



Сеть магазинов детских товаров

ООО «БАНАНА-МАМА»

**Выпуск неконвертируемых купонных документарных облигаций на предъявителя
серии 02 с обязательным централизованным хранением
на сумму 1 500 000 000 (один миллиард пятьсот миллионов) 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 - ООО «БАНАНА-МАМА», «Эмитент»), осуществляет размещение процентных неконвертируемых купонных документарных облигаций на предъявителя серии 02 с обязательным централизованным хранением номинальной стоимостью 1000 (одна тысяча) рублей каждая в количестве 1 500 000 (один миллион пятьсот тысяч) 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 1 500 000 000 (один миллиард пятьсот миллионов) рублей, и совокупного купонного дохода по облигациям, (далее - «Облигации») в соответствии с Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг, зарегистрированным решением Федеральной службы по финансовым рынкам (далее - «ФСФР») от 24.07.07 г. (далее - «Решение о выпуске ценных бумаг» и «Проспект ценных бумаг», соответственно) с присвоением Облигациям государственного регистрационного номера 4-02-36176-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 выкупа Облигаций, о котором Эмитент сообщит в день раскрытия информации о дате размещения Облигаций. Доход, полученный Эмитентом в результате размещения Облигаций, будет использован им для рефинансирования части кредитного портфеля и финансирования 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 магазинов 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.

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

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ЭМИТЕНТЕ И ПОРУЧИТЕЛЕ	4
Эмитент	4
Поручитель	4
Миссия	4
Стратегия	5
Рыночная позиция	5
Основные финансовые показатели в 2005 - 2007 гг.	6
Источники инвестиционной привлекательности	7
ОСНОВНЫЕ УСЛОВИЯ ВЫПУСКА ОБЛИГАЦИЙ	8
ЦЕЛИ ЭМИССИИ ОБЛИГАЦИЙ	10
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И СТРУКТУРА СОБСТВЕННОСТИ	11
Стратегия развития Группы.....	11
Юридическая структура Группы	12
КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА	15
Российский розничный рынок	15
Локальные рынки сети "БАНАНА-МАМА"	18
Основные конкуренты.....	19
Конкурентные преимущества сети "БАНАНА-МАМА"	21
ТОРГОВЫЙ ОБОРОТ	23
Торговый оборот	23
Потребители	24
Маркетинг	24
МЕНЕДЖМЕНТ И СОТРУДНИКИ	28
ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	33
КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЯ	40
ИНФОРМАЦИЯ О ФИНАНСОВОМ СОСТОЯНИИ	41
Финансовые результаты Группы	42
Структура затрат	43
Активы Группы.....	43
Капитал и обязательства Группы	44
Показатели ликвидности и оборачиваемости	45
ФАКТОРЫ РИСКА	46
Страновые и региональные риски	46
Отраслевые риски	47
Риски Эмитента	48
ОПИСАНИЕ ОБЛИГАЦИЙ	49
НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	58
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ПО РСБУ	
ООО «БАНАНА-МАМА» ЗА 2006 Г.	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ	
ПО РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» НА 31 МАЯ 2007 Г.	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ	
ПО РСБУ ООО «ТД ТРИАЛ» ЗА 2006 Г.	75
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ	
ПО РСБУ ООО ТД «ТРИАЛ» НА 31 МАЯ 2007 Г.	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. ОФЕРТА О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ПОРУЧИТЕЛЬСТВА	
СО СТОРОНЫ ООО ТД «ТРИАЛ»	83

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 региональных розничных операторов; компании, созданной как балансодержатель недвижимости; а также компаний, оказывающих рекламные и IT-услуги.

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 магазинов 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 магазинов. Менеджмент приступил к развитию розницы в апреле 2004 г., и на 01.07.07 г. сеть насчитывала 68 магазинов в шести федеральных округах РФ, из которых 18 магазинов располагались в Москве и Подмосковье. Торговый оборот розничной сети по итогам 2006 г. составил 5,3 млрд. руб. В 2007 г. менеджмент Группы прогнозирует рост данного показателя на 66% до 8,8 млрд. руб.

Динамика развития бизнеса Группы "БАНАНА-МАМА" в 2004–2007 гг.

Показатели	2004	2005	2006	2007П
Торговый оборот Группы, млрд. руб.	0,3	2,9	5,3	8,8
Число магазинов	3	23	52	90

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	<ul style="list-style-type: none"> ■ активная региональная экспансия; ■ покупка локальных конкурентов; ■ освоение различных торговых форматов с целью проникновения в регионы с численностью менее миллиона человек.
Контроль не менее 20% рынка детских товаров	<ul style="list-style-type: none"> ■ реализация программ лояльности; ■ внедрение новой концепции магазина для привлечения потребителей разных ценовых категорий; ■ гибкое регулирование цен, исходя из ситуации в разных географических регионах; ■ разработка более эффективных стандартов обслуживания и работы персонала; ■ освоение прогрессивных технологий продаж (визуального мерчендайзинга).
Лидерство по издержкам	<ul style="list-style-type: none"> ■ обеспечение выгодных условий работы с поставщиками; ■ повышение степени автоматизации бизнес-процессов; ■ оптимизация логистики; ■ статус официального розничного дистрибьютора известных западных брендов; ■ развитие оптовых продаж как механизма повышения оборачиваемости товарных запасов и оптимизации логистических процессов; ■ внедрение системы автоматизации складских процессов - HighJump Advantage Suit; ■ развитие направления Private Label.

Источник: данные Группы

Рыночная позиция

Группа "БАНАНА-МАМА" одной из первых приступила к масштабному развитию одноименной региональной сети в 2005 г. На 01.07.07 г. сеть была представлена в 43 городах. По данным исследования AC Nielsen, проводимого по рынку продовольственных детских товаров и детской парафармации, доля сети "БАНАНА-МАМА" в большинстве городов присутствия варьируется от 11 до 29%, (исключая Санкт-Петербург - 3%), в т.ч. в г. Москва - 12%.

