей).

4. Качественный рост операторов автомобильного ритейла.

С каждым годом повышаются требования производителей к дилерам. Теперь они не ограничиваются только качеством и размерами автосалонов, а устанавливаются на весь комплекс обслуживания покупателей. Эти требования предусматривают создание автоцентров в формате 3S (автосалон, техцентр, продажа запчастей). Что задает тенденцию для перехода к мировым стандартам качества обслуживания.

Переход на новый формат автоцентров, требует серьезных финансовых инвестиций. Это может оказаться не по силам мелким операторам рынка и приведет к сокращению их количества.

5. Рост требований потребителей к качеству обслуживания.

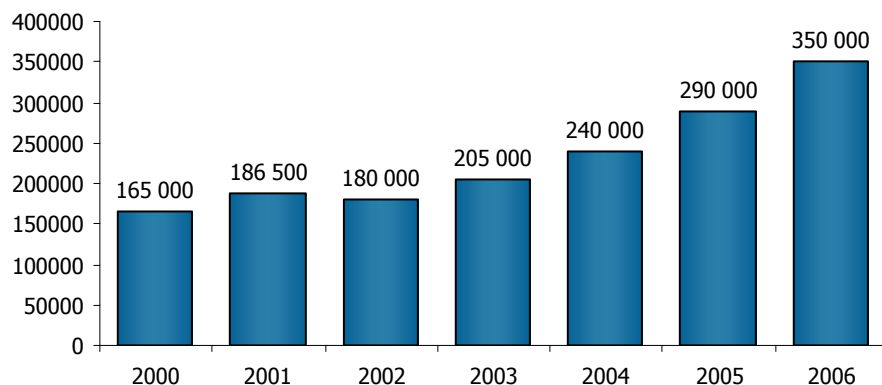
С ростом возможностей покупателей, растут и их требования к качеству обслуживания начиная от процесса выбора автомобиля в автосалоне, его обслуживания, ремонта, и вплоть до сдачи автомобиля на комиссию или обмена на новый. Покупатели все чаще отдают предпочтение авторизованным центрам, которые готовы предложить им обслуживание в новом формате.

Данная ситуация позволяет прогнозировать сокращение числа «серых» дилеров на рынке и увеличение рыночной доли авторизованных дилеров.

ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА МОСКВЫ

На долю Москвы приходится более 10% российского парка и порядка 20% российского рынка легковых автомобилей. Согласно оценке компании «Автостат», в 2006г году из 1,78 млн. новых автомобилей, проданных на российском рынке, в Москве осталось около 350 тысяч штук (19,7%). При этом объем продаж новых автомобилей официальными дилерами Московского региона существенно выше. Необходимо учитывать тот факт, что Московский рынок является также «транзитным» для близлежащих к Москве регионов. Значительная часть покупателей из областей, граничащих или находящихся в радиусе 300-600 км от Москвы (Тульская, Владимирская, Тверская, Смоленская, Калужская, Рязанская, Ярославская, Ивановская и др.) приобретает новые автомобили в столице. Это добавляет к емкости московского автомобильного рынка еще примерно 30-50%.

Рисунок 14. Динамика рынка Москвы в 2003-2006 гг. (новые автомобили, шт.)



Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика»

Динамика роста доли иномарок в Московском регионе отражает общую ситуацию, сложившуюся на автомобильном рынке России. Доля иномарок на столичном рынке составила 77,1%, тогда как по России – 56,7%

Рисунок 15. Соотношение продаж отечественных автомобилей и иномарок на рынке Москвы в 2003-2006 гг., шт.



Источник: Информационно-аналитическое агентство «Автомобильная статистика»

Доля Москвы в общих объемах продаж новых иномарок в России составила 26,8%, а по отечественным автомобилям – 10,4%.

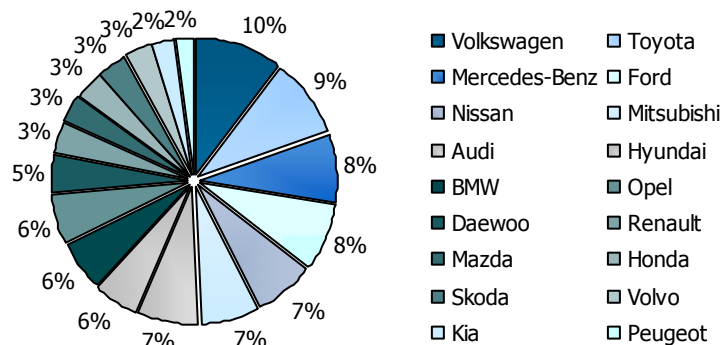
АВТОМОБИЛЬНЫЙ ПАРК МОСКВЫ

По итогам 2006 года парк Москвы приблизился к 3 миллионам легковых автомобилей. С 2000 года он вырос на 45,7%. Доля отечественных автомобилей за этот период снизилась с 75% до 54%.

Рисунок 16. Долевая структура парка Москвы в 2000-2006 гг.

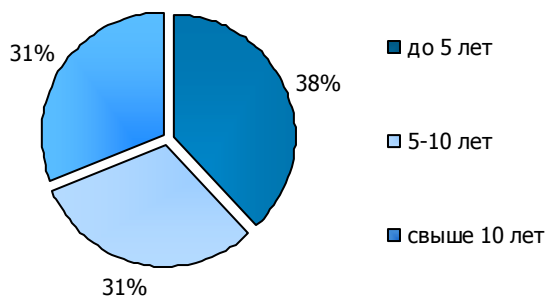
Источник: Компания

Парк иномарок по состоянию на 01.01.2006 года распределился следующим образом:

Рисунок 17. Долевая структура парка иномарок

Источник: Компания

Возрастной состав парка Москвы значительно более «молодой», нежели в целом по России. Так, если на долю машин до 5 лет в Москве приходится 38,1% парка, то в России всего 21,7%. Автомобилей старше 10 лет, наоборот, в Москве всего 30,9%, а в России их более половины (50,6%). Стоит отметить, что существующая возрастная структура парка с годами сильно не меняется.

Рисунок 18. Возрастной состав парка Москвы на 01.01.2006 г.

Источник: Компания

По прогнозам экспертов, парк российской столицы будет ежегодно увеличиваться более чем на 300 тысяч машин и в 2010 году достигнет 4 млн. транспортных средств.

5 Обзор направлений деятельности Компании

5.1 Продажа автомобилей

Группа компаний «Инком-Авто» является официальным дилером популярнейших в России отечественных и зарубежных производителей:



«Инком-Авто» представляет весь модельный ряд этих автомобилей в полной цветовой гамме. Также в автосалонах «Инком-Авто» вниманию клиентов предоставлен большой выбор автомобилей с пробегом: Audi, BMW, Mercedes, Opel, Renault, Volkswagen и других иномарок.

С 2006 г. Группа является официальным дистрибьютором китайских автомобильных заводов Geely International Corporation, Hebel Zhongxing Automobile Co LTD Sales Co.и Jiangling Motors Co.,LTD



Сегодня «Инком-Авто» - это 12 автосалонов и 13 техцентров по всей Москве, 2 автосалона «Тринити – Моторс» в Москве, дилерский центр Ford в Саратове и 2 автоцентра китайских и корейских автомобилей в Санкт-Петербурге. В состав Группы входят также магазин автозапчастей, служба проката автомобилей и Центр водительского мастерства.

АВТОСАЛОНЫ

Торговая сеть компании насчитывает 15 автосалонов, в том числе 12 автосалонов в Москве, 2 автосалона в Санкт-Петербурге и 1 автосалон в Саратове.

1. Инком-Авто на Пресне, м. ул. 1905 г., ул. 2-я Черногрязская , 6

Описание: крытый автосалон, предлагает более 400 автомобилей.

Отечественные: ЛАДА, ГАЗ, УАЗ.

Иномарки: DAEWOO, KIA, HYUNDAI, RENAULT, CHERY, YUEJIN, CHEVROLET NIVA, SENS, а также иномарки с пробегом.

2. Инком-Авто в Тушино, м. Тушинская, ул. Василия Петушкова, 3, корп. 3

Описание: крытый современный автосалон, в наличии не менее 400 автомобилей.

Отечественные: ЛАДА, ГАЗ, УАЗ.

Иномарки: DAEWOO, KIA, CHERY, YUEJIN, CHEVROLET NIVA, SENS.

3. Инком-Авто в Кузьминках, м. Кузьминки, Волгоградский проспект, 181 а

Описание: один из самых больших крытых автосалонов в Москве, общая площадь составляет около 11 тыс. м², представлено более 500 автомобилей.

Отечественные: ЛАДА, ГАЗ, УАЗ.

Иномарки: DAEWOO, KIA, HYUNDAI, RENAULT, CHERY, YUEJIN, CHEVROLET NIVA, SENS.