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

Основные финансовые показатели в 2005 – 2007 гг.

ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ, тыс. руб.	2005	2006	2007П
ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ			
Выручка	2 631 233	4 789 011	7 852 247
Операционная прибыль	162 442	385 515	667 441
Чистая прибыль	126 695	212 510	355 400
ПОКАЗАТЕЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ			
Валовая рентабельность, %	23,7%	25,0%	27,5%
Операционная рентабельность, %	6,2%	8,1%	8,5%
Рентабельность чистой прибыли, %	4,8%	4,4%	4,5%
БАЛАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ			
Активы	1 967 459	3 590 590	6 308 823
Собственный капитал	131 742	344 252	699 652
Обязательства	1 835 717	3 246 338	5 609 171
Финансовый долг, в т. ч.	1 101 696	2 222 976	3 865 000
Краткосрочные кредиты и займы, %	0,0%	45,0%	35,3%
Долгосрочные кредиты и займы, %	100,0%	55,0%	64,7%
Процентные платежи	(35 407)	(146 473)	(299 387)
Денежные средства и их эквиваленты	102 050	217 447	345 768
Чистый долг	999 646	2 005 529	3 519 232
ФИНАНСОВЫЕ КОЭФФИЦИЕНТЫ			
Выручка/Финансовый долг	2,39	2,15	2,03
Финансовый долг/Операционная прибыль	6,78	5,77	5,79
Финансовый долг/Собственный капитал	8,36	6,46	5,52
Финансовый долг/Активы	0,56	0,62	0,61
Операционная прибыль/Процентные расходы	4,59	2,63	2,23

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

Источники инвестиционной привлекательности

Плюсы

- ⊕ Формат, ориентированный на широкий круг потребителей различных ценовых сегментов;
- ⊕ 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;
- ⊕ Прогрессивная политика региональной экспансии и расширения бизнеса;
- ⊕ Временное преимущество, полученное в результате освоения регионов уже на начальном этапе развития бизнеса;
- ⊕ 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 увеличению платежеспособного спроса;
- ⬆ Активное региональное расширение розничной сети;
- ⬆ Развитие направления Private Label;
- ⬆ Внедрение новых стандартов продаж и разработка новой концепции розничной торговли;
- ⬆ Статус 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	Общество с ограниченной ответственностью Торговый дом "Триал"
Размещаемые ценные бумаги	Облигации процентные неконвертируемые документарные на предъявителя серии 02 с обязательным централизованным хранением номинальной стоимостью 1 000 (одна тысяча) рублей каждая в количестве 1 500 000 (один миллион пятьсот тысяч) штук общим объемом выпуска 1 500 000 000 (один миллиард пятьсот миллионов) 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 на ленте новостей. Эмитент также помещает аналогичное сообщение на сервере Эмитента в сети Интернет по адресу: http://www.bananamama.ru
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. Размещение Облигаций может быть проведено с включением или без включения Облигаций в котировальный список "В".

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	По требованию владельцев облигаций: в случае если Облигации будут включены в котировальный список "В", их владельцы приобретут право предъявить их к досрочному погашению в случае делистинга этих облигаций на всех фондовых биржах, включивших эти облигации в котировальные списки.
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.
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 кредитного портфеля и развитие розничной сети (см. подробнее раздел "Цели эмиссии Облигаций").

Цели эмиссии облигаций

Менеджмент Группы предполагает следующие направления использования средств настоящего облигационного займа:

- 1) до 30% привлекаемых средств будет направлено на рефинансирование текущей задолженности;
- 2) оставшаяся часть средств от облигационного займа будет направлена на осуществление инвестиционной программы.

Среднесрочная долговая стратегия Группы ориентирована на рост доли долгосрочных обязательств в структуре финансовой задолженности.

Стратегия развития и структура собственности

Стратегия развития Группы

Менеджмент Группы ставит перед собой следующие стратегические задачи:

- 1) **создание розничной сети детских товаров национального масштаба** с присутствием как в городах с населением более 500 тыс. чел. так и в городах с населением 250 - 500 тыс. чел. В качестве методов реализации данной задачи Группа рассматривает
 - освоение новых форматов магазинов;
 - приобретение 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, а также системы гибкого регулирования цен 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 брэнда. В настоящее время Группа разрабатывает и внедряет более эффективные стандарты обслуживания и работы персонала, а также специальные программы, направленные на контроль информационных потоков со стороны потребителей и прессы.
- 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:
 - использование статуса официального розничного дистрибьютора продукции зарубежных производителей в РФ (см. также раздел "Дополнительные услуги");
 - внедрение системы автоматизации складских процессов - HighJump Advantage Suit;
 - освоение прогрессивных технологий продаж при поддержке европейского агентства "ShopConsult by Umdasch CmbH" в области разработки розничного дизайна (системы зонирования, визуального оформления), визуального мерчендайзинга (схемы выкладки товара), схемы расстановки оборудования и движения покупателей;
 - развитие направления Private label;
 - развитие опта до 5% торгового оборота с целью повышения оборачиваемости товарных запасов и оптимизации логистических процессов.

Юридическая структура Группы

По состоянию на 01.07.07 г. Группа компаний "БАНАНА-МАМА" представляла собой объединение 17 юридических лиц, контролируемых менеджментом.

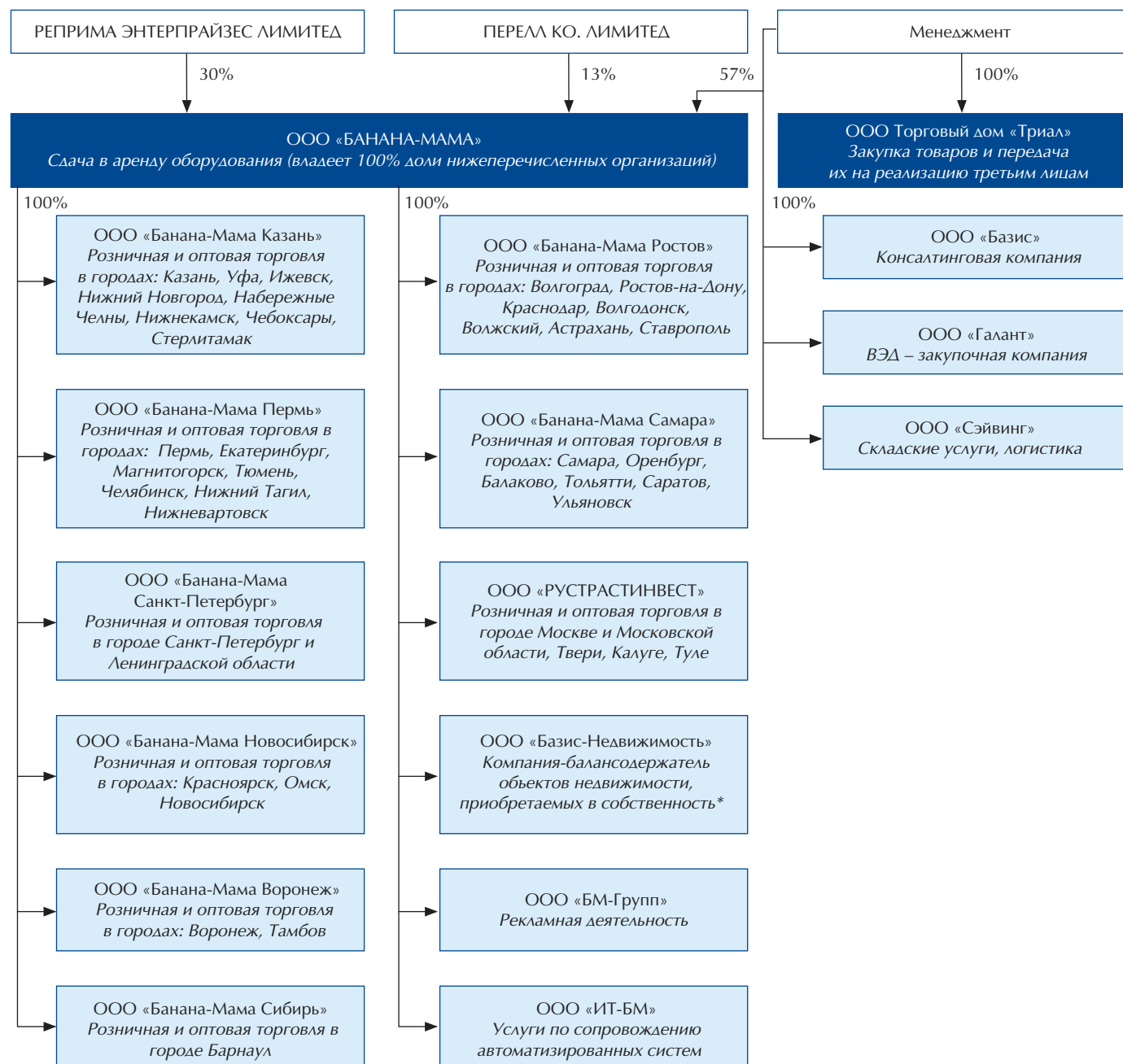
Холдинговая компания Группы ООО "БАНАНА-МАМА" является единственным участником 9 операционных компаний, управляющих розничной сетью на региональном уровне. ООО "БАНАНА-МАМА" владеет имущественным комплексом Группы, который сдается в аренду региональным операторам сети.

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. ООО "Базис-Недвижимость" создано как будущий балансодержатель объектов недвижимости, приобретаемых в собственность.

В январе 2006 г. было зарегистрировано ООО ТД "Триал", основной функцией которого является централизованная закупка товаров для сети магазинов 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", которое было продано в мае 2006 г.

В 100%-ом владении менеджмента также находятся, ООО "Базис", оказывающее консалтинговые услуги; ООО "Галант", основной деятельностью которого является внешнеэкономическая закупочная деятельность по поручению ООО ТД "Триал"; ООО "Сэйвинг", основной деятельностью которого является логистика и оказание складских услуг.

Текущая юридическая структура Группы (по состоянию на 01.07.07 г.)



Источник: данные Группы

* 01.07.07 г. все магазины Группы располагались на арендованных площадях

В настоящее время Группа планирует реформирование структуры компаний с целью оптимизации торговой, финансовой и организационной структуры холдинга. Головной компанией группы (ООО «БАНАНА-МАМА») заключен договор на оказание соответствующих консалтинговых услуг с одной из аудиторских компаний «большой четверки».

Основными задачами реструктуризации структуры Группы компаний «БАНАНА-МАМА» являются:

- формирование «прозрачной» и инвестиционно-привлекательной структуры торгового холдинга «БАНАНА-МАМА»;

- разработка, реализация и обслуживание единой юридической структуры холдинга, включая взаимодействие внутренних компаний холдинга, HR-оптимизацию и т.п.;
- унификация процессов, выработка единой концепции развития, налоговой политики и процедуры обслуживания покупателей.

В рамках целевой структуры планируется выделить ключевой торговый блок, включающий:

- ООО "Галант", осуществляющее импорт товаров по поручению ООО ТД "Триал". В ближайшем будущем планируется, что ООО "Галант" будет заключать договоры с компаниями-дизайнерами детской одежды через представительство в г. Лондон;
- ООО ТД "Триал", закупающее товары у российских поставщиков;
- Региональных торговых операторов, работающих по договорам комиссии.