4. Инком-Авто на 31 км МКАД, м. Аннино, Востряковский проезд, 10Б, стр. 2

Описание: самый крупный автосалон в Москве, площадь 21,5 тыс. кв. м., ежедневно в автосалоне представлено более 1 300 автомобилей. Автосалон отличается оптимальным расположением, удобным подъездом и парковкой;

Отечественные: ЛАДА, ГАЗ, УАЗ.

Иномарки: DAEWOO, KIA, HYUNDAI, RENAULT, CHERY, YUEJIN, CHEVROLET NIVA, SENS, а также иномарки с пробегом.

5. Инком-Авто на Каширском, м. Каширская, Каширское шоссе, 45

Описание: представляет около 1 000 автомобилей

Отечественные: ЛАДА, ГАЗ, УАЗ.

Иномарки: SsangYong, Daewoo, Kia, Hyundai, Renault, Chery, Yuejin, Fiat, Chevrolet Niva, Sens, а также иномарки с пробегом.

6. Инком-Авто на Дмитровском, м. Петровско-Разумовская, Дмитровское шоссе, 157

Отечественные: ЛАДА

Иномарки: Hyundai, Chevrolet Niva, Chery, Sens.

7. Инком-Авто на Варшавке, м. Варшавская, Варшавское шоссе, дом 56

Описание: новый специализированный автосалон по продаже Renault.

Иномарки: Renault

8. Инком-Авто на Щелковской 21, м. Шелковская, Щелковское шоссе, 21.

Описание: специализированный автосалон продажи и сервиса автомобилей Renault

Иномарки: Renault

9. Инком-Авто на Щелковской 100, м. Шелковская, Щелковское шоссе, 100.

Описание: специализированный автосалон продажи и сервиса автомобилей Kia

Иномарки: KIA

10. Инком-Авто на Огородном, м. Тимирязевская, Огородный проезд, дом 9.

Иномарки: DAEWOO, CHERY, SENS

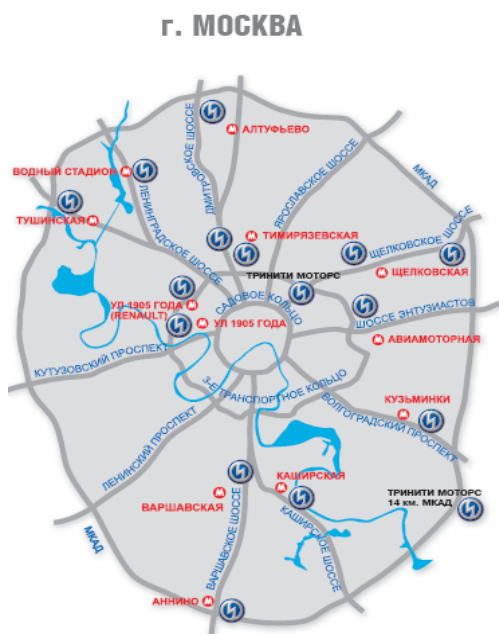
11. Автосалон Тринити-Моторс на 14 км МКАД, М.О.г. Котельники 14 км МКАД

Иномарки: Chevrolet, OPEL, Cadillac

12. Автосалон Тринити-Моторс, м. Красносельская, ул. Краснопрудная, д.13

Иномарки: Cadillac

Рисунок 19. Карта расположения автосалонов «Инком-Авто» в г. Москве



Источник: Компания

13. *Инком Авто в Саратове, Саратовская область, г. Энгельс, ул. Лесозаводская, 1А*
Иномарки: FORD

14. *Инком-Авто в Санкт-Петербурге, м. Площадь Ленина, г. Санкт-Петербург, Шоссе Революции, 65.*
Иномарки: DAEWOO, KIA, HYUNDAI, CHERY, SENS

15. *Инком-Авто в Санкт-Петербурге, м. Звездная, г. Санкт-Петербург, Московское шоссе, 15-а.*
Иномарки: DAEWOO, CHERY, SENS

Рисунок 20. Карта расположения автосалонов «Инком-Авто» в Санкт-Петербурге, Саратове



НОВЫЕ ДИЛЕРСКИЕ ЦЕНТРЫ, ОТКРЫТЫЕ В 2006 ГОДУ:

HYUNDAI, LADA НА ДМИТРОВСКОМ ШОССЕ В МОСКВЕ



CADILLAC, OPEL, CHEVROLET, GM-AUTOVAZ В МОСКВЕ



RENAULT НА ВАРШАВСКОМ ШОССЕ В МОСКВЕ



FIAT, SSANGYONG В МОСКВЕ



DAEWOO, CHERY В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

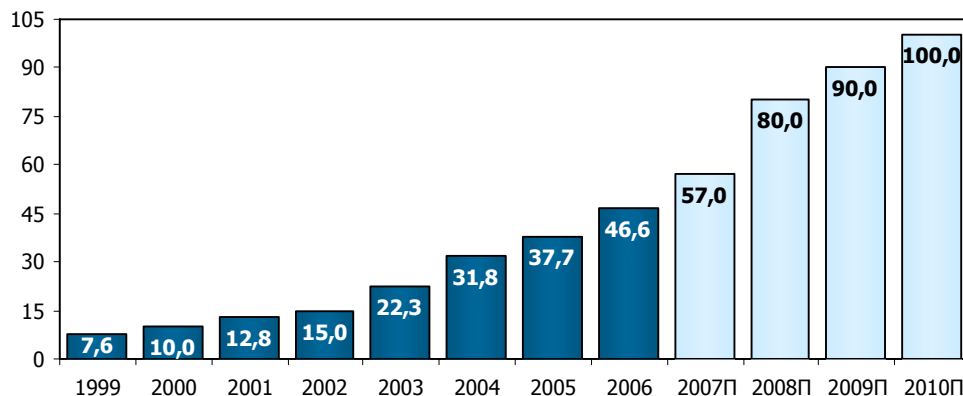


С открытием новых автосалонов заметно увеличиваются торговые площади «Инком-Авто». Сегодня общая площадь торговых и ремонтных помещений Компании составляет более 107 тыс. м². На конец 2006 г. общая площадь закрытых торговых площадей автосалонов в Москве составила 30 тыс. м², открытых торговых площадей – 50 тыс. м² и производственных площадей техцентров – 13 тыс. м². Общая площадь автосалона в Санкт-Петербурге – 2,4 тыс. м². Общая площадь автосалона в Саратове – 2 тыс. м².

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ

По итогам 2006 года компания «Инком-Авто» реализовала 46,6 тыс. автомобилей, это выше прошлогоднего показателя на 24%.

Рисунок 11. Динамика продаж автомобилей в автосалонах Компании, тыс. шт.



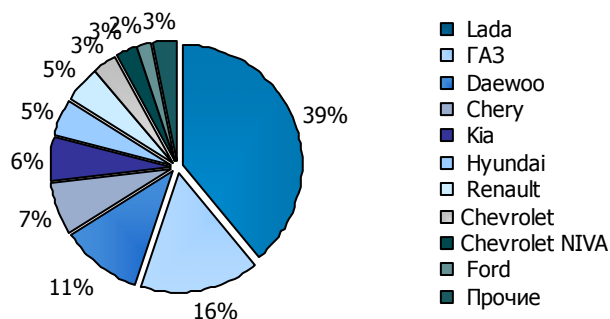
Источник: Компания

Компания занимает лидирующие позиции на автомобильном рынке Москвы:

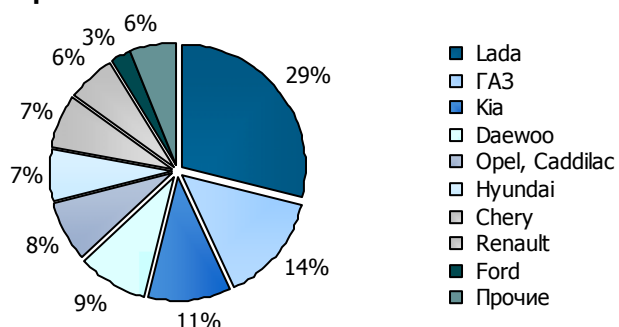
- 1-е место по продажам автомобилей DAEWOO,
- 1-е место по продажам автомобилей CHERY,
- 2-е место по продажам автомобилей ВАЗ,
- 2-е место по продажам автомобилей UAZ,
- 3-е место по продажам автомобилей ГАЗ,
- 3-е место по продажам автомобилей HYUNDAI,
- 3-е место по продажам автомобилей RENAULT.

С каждым годом меняется структура продаж компании, все большую долю занимают иностранные автомобили. Структура продаж в компании отражает общую ситуацию на рынке по продажам отечественных автомобилей и иномарок. Компания планирует в дальнейшем увеличить объемы продаж автомобилей иностранных брендов за счет расширения марочного портфеля.