Кроме того, в структуру Группы будут входить:

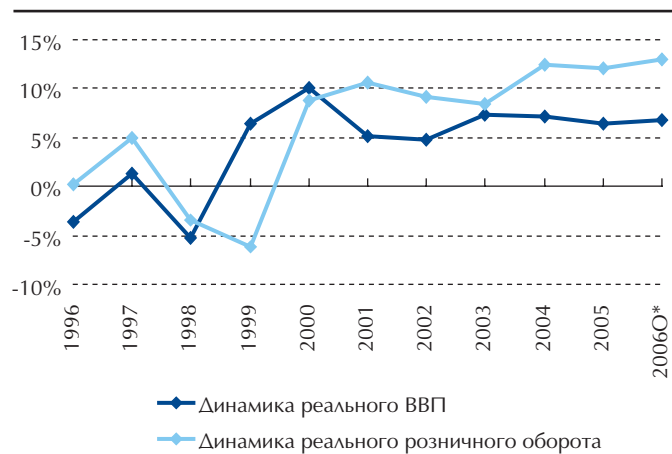
- ООО "БАНАНА-МАМА", владеющее торговым знаком и торговым оборудованием, сдаваемым в лизинг региональным торговым операторам,
- ООО "Базис-Недвижимость" - балансодержатель объектов недвижимости, приобретаемых в собственность, а также
- Вспомогательные компании: ООО "Базис", ООО "БМ Групп", ООО "ИТ БМ", ООО "Сэйвинг".

Конкурентная среда

Российский розничный рынок

Российский розничный рынок является одним из крупнейших в Европе: по оценкам МЭРТ РФ, его объем в 2006 г. составил около \$317 млрд. В 2001-2006 гг. средние темпы роста российского розничного рынка составляли 24,7% (CAGR, в долл. выражении), существенно превышая аналогичный показатель других секторов российской экономики.

Динамика роста ВВП и розничного сектора в 1996–2006 гг.



Источник: ФСТС

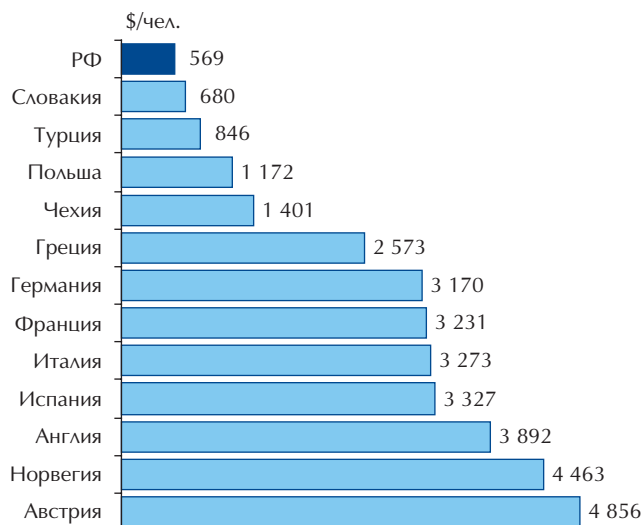
Розничный оборот в номинальном выражении в 1998–2010 гг.



Источник: ФСТС, 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 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 2010 г. розничный оборот в РФ составит около \$586 млрд., т.е. среднегодовые темпы роста в 2006-2010 гг. прогнозируются на уровне не ниже 16,6% (CAGR, в долл. выражении).

Оборот организованной розничной торговли на душу населения по странам в 2006 г.



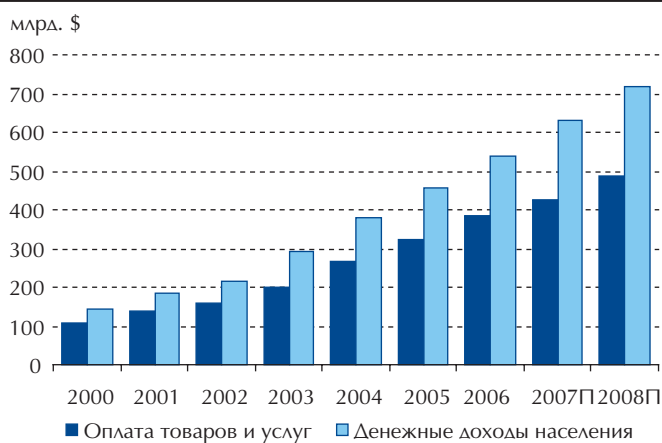
Источник: Euromonitor

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 основываются на следующих доводах:

- 1) правительственный курс на снижение инфляции: согласно среднесрочной программе социально-экономического развития, к 2010 г. индекс потребительских цен снизится до уровня 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 2000–2008 гг.



Источник: ФСГС

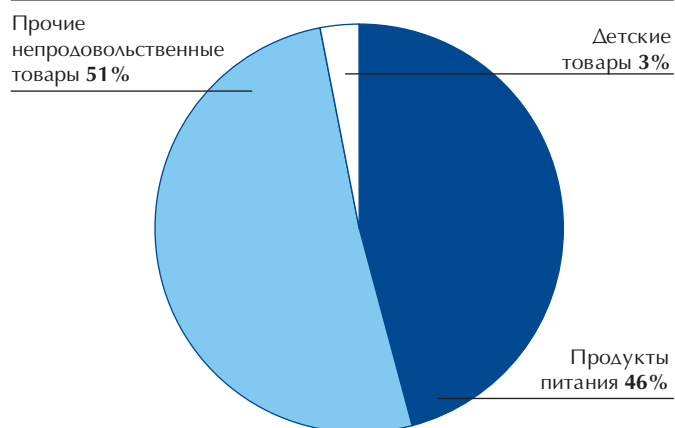
Рост реальных располагаемых доходов населения инфляция в РФ в 1999–2010 гг.