Диаграмма 3. Структура выручки от продаж автомобилей в 2006 гг., в натуральном выражении.



Источник: Компания

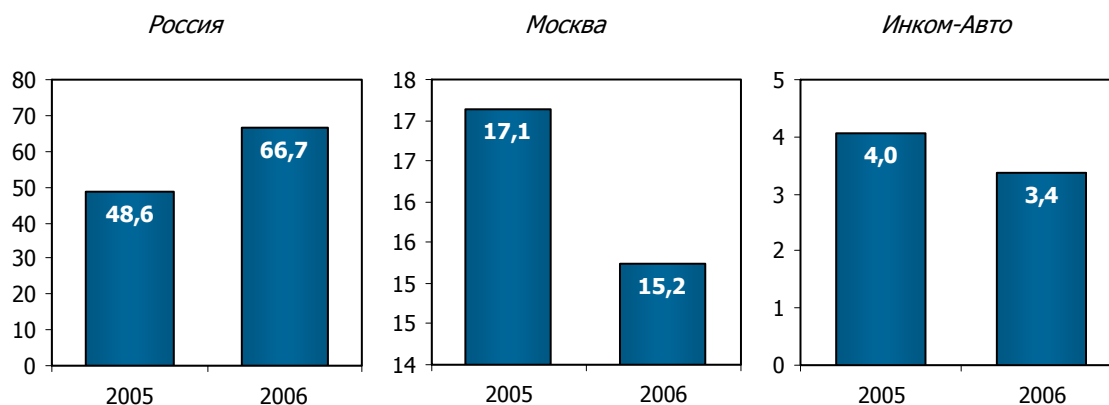
Рисунок 22. Структура выручки от продаж автомобилей в 2006 г. в денежном выражении

Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ DAEWOO

По итогам года марка Daewoo заняла 8 место по объемам продаж на российском рынке иномарок. Продажи марки составили 66 717 автомобилей, что на 37,2% больше чем в 2005 г. Однако на Московском рынке продажи не выросли, а упали на 11% и составили 15 229 автомобилей. В 2007 году ожидается обновленная версия модели Nexia.

При сохранении привлекательной цены автомобиль может вернуться в верхние строки рейтинга продаж. Продажи «Инком-Авто» в 2006 году составили 3 361 автомобилей данной марки. Общая тенденция на рынке отразилась на динамике продаж Daewoo в «Инком-Авто», тем не менее, по итогам года компания стала лидером продаж Daewoo на Московском рынке.

Рисунок 23. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.

Источник: Компания

Рисунок 24. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.

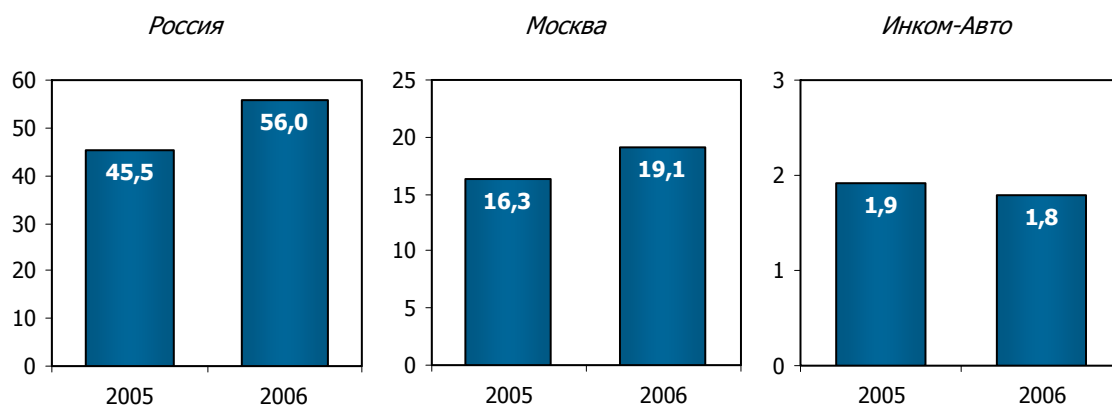
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ HYUNDAI

Таганрогская модель Accent, которой во многом обязан своим успехом HYUNDAI, по прежнему пользуется большим спросом у российских покупателей и занимает 4-е место среди самых популярных иномарок на российском рынке. В «Инком-Авто» было продано 1 797 автомобилей.

Компания заняла 3-е место среди продавцов автомобилей Таганрогского завода. Согласно торговой концепции завода-производителя, спрос на все ликвидные позиции модельного ряда HYUNDAI удовлетворяется в первую очередь в салонах ТД «ТагАЗ». Дефицит автомобилей Accent, периодически возникавший на протяжении всего года, сказался на объемах продаж всех крупных дилеров на рынке.

Рисунок 25. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 26. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ KIA

В 2006 году южнокорейская марка KIA показала неплохие результаты (59 993), динамика роста продаж была одной из лучших (+143%). Модель, составившая более 40% от продаж – Spectra, темпы производства которой растут в Ижевске. В рейтинге продаж иномарок на российском рынке марка сохранила свою прошлогоднюю 9-ю позицию.

В «Инком-Авто» продажи составили 1 966 автомобиля, что на 18% больше прошлогодних итогов. Отсутствие единой информации о продажах этой марки в Москве, не дает возможности определить долю компании на рынке.

Рисунок 27. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



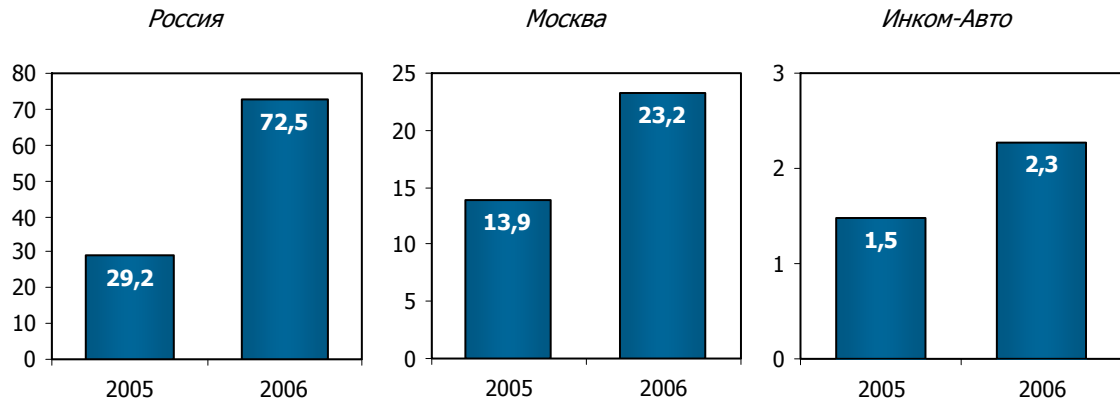
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ RENAULT

Объем продаж 72 484 автомобилей позволили марке RENAULT подняться в рейтинге продаж иномарок с 8 на 6 место. При этом у RENAULT один из лучших показателей прироста +148%. Данные показатели достигнуты благодаря успешным продажам модели Logan, производство которой ведется на московском заводе «Автофрамос».

За 2006 год более 49 тысяч россиян приобрели себе этот «народный» французский автомобиль. Компания «Инком-Авто», продав в 2006 году 2 268 автомобилей, также повысила свою позицию среди дилеров московского рынка и переместилась с 4-го на 3-е место.

Рисунок 28. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 29. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



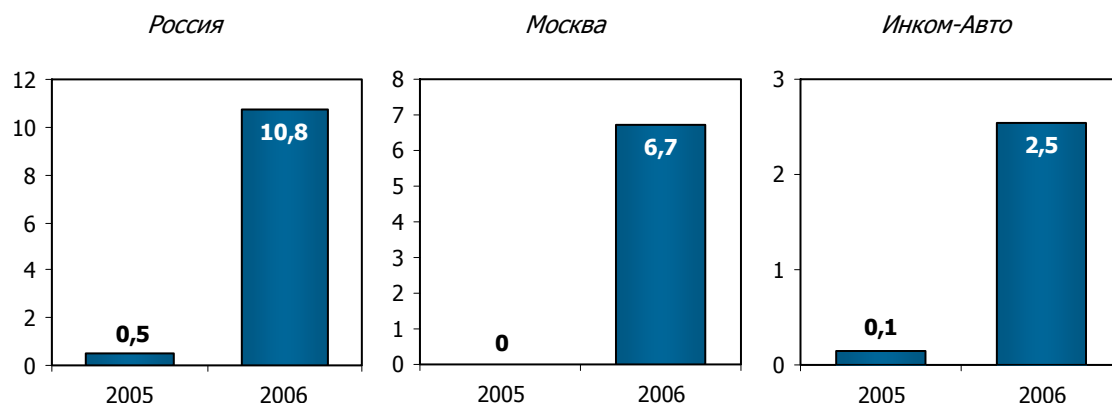
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ CHERY

В мае 2006 года с конвейера завода «Автотор» сошли первые автомобили CHERY российской сборки. Организация сборочного производства на российском автозаводе позволила снизить стоимость китайских автомобилей примерно на 18%. Это дало возможность автомобилям Chery попасть в самый ликвидный сегмент рынка с ценовым диапазоном 8-10 тысяч долларов.

По итогам 2006 года продажи марки CHERY на российском рынке составили 10 768 автомобилей. Продажи в «Инком-Авто» - 2 538 автомобилей и в результате - 1-е место среди дилеров московского региона.

Рисунок 30. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 31. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



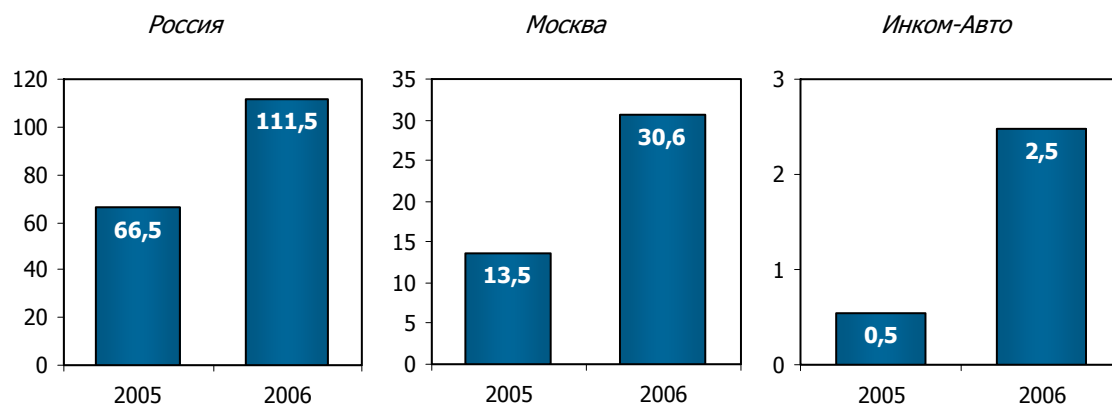
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ CHEVROLET

Объем продаж марки Chevrolet третий в рейтинге продаж автомобилей на российском рынке. Здесь, как и у Renault, Hyundai и Kia, основной объем продаж (почти 40%) приходится на одну наиболее востребованную модель из всего модельного ряда марки, у Chevrolet – это Chevrolet Niva.

Хорошим спросом пользуются доступные Lacetti и Aveo, а украинский Lanos благодаря скромной комплектации приблизился к таким массовым автомобилям как Hyundai Accent и Daewoo Nexia. По итогам года продажи в «Инком-Авто» и «Тринити Моторс» составили 2 478 автомобилей и вывели компанию на 3-е место среди дилеров московского региона.

Рисунок 32. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 33. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



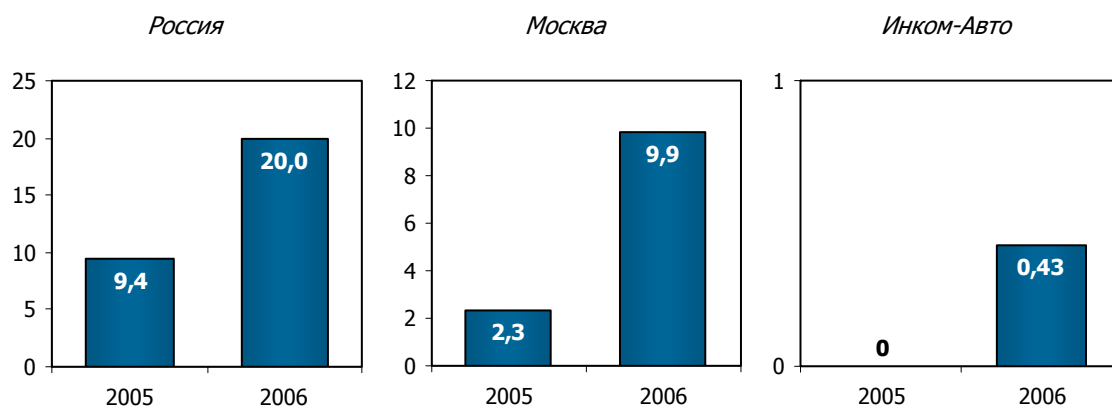
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ OPEL

Марка Opel по итогам 2006 года увеличила объем продаж более чем в 2 раза по сравнению с прошлым годом. Самые хорошие показатели у модели Astra (2006 г. - 9 549 а/м, 2005 г. - 4 414 а/м), заметно выросли продажи у моделей Zafira (2006 г. - 3 853 а/м, 2005 г. - 813 а/м) и Vectra (2006 г. - 2 940 а/м, 2005 г. - 1 650 а/м).

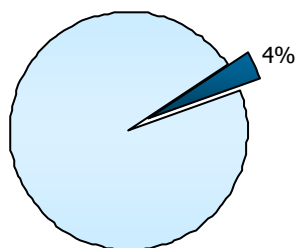
С приобретением компании «Тринити Моторс» в 2006 году, у «Инком-Авто» появилась возможность стать официальным дилером марки Opel, одной из наиболее перспективных марок на автомобильном рынке России.

Рисунок 34. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 35. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



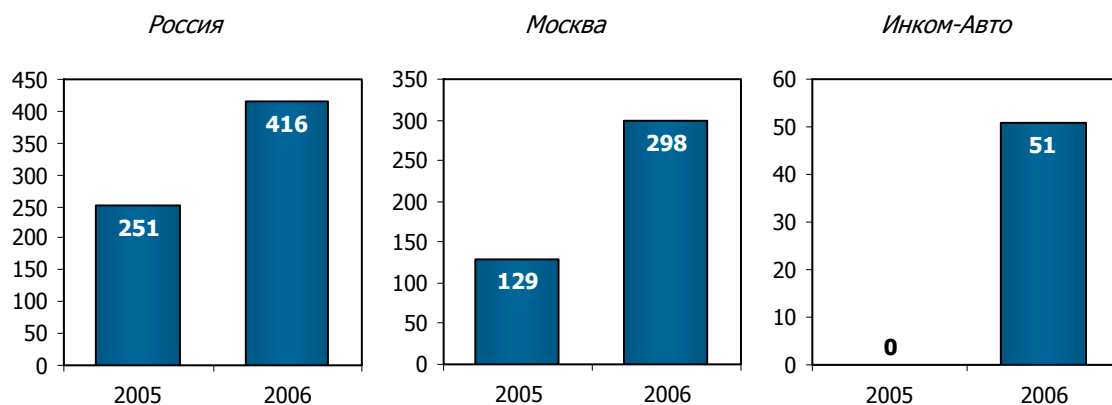
11 место

Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ CADILLAC

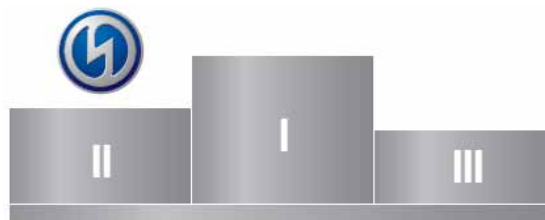
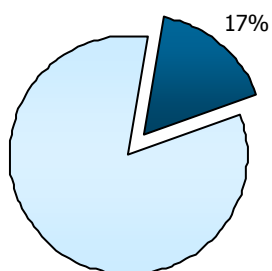
Динамика продаж марки Cadillac по итогам 2006 года составила +65,7%. Прошедший год был положительным практически для всех марок премиум-класса. В «Инком-Авто» («Тринити Моторс») продажи Cadillac составили 51 автомобиль и вывели компанию на 2-е место по Москве среди дилеров этой марки.

Рисунок 36. Динамика продаж новых автомобилей, шт.