Источник: ФСГС, прогнозы МЭРТ

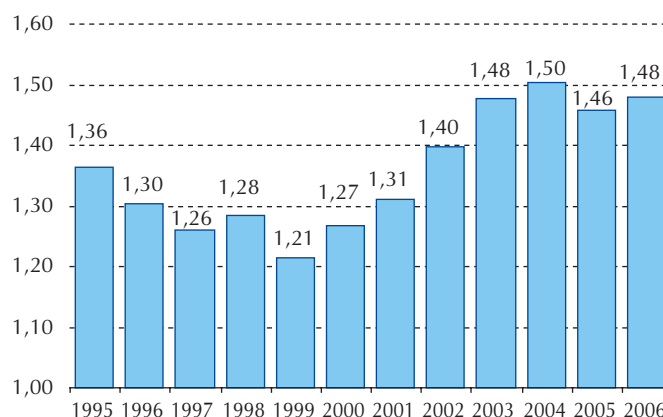
Около 54% общего объема розничного оборота в РФ в 2006 г. приходилось на торговлю непродовольственными продуктами. Продажи детских товаров по различным оценкам, составили \$7-8 млрд. В среднесрочной перспективе (1-2 года) эксперты прогнозируют темпы роста рынка детских товаров на уровне не ниже 15% в 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 2006 г.



Источник: ФСТС

Численность родившихся в РФ в 1995-2006 гг. (млн.чел.)



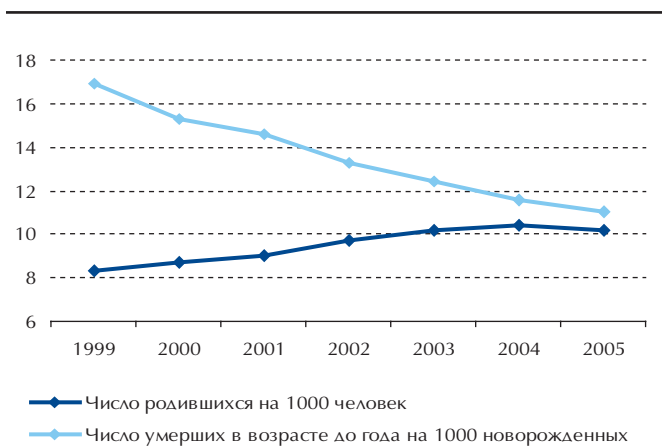
Источник: ФСТС

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

- 1) с 01.01.07 г. **увеличен размер пособий по уходу за ребенком**, с 700 руб. до 1 500 - 6 000 рублей при рождении первого ребенка, и 3 000 - 6 000 руб. при рождении последующих детей, в зависимости от заработной платы матери;
- 2) **введены материальные компенсации для многодетных семей**, нацеленные на рост популярности данной модели в РФ. С 01.01.07 г. в РФ начал действовать механизм формирования "материнского капитала", предоставляемого после рождения второго ребенка. Сумма в 250 тыс. руб. переводится 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) **повышено 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. сумм выплат по сертификату увеличились до 10 тыс. руб. с 7 тыс. руб. в 2006 г.;

- 4) развиваются 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.



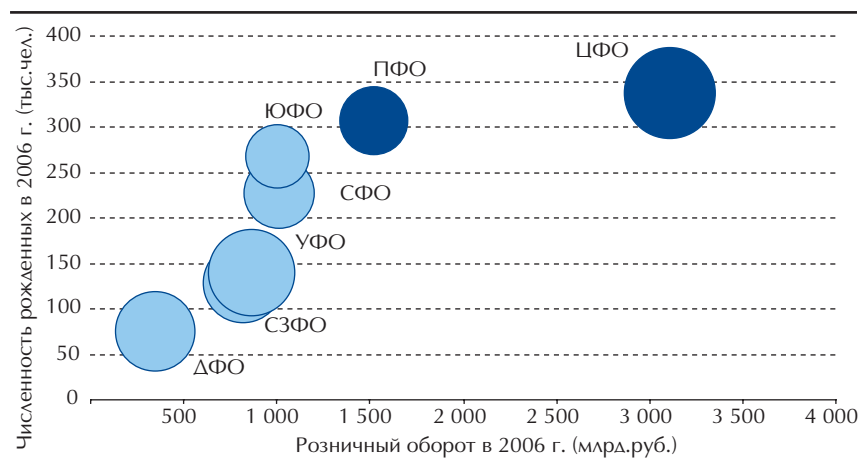
Источник: ФСГС

Локальные рынки сети "БАНАНА-МАМА"

Сеть магазинов "БАНАНА-МАМА" представлена во всех федеральных округах РФ, кроме Дальневосточного ФО. На 01.07.2007 г. 44 из 68 магазинов было расположено в Центральном ФО и Приволжском ФО, лидирующих по таким показателям как:

- 1) денежные доходы населения (доля данных округов в денежных доходах населения РФ за 2006 г. составила 54%);
- 2) розничный товарооборот (до 53% розничного товарооборота РФ по итогам 2006 г.);
- 3) число родившихся (до 43% родившихся по итогам 2006 г.).