Источник: Компания

Рисунок 37. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



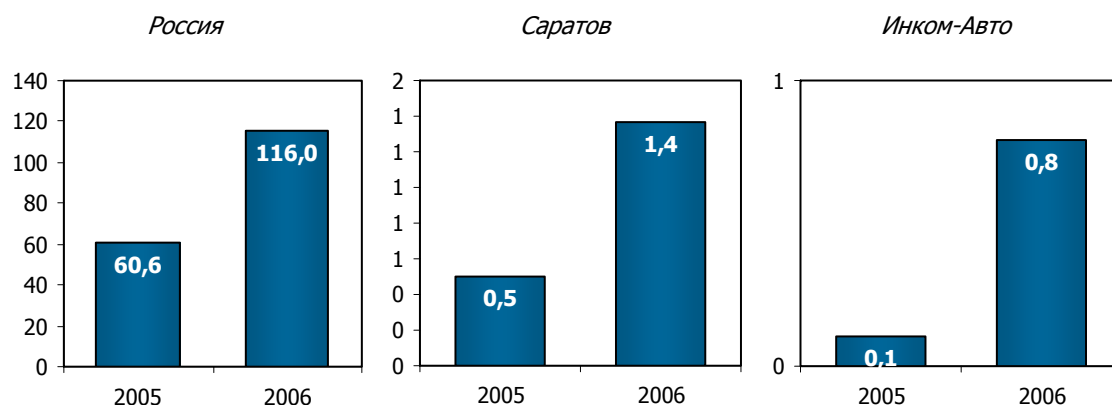
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ FORD

Ford – лидер среди иномарок по итогам 2006 года. Бестселлером стала модель Focus, производство которой осуществляет завод во Всеволожске. Объемы продаж модель Focus составили 73 468 автомобилей – это 63% от общего объема продаж марки. В планах компании довести в 2007 году объем продаж автомобилей Ford на российском рынке до 150 тысяч автомобилей.

«Инком-Авто» осуществляет продажи автомобилей марки Ford в саратовском регионе. По итогам 2006 года компания заняла 1-е место в Саратове с объемом продаж 790 автомобилей.

Рисунок 38. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 39. Доля рынка и место Компании на рынке г. Саратова.



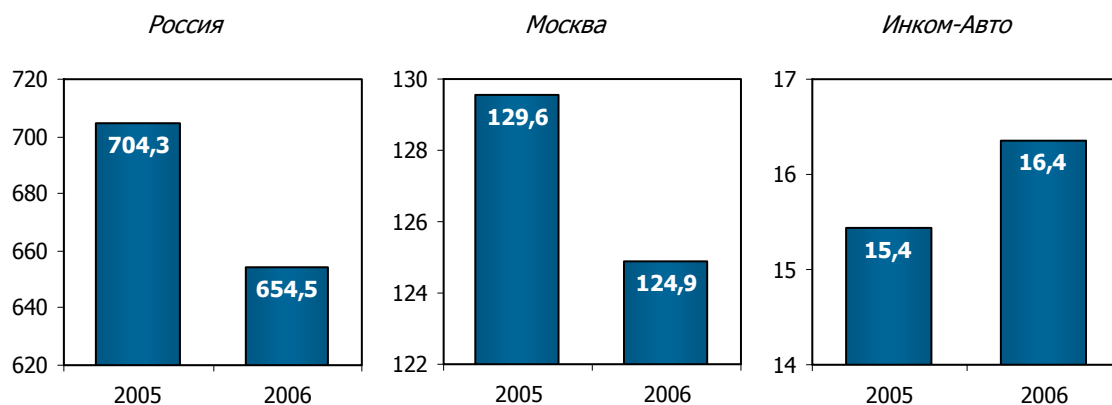
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ ВАЗ

Продажи АвтоВАЗа, лидера отечественного автопрома, сократились по итогам 2006 года на 7,1% и составили 654 тысячи автомобилей. Доля АвтоВАЗа на рынке сократилась до 37%, однако, она все еще гораздо больше любого иностранного бренда. Надо отдать должное АвтоВАЗу, его классические модели остаются востребованными на рынке. Такая популярность объясняется низкой стоимостью автомобилей «классического семейства» (140-150 тысяч рублей).

В 2006 году достаточно успешно стартовали продажи Lada Kalina. Увеличились объемы продаж, также, по «десятому» семейству. В «Инком-Авто» было продано 16 353 автомобилей. Тенденция продаж оказалась положительной (+6%), в отличие от рыночной ситуации. Это позволило компании увеличить рыночную долю и переместиться на 2-е место среди продавцов автомобилей ВАЗ на московском рынке.

Рисунок 40. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 41. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



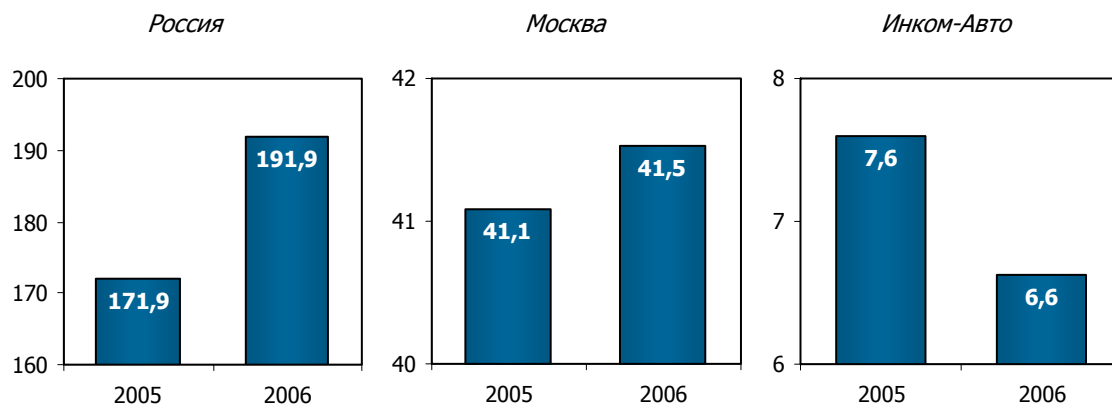
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ ГАЗ

Продажи Горьковского завода в 2006 году увеличились более чем на 11%. Увеличение произошло за счет продажи коммерческих автомобилей, пользующихся наибольшим спросом. У коммерческих автомобилей «ГАЗ» на сегодняшний день на российском рынке нет ни одного достойного конкурента. Ценовая ниша, в которой они находятся, пока не доступна иностранным производителям. По легковым автомобилям Горьковского завода произошел спад продаж на 4,5%.

Ситуация по продажам автомобилей ГАЗ на московском рынке практически не изменилась. Компания «Инком-Авто» реализовала 6 619 автомобилей и заняла 3-е место по объемам продаж марки ГАЗ на московском рынке. При этом компания является лидером по розничным продажам автомобилей этой марки.

Рисунок 42. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 43. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.



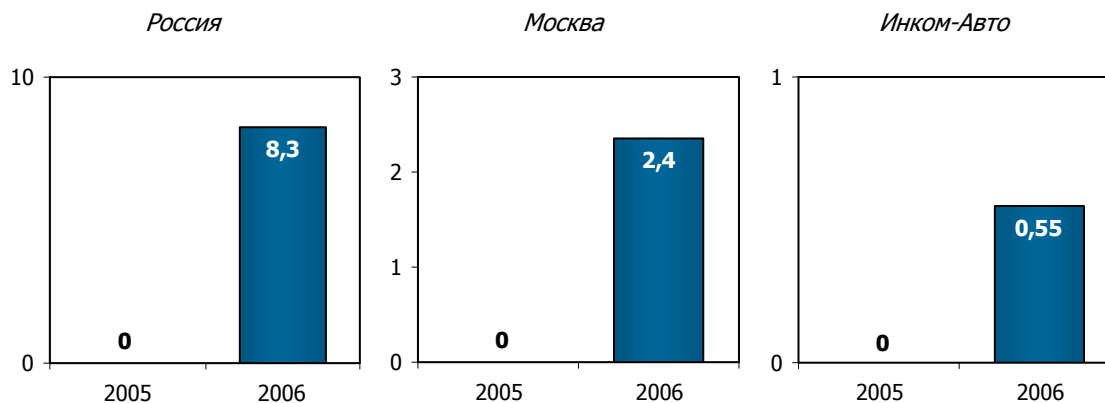
Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ UAZ (PATRIOT)

Флагманом компании «UAZ» является Patriot. Темп его продаж перевалил уже за 1000 машин в месяц. Этот автомобиль вызвал неподдельный интерес у любителей охоты и рыбалки, а также убежденных покорителей бездорожья. Покупателями была отмечена его высокая проходимость, интересный дизайн и вместительность.

В планах завода увеличить объем производства внедорожников UAZ Patriot, а также улучшить качество их сборки, что несомненно, еще больше повысит интерес покупателей к этой новинке. Продажи марки UAZ в 2006 году составили 8 255 автомобилей. Компания «Инком-Авто» реализовала 546 автомобилей. Это составило долю московского рынка в 23% и вывело компанию на 2-е место.

Рисунок 44. Динамика продаж новых автомобилей, тыс. шт.



Источник: Компания

Рисунок 45. Доля рынка и место Компании на рынке г. Москвы.

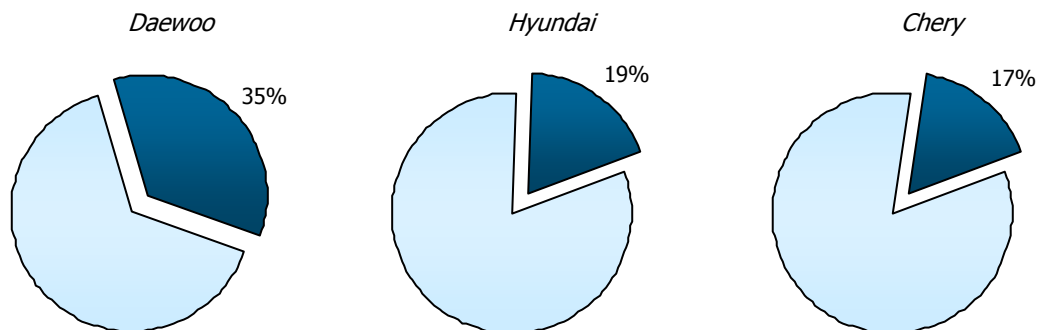


Источник: Компания

ПРОДАЖА АВТОМОБИЛЕЙ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

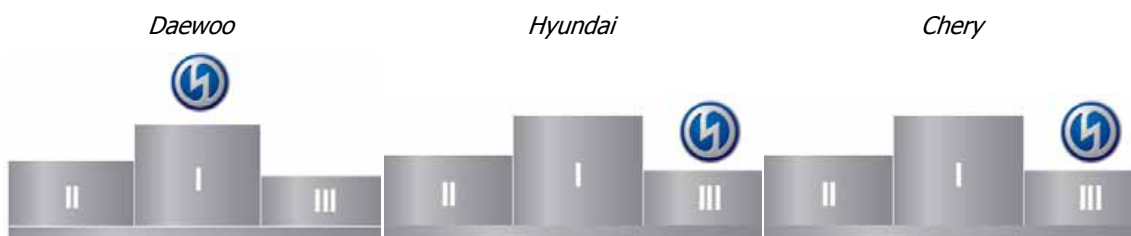
Компания «Инком-Авто» осуществляет продажу автомобилей марок DAEWOO, KIA, HYUNDAI, CHERY, SENS на базе 2 автоцентров в Санкт-Петербурге.

Рисунок 46. Доля рынка Компании на рынке г. Санкт-Петербурга.



Источник: Компания

Рисунок 47. Место Компании на рынке г. Санкт-Петербурга.



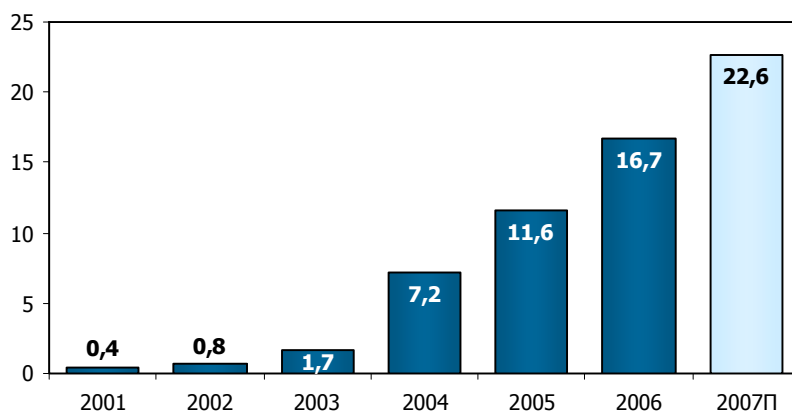
Источник: Компания

5.2 Кредитование, лизинг, trade-in

КРЕДИТОВАНИЕ

С 2001 г. «Инком-Авто» предоставляет услугу, позволяющую приобрести автомобиль в кредит. Совместно с ведущими российскими банками были разработаны специальные программы кредитования, позволяющие значительно снизить процентную ставку и сократить до минимума все процедуры оформления кредита. Компания берет на себя оформление документов, общение с банком, регистрацию купленного автомобиля в ГИБДД, обязательный технический осмотр, страхование автомобиля. Доля продаж автомобилей в кредит в 2006 г. составила 36%.

Рисунок 28. Объем продаж автомобилей в кредит в автосалонах «Инком-Авто», тыс. шт.

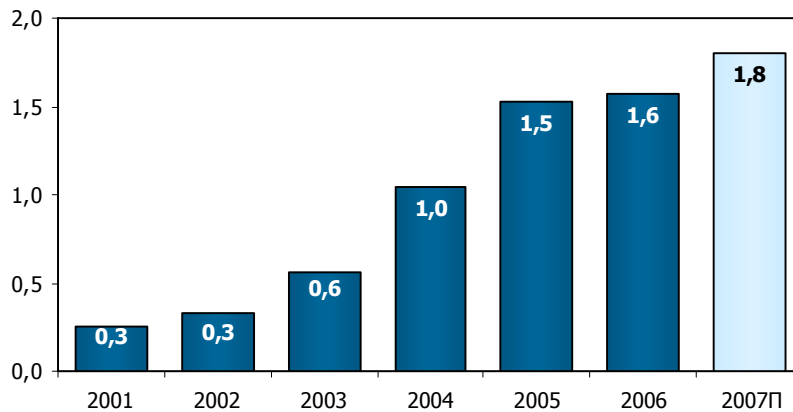


Источник: Компания

ЛИЗИНГ

Для предоставления услуг лизинга «Инком-Авто» активно сотрудничает с ведущими лизинговыми компаниями. В компании представлены наиболее привлекательные предложения из существующих на рынке. Клиентом Компании может стать любое предприятие, независимо от организационно-правовой формы собственности, величины компании, региона и отрасли ее деятельности, стоимости требуемого автотранспорта.

Рисунок 49. Объем продаж автомобилей по лизинговым сделкам, тыс. шт.



Источник: Компания

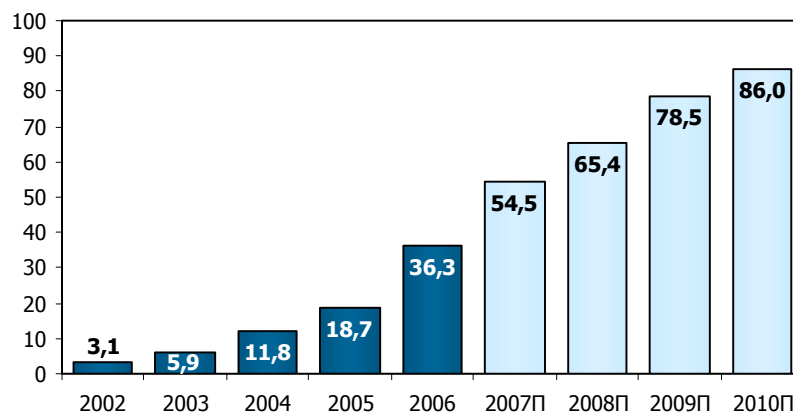
TRADE-IN

Компания «Инком-Авто» предоставляет возможность обменять старый автомобиль или поврежденный автомобиль на новый. Данная услуга предоставляется в любом автосалоне компании. Доля проданных в «Инком-Авто» автомобилей по системе trade-in составляет 14%, т.е. каждый седьмой автомобиль в компании приобретает по этой схеме.

5.3 Сервисное обслуживание

Сервисная сеть «Инком-Авто» сегодня состоит из 13 технических центров, оснащенных современной материально-технической базой и высококласным оборудованием, которое позволяет специалистам компании выполнять работы с гарантией заводского качества.

Рисунок 50. Выручка тех. центров Компании, млн. долл

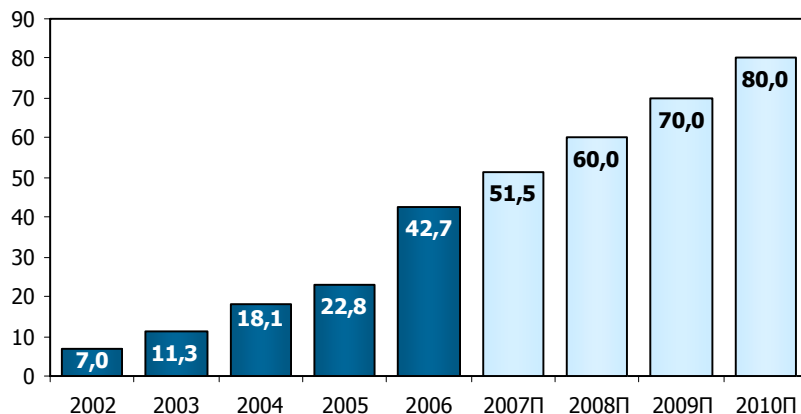


Источник: Компания

5.4 Продажа и установка дополнительного оборудования

Продажа и установка дополнительного оборудования является перспективным направлением деятельности Компании и формирует на сегодня около 7% выручки.

Рисунок 51. Объем выручки от реализации дополнительного оборудования, USD тыс.