Основные показатели уровня жизни населения и рождаемости регионов РФ.*



Источник: ФСГС

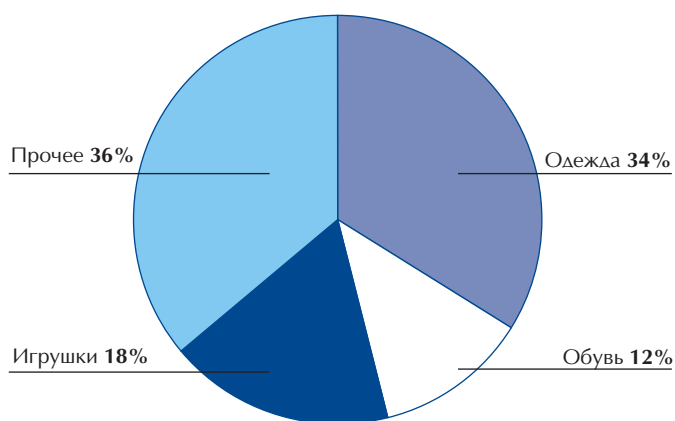
* Темно-синим выделены регионы, где на 01.01.07 г. было представлено 44 из 68 магазинов сети "БАНАНА-МАМА".

Размер круга соответствует уровню среднедушевых денежных доходов в регионе

Основные конкуренты

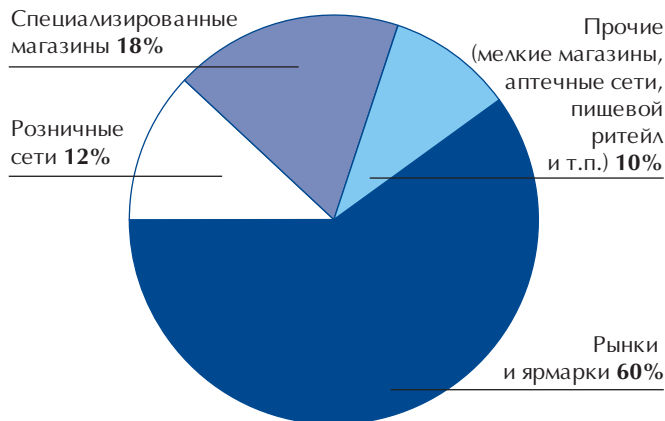
Рынок детских товаров высоко фрагментирован и характеризуется преобладанием неорганизованных форм торговли - рынков и детских ярмарок, на которые в 2006 г. пришлось более половины оборота детской продукции. Поскольку формирование специализированного сетевого ритейла для рынка детских товаров началось 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 универмагах, отдельные категории детской продукции реализуются через аптечные сети, а также неспециализированный (в т.ч. пищевой) ритейл. В то же время, доля неорганизованных форм торговли, особенно в крупных городах, постепенно сокращается. Согласно опросу, проведенному МА Symbol-Marketing среди москвичей, специализированные рынки являются наиболее популярным местом покупки детской одежды лишь для 40% от числа опрошенных.

Структура расходов на детские товары в РФ в 2006 г.



Источник: AC Nielsen

Сегментация рынка детских товаров в 2006 г.

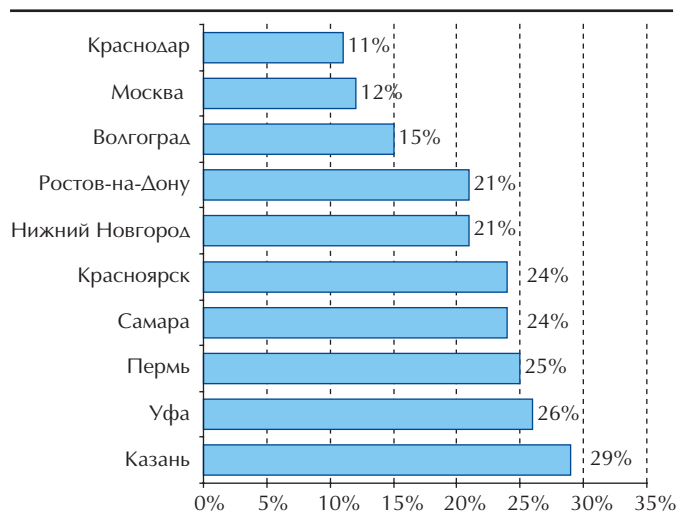


Источник: МА "Step by Step"

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 магазинов детских товаров, сравнимые по объемам бизнеса, - "Детский мир" и "БАНАНА-МАМА", начавшие масштабную региональную экспансию в 2004-2005 гг.

По данным независимого маркетингового исследования AC "Nielsen", проводимого по рынку продовольственных детских товаров и детской парафармазии, доля сети "БАНАНА-МАМА" в крупнейших городах присутствия в 2006 г. составила 11-29%.

Доля БАНАНА-МАМЫ на рынке продовольственных детских товаров и детской парафармазии в 2006 г.



Источник: AC Nielsen

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 01.07.07 г. включала 27 магазинов, из них 25 в Москве и Московской области и по одному в Рязани и Ставрополе. Выручка компании в 2006 г. составила \$60 млн. Сеть оперирует в формате дискаунтер. В магазинах представлено порядка 10 тыс. наименований товаров для детей до 7 лет.

■ Сеть магазинов "ДЕТИ" была основана в 1997 г. как оптовый продавец детских товаров, параллельно менеджмент компании развивал розничную торговлю. На 01.07.07 г. сеть насчитывала 19 торговых объектов в Санкт-Петербурге, 3 - в Ленинградской области и 4 - 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 01.07.07 г. насчитывала 4 магазина 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 01.07.07 г. была представлена в 5 федеральных округах и насчитывала 73 форматных магазина в 36 городах РФ. Наибольшая концентрация торговых площадей на 01.07.07 г. наблюдалась в Центральном и Северо-западном округах (в т.ч. 20 магазинов в г. Москва и 13 – в г. Санкт-Петербург).

Ценовая политика и ассортимент сети рассчитаны на покупателей с доходами среднего и выше среднего уровня, товарная матрица включает более 50 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 магазинов в Москве площадью 14,9 и 4,2 тыс. кв.м соответственно. Выручка Группы компаний "Детский мир" по US GAAP по итогам 2006 г. составила \$335 млн. Выручка основной операционной компании Группы компаний "Детский мир" - ОАО "Детский мир - Центр" по РСБУ по итогам 2006 г. составила 6 млрд. руб.

4. МАГАЗИНЫ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ ПРЕМИУМ-КЛАССА

■ Английская сеть магазинов "Mothercare" приступила к развитию бизнеса в России в 1994 г., и на 01.07.07 г. включала 22 торговых объекта, из которых 10 было расположено в Москве, 5 магазинов было открыто в Санкт-Петербурге, по 2 - в Самаре и Казани, и по одному - в Тольятти, Нижнем Новгороде и Екатеринбурге.

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 10 лет.

■ Сеть "Кенгуру" на 01.07.07 г. включала 15 магазинов, из которых 8 было расположено в Москве, 3 - в Санкт-Петербурге, и по одному в Нижнем Новгороде, 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 7 лет.

5. КРУПНЕЙШИЕ РОССИЙСКИЕ РИТЕЙЛЕРЫ, А ТАКЖЕ АПТЕЧНАЯ СЕТЕВАЯ РОЗНИЦА

Часть оборота детских товаров приходится на сети магазинов 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 и Приволжский ФО), а также активно осваивая перспективные с точки зрения темпов роста рождаемости и среднедушевого розничного оборота регионы (Уральский и Южный ФО). Высокие темпы региональной экспансии обеспечивают Группе временное преимущество в освоении локальных рынков в отсутствие заметного конкурентного давления.

ФОРМАТ, ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА ШИРОКУЮ АУДИТОРИЮ

Группа развивает сеть магазинов, 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 магазина одновременно приобретать продукцию различных категорий (детскую одежду, игрушки, питание и т.п.). Для лучшего визуального восприятия и повышения потребительской привлекательности магазинов сети в глазах покупателей разных ценовых категорий Группа с помощью европейского агентства "ShopConsult by Umdasch GmbH" (Австрия) проводит (1) рестайлинг существующих торговых площадей, (2) разработку ритейл-дизайна (системы зонирования и визуального оформления), (3) разработку визуального мерчендайзинга (схемы выкладки товаров), адресно направленного на детскую розницу, (4) разработку схем расстановки торгового оборудования и движения покупателей. Подобная универсальность товарной выкладки является дополнительным фактором увеличения трафика и интереса к сети 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- и PR-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. Постоянно разрабатываются гибкие схемы маркетинговой стратегии, направленные на формирование и удержание собственной потребительской аудитории, а также привлечения потребителей из других сетей детской розницы. В настоящее время компания работает над оптимизацией своего присутствия в публичной сфере и сфере массовых коммуникаций (СМИ и PR).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ РОЗНИЧНОЙ СЕТЬЮ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ

Группа использует западный опыт в детской рознице и привлекает иностранных менеджеров, имеющих большой управленческий опыт в сфере ритейла. В 2007 г. сеть "БАНАНА-МАМА" открыла в Великобритании (Лондон) свой первый зарубежный офис, основными задачами которого являются:

- представление интересов торговой сети;
- сотрудничество с известными иностранными брендами;
- разработка собственных дизайнерских товаров для детей под маркой Private Label (PL), которые впоследствии будут производиться по заказу Группы.

Несколько английских дизайнеров будут создавать новые коллекции для детских товаров, рассчитанные на потребности покупателей российской сети. Наличие такого подразделения будет способствовать разработке качественных продуктов, которые смогут привлечь потребителей с более высокими доходами.

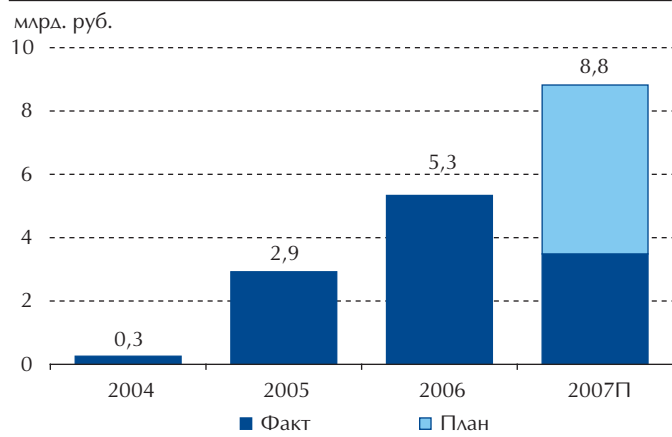
Торговый оборот

За период 2004-2006 гг. торговый оборот сети "БАНАНА-МАМА" увеличился в 18 раз и, по оценкам менеджмента, составит 8,8 млрд. руб. в текущем году (+66% год-к-году), за счет открытия новых магазинов, 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 62% торгового оборота.

По состоянию на 01.07.07 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.

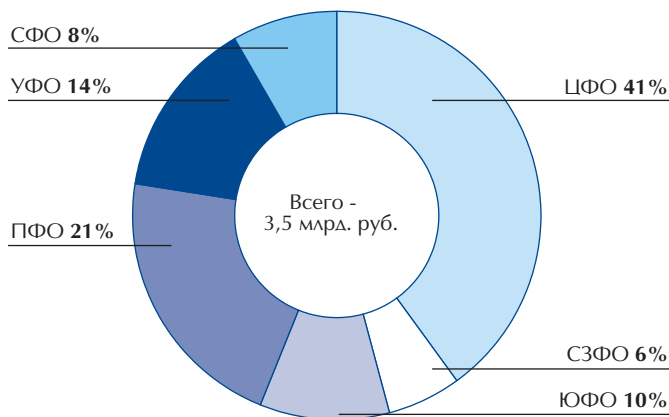
Динамика торгового оборота сети "БАНАНА-МАМА" региональная структура торгового оборота сети в 2004-2007 гг.*



Источник: данные Группы

*Фактические данные по 2007 г. приведены за 6 мес. 2007 г.