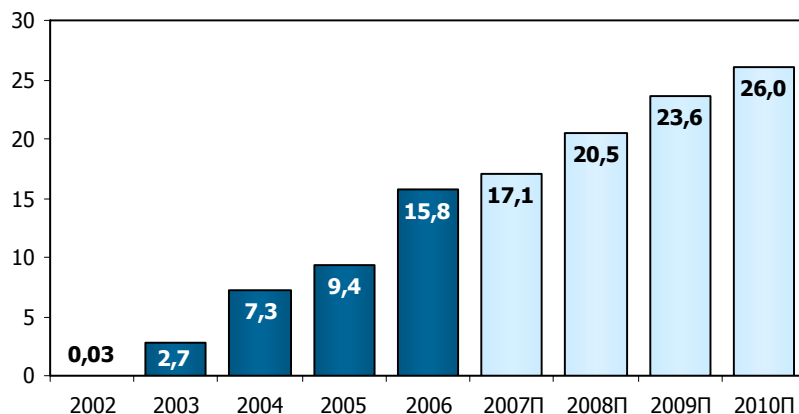


Источник: Компания

5.5 Продажа запчастей

Учитывая постоянно растущий спрос на оригинальные запасные части и комплектующие, в 2003 г. компания «Инком-Авто» открыла направление по продаже автозапчастей. «Инком-Авто» осуществляет продажу автозапчастей через центральный склад. Объем выручки по центральному складу в 2006 г. составил 15,8 млн. долл.

Рисунок 52. Выручка от продажи запчастей, млн. долл

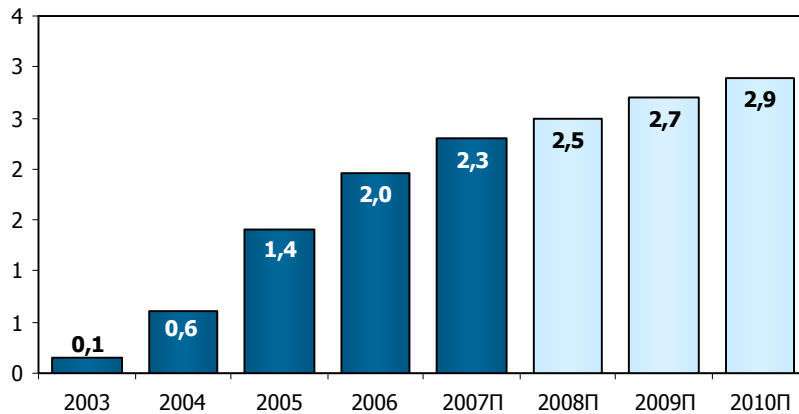


Источник: Компания

5.6 Услуги проката

Служба проката предлагает большой выбор отечественных и импортных автомобилей представительского и эконом-класса, в том числе и с водителем. На выбор клиента представлен весь модельный ряд автомобилей LADA, ГАЗ, а также DAEWOO, HYUNDAI, RENAULT, KIA, FIAT и CHEVROLET. Прокатные центры «Инком-Авто» расположены в районах станций метро Кузьминки, Каширская и Владыкино.

Рисунок 53. Выручка центров проката, млн. долл



Источник: Компания

6 Обзор финансовых показателей Компании

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

АКТИВ	2002	2003	2004	2005	2006
1	3	4	5	6	7
Внеоборотные активы	1 978	6 913	15 383	17 354	38 444
Основные средства	714	4 352	8 838	8 165	4 370
Нематериальные активы	-	-	-	729	3 288
Капитальные вложения	-	-	2 428	4 322	1 613
Долгосрочные финансовые вложения	1 264	2 561	4 117	4 138	29 173
Оборотные активы	19 002	32 336	65 341	81 413	166 416
Денежные средства и эквиваленты	1 181	458	791	3 029	2 670
Запасы	12 600	16 923	35 699	35 428	63 234
Краткосрочная дебиторская задолженность	5 055	14 527	27 914	29 239	91 927
Расходы будущих периодов	-	-	-	819	-
Краткосрочные финансовые вложения	166	428	937	12 898	8 585
БАЛАНС	20 980	39 249	80 724	98 767	204 860

ПАССИВ	2002	2003	2004	2005	2006
1	3	4	5	6	7
Капитал и резервы	7 410	13 282	28 479	29 551	40 610
Уставный капитал	3 343	4 815	18 018	18 018	18 018
Нераспределенная прибыль прошлых лет	2 604	4 067	8 457	10 471	11 574
Нераспределенная прибыль текущего года	1 463	4 400	2 004	1 062	11 018
Долгосрочные обязательства	-	-	4 097	36 200	61 554
Займы и кредиты банков	-	-	4 097	19 143	7 629
Облигационные займы	-	-	-	17 057	53 925
Краткосрочные обязательства	13 570	25 967	48 148	33 016	102 696
Кредиторская задолженность	7 691	6 531	7 194	8 692	35 190
Займы и кредиты банков	5 879	19 436	40 954	24 323	53 242
Облигационные займы	-	-	-	-	14 264
БАЛАНС	20 980	39 249	80 724	98 767	204 860

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

Наименование показателя	2002	2003	2004	2005	2006
1	3	4	5	6	7
Выручка	89 289	159 605	277 779	373 759	576 554
Прямые переменные расходы	(79 440)	(139 597)	(244 792)	(322 959)	(488 713)
Маржинальный доход	9 848	20 008	32 987	50 799	87 840
Постоянные затраты	(6 406)	(10 218)	(18 070)	(32 948)	(57 984)
ЕВИТДА	3 442	9 790	14 917	17 851	29 856
Амортизация	(589)	(986)	(1 573)	(2 069)	(2 858)
ЕВИТ	2 854	8 804	13 344	15 782	26 999
Проценты к уплате	(1 361)	(2 382)	(6 907)	(8 973)	(11 087)
Прибыль до налогообложения	1 492	6 422	6 437	6 809	15 911

Наименование показателя	2002	2003	2004	2005	2006
1	3	4	5	6	7
Внереализационные доходы	228	582	3 418	2 057	2 860
Внереализационные расходы	(104)	(878)	(4 000)	(2 189)	(122)
Налоги	(129)	(152)	(881)	(644)	(4 167)
Чистая прибыль после налогообложения	1 487	5 975	4 975	6 033	14 482
Использование прибыли	(25)	(12)	(15)	(70)	(174)
Чистая прибыль к распределению	1 463	5 963	4 959	5 964	14 308
Дивиденды	-	(1 563)	(2 955)	(4 902)	(3 290)
Изменение капитала	1 463	4 400	2 004	1 062	11 018

Источник: Компания

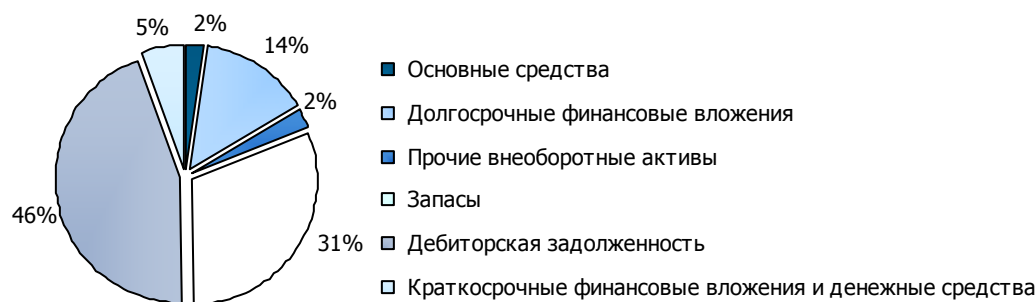
СТРУКТУРА БАЛАНСА

В 2006 г активы Компании увеличились более чем в 2 раза, свидетельствуя о росте объемов деятельности. По состоянию на 01.01.2007 активы составили 204,9 млн долл. (+107% с начала года). Увеличение практически в равной степени затронуло и внеоборотные и оборотные активы – 122% и 104% соответственно.

В части внеоборотных активов увеличение обусловлено ростом долгосрочных финансовых вложений с 4 до 29 млн долл., что отражает инвестиции в основные средства и капитальные вложения на балансе компаний, не входящих в контур консолидации. В целом, доля внеоборотных активов в общей сумме активов практически не изменилась и составила 18,8%.

Оборотные активы стабильно составляют порядка 81% совокупных активов, что типично для торгового бизнеса. Основные статьи активов Компании: запасы (товары для перепродажи) и дебиторская задолженность, представленная осуществленными предоплатами заводо-производителям. По состоянию на 01.01.2007 г. на долю этих статей приходится 75,7% совокупных активов Компании.

Рисунок 54. Структура активов по состоянию на 01.01.2007 г.



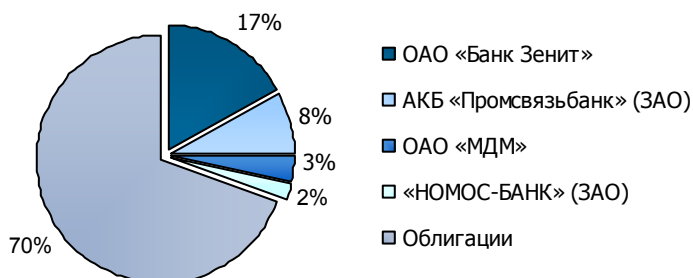
Источник: Компания

Основным источником роста активов Компании стали заемные ресурсы. Величина кредитов и займов на балансе увеличилась с 60,5 млн долл. на 01.01.2006 г. до 129 млн долл. на 01.01.2007 г. (величина размещенного облигационного займа ~50 млн долл.). Доля долговых обязательств в структуре баланса незначительно увеличилась (+1,7%) и составила 63%. Доля облигационных займов в ссудной задолженности на 01.01.2007 г. составила 53%. Срочная структура задолженности является сбалансированной, доля долгосрочной задолженности на 01.01.2007 г. составляет 48%.

Среди банков-кредиторов Группы - Сбербанк, ОАО «УРАЛСИБ», ОАО «Банк Зенит», «НОМОС-БАНК» (ЗАО), АКБ «Промсвязьбанк» (ЗАО), ОАО «МДМ», ОАО «Собинбанк».

Согласно данным Компании, портфель долговых обязательств на 01.05.2007 г. оценивается в 99 млн долл. Облигационные займы составляют 70% от задолженности.

Рисунок 55. Структура долга Компании на 01.05.2007 г.



Источник: Компания

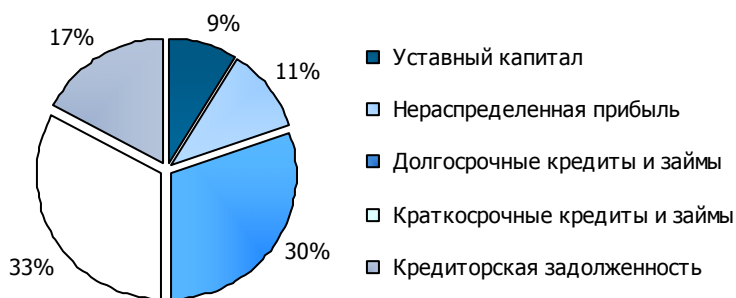
Что касается валютной структуры долга на последнюю дату, 21% задолженности номинировано в долл. США, 79% - в рублях.

Основным заемщиком в рамках Группы выступает ООО «Инком-Лада» (88% всего привлеченного внешнего финансирования на 01.05.2007 г.).

Кредиторская задолженность на конец 2006 г. выросла более чем в 4 раза и достигла 35 млн долл. Ее доля в структуре баланса увеличилась соответственно с 8,8% до 17%.

Собственный капитал Группы увеличился в 2006 г. на 37% за счет получения нераспределенной прибыли в размере 11 млн. долл. В то же время, вследствие более быстрого темпа роста активов, доля собственного капитала в пассивах сократилась с 29,9% до 19,8%.

Рисунок 56. Структура пассивов по состоянию на 01.01.2007 г.



Источник: Компания

РАСЧЕТНЫЕ БАЛАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Таблица 6. Коэффициенты ликвидности

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Текущая ликвидность	1,40	1,25	1,36	2,47	1,62
Критическая ликвидность	0,46	0,58	0,60	0,98	0,92
Дебиторская задолженность / Кредиторская задолженность	0,66	2,22	3,88	3,36	2,61
(Дебиторская задолженность + Запасы) / Кредиторская задолженность	2,30	4,82	8,84	7,44	4,41

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

Таблица 7. Коэффициенты финансовой устойчивости

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Собственный капитал / Валюта баланса	0,35	0,34	0,35	0,30	0,20
Заемные средства / Валюта баланса	0,28	0,50	0,56	0,61	0,63
Собственный капитал / Заемные средства	1,26	0,68	0,63	0,49	0,31
Долгосрочный долг / Заемные средства	0,00	0,00	0,09	0,60	0,48
Краткосрочный долг / Выручка	0,07	0,12	0,15	0,07	0,12

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

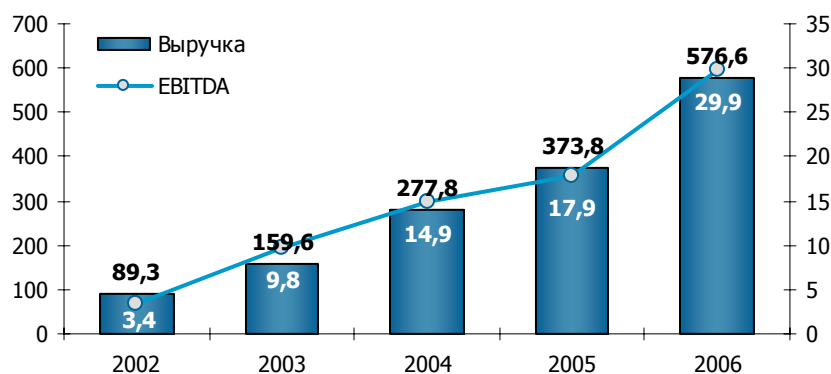
Таблица 8. Оценка оборачиваемости

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Оборачиваемость активов в днях	86	90	106	96	130
Оборачиваемость ТМЗ в днях	58	44	53	40	47
Оборачиваемость дебиторской задолженности в днях	21	33	37	29	58
Оборачиваемость кредиторской задолженности в днях	35	17	11	10	26

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Рисунок 57. Динамика выручки и EBITDA, млн долл.



Источник: Компания

Рисунок 58. Структура выручки.



Источник: Компания

Таблица 9. Показатели рентабельности

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Норма мажоритарного дохода	11,0%	12,5%	11,9%	13,6%	15,2%
Норма EBITDA	3,9%	6,1%	5,4%	4,8%	5,2%
Норма EBIT	3,2%	5,5%	4,8%	4,2%	4,7%
Чистая рентабельность	1,6%	3,7%	1,8%	1,6%	2,5%
Рентабельность капитала *	21,5%	26,9%	18,1%	17,5%	15,9%
Рентабельность собственного капитала	19,7%	44,9%	17,4%	20,2%	35,2%
Рентабельность активов	7,0%	15,2%	6,1%	6,0%	7,0%

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

* Капитал = Собственный капитал + Заемные средства

Таблица 10. Показатели долгового покрытия

Показатель	2002	2003	2004	2005	2006
Заемные средства / Выручка	0,07	0,12	0,16	0,16	0,22
Долг / EBITDA	1,71	1,99	3,02	3,39	4,32
Долг / EBIT	2,06	2,21	3,38	3,84	4,78
EBITDA / Проценты к уплате	2,53	4,11	2,16	1,99	2,69
EBIT / Проценты к уплате	2,10	3,70	1,93	1,76	2,44

Источник: данные Компании, расчеты Организатора

7 Краткая информация об участниках выпуска

ЭМИТЕНТ

Общество с ограниченной ответственностью «Инком-Лада»

107497, г. Москва, ул. Иркутская, д. 11/17, корп. 4

Тел., факс: (495) 363-00-16

www.incom-auto.ru

ПОРУЧИТЕЛИ

Общество с ограниченной ответственностью «АВТОКРЕДИТ»

105318, г. Москва, ул. Щербаковская, д. 3

Тел., факс: (495) 363-00-19

Общество с ограниченной ответственностью «РЕГБИ»

105318, г. Москва, ул. Щербаковская, д. 3

Тел., факс: (495) 363-00-26

ОРГАНИЗАТОР, АНДЕРРАЙТЕР, АГЕНТ ПО ИСПОЛНЕНИЮ ОФЕРТЫ

ООО «УРАЛСИБ Кэпитал»

119048, г. Москва, ул. Ефремова, д. 8

Тел.: (495) 788-08-88, факс: (495) 785-12-06

www.uralsibcap.ru

ПЛАТЕЖНЫЙ АГЕНТ

ОАО «УРАЛСИБ»

119048, г. Москва, ул. Ефремова, д. 8

Тел.: (495) 723-78-62, факс: (495) 788-61-78

www.uralsibcap.ru

УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ДЕПОЗИТАРИЙ

Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр» («НДЦ»)

125009, г. Москва, Средний Кисловский пер, д. 1/13, стр. 4

Тел.: (495) 956-27-90, 956-27-91, факс: (495) 956-27-92

www.ndc.ru

ФОНДОВАЯ БИРЖА

Закрытое акционерное общество «Фондовая биржа ММВБ»

125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д. 13, стр. 1

Тел.: (495) 234-48-11, факс: (495) 705-96-22

www.micex.ru