Региональная структура торгового оборота сети "БАНАНА-МАМА" в 1 пол. 2007 г.



Источник: данные Группы

Специфика бизнеса сети предполагает преобладание в структуре торгового оборота непродовольственных товаров, на долю которых пришлось до 83% всех продаж за 6 мес. 2007 г. До 42% торгового оборота Группы на 01.07.07 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 магазинов "БАНАНА-МАМА" в 1 пол. 2007 г.

Вид продукции	Доля в торговом обороте, %
Текстиль	21%
Игрушки	21%
Парафармация	17%
Продовольственные товары	17%
Крупногабаритные товары (коляски, кровати и т.п.)	10%
Обувь	7%
Творчество (книги, диски, канцтовары, развивающие игры и т.п.)	7%
Всего	100%

Источник: данные Группы

Меньшие показатели продаж по магазинам, с более поздней датой открытия объясняются региональной экспансией сети, в то время как магазины, запущенные в 2004-I кв. 2005 гг., расположены в Москве.

Статистика продаж на 1 магазин сети "БАНАНА-МАМА", тыс. руб.

	2006	1 пол. 2007
Магазины, открытые в 2004-I кв. 2005 гг.	308 577	142 668
Магазины, открытые в II-IV кв. 2005 гг.	163 274	75 406
Магазины, открытые в I пол. 2006 г.	99 196	72 324
Магазины, открытые во II пол. 2006 г.	36 652	57 447
Магазины, открытые в I пол. 2007 г.	-	16 782

Источник: данные Группы

Статистика продаж на 1 кв. м торговой площади сети "БАНАНА-МАМА", тыс. руб.

	2006	1 пол. 2007
Магазины, открытые в 2004-I кв. 2005 гг.	155	64
Магазины, открытые в II-IV кв. 2005 гг.	84	39
Магазины, открытые в I пол. 2006 г.	46	33
Магазины, открытые во II пол. 2006 г.	20	33
Магазины, открытые в I пол. 2007 г.	-	15

Источник: данные Группы

Потребители

Целевая аудитория Группы охватывает различные возрастные категории населения: беременных женщин, детей до 12 лет, родителей, бабушек и дедушек, а также друзей и родственников семей, где есть ребенок указанного возраста.

В структуре потребителей до 80% составляют женщины, более половины покупателей находятся в возрасте от 25 до 35 лет, около трети - 35 - 45 лет. В настоящее время основными клиентами сети "БАНАНА-МАМА" являются потребители со средним уровнем доходов и ниже среднего. Группа проводит активную маркетинговую политику по более широкому привлечению аудитории с высокими доходами, с сохранением и удержанием приверженного потребителя эконом-класса, предпочитающего широкий ассортимент товаров по доступным ценам.

Маркетинг

Для реализации данной маркетинговой стратегии сеть "БАНАНА-МАМА" использует следующие факторы привлекательности магазинов для конечного потребителя:

Новый концепт продаж. В условиях современной конкуренции и ситуации на рынке детского ритейла "БАНАНА-МАМА" разрабатывает и внедряет новые, более современные технологии продаж, учитывающие специфику магазина детских товаров. Новый концепт, специально разработанный за 8 месяцев европейским агентством "ShopConsult by Umdasch GmbH" (Австрия), включает в себя разработку

- нового логотипа компании (ребрендинг);
- розничного дизайна (системы зонирования, визуального оформления);
- визуального мерчендайзинга (схемы выкладки товара);
- схемы расстановки оборудования и движения потребителей.

В магазинах нового формата будет использоваться торговое оборудование австрийского производителя "Umdasch ShopConsult". Сейчас этот концепт внедряется в одном из первых магазинов, который откроется уже в августе 2007 г.

Ассортимент. Товарная матрица магазинов Группы включает до 50 000 наименований товаров различных категорий (детское питание, игрушки, одежда и крупногабаритные товары, а также необходимые товары для беременных женщин), что позволяет покупателю приобрести все необходимое в одном магазине.

Структура выкладки товаров формируется на основе мониторинга предпочтений потребителей и рассчитана на удовлетворение потребностей покупателей с различным уровнем доходов. В результате внедрения новой концепции продаж ассортимент представляемой продукции расширится. При этом уровень цен товаров высшей ценовой категории будет ниже, чем в детских бутиках конкурентов.

Цена. Согласно опросу, проведенному Группой, 32% респондентов выделяют уровень цен в качестве основного конкурентного преимущества сети. 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. Маркетинговая политика компании направлена на сотрудничество с производителями всемирно известных марок товаров для детей. При этом, несмотря на постоянное повышение класса продаваемых товаров, их цена остается на достаточно низком уровне: стабильное увеличение объема поставок от производителей детских товаров позволяет компании добиваться лучших условий по их стоимости.

Местоположение магазинов. В качестве основных площадок для открытия магазинов Группа рассматривает как крупные торговые центры, так и отдельно стоящие магазины. Таким образом, Группа продолжает осваивать не только крупные российские мегаполисы, но и рынки небольших городов - с населением от 500 до 1 000 тыс. человек. Ключевыми критериями выбора местоположения магазина являются плотность жилой застройки в регионе, а также система подъездных транспортных путей и интенсивность трафика.

Маркетинговая и PR-стратегия. В настоящее время компания наращивает работу по повышению степени лояльности представителей разных целевых аудиторий к торговой марке "БАНАНА-МАМА" - данная задача осуществляется с помощью ряда информационных механизмов:

- повышения позитивного образа и репутации бренда у целевых групп;
- информационного лидерства на детском рынке;
- привлечения потребителей среднего и высшего покупательского сегмента;
- стабилизации бренда "БАНАНА-МАМА": за счет сбалансировано выстроенной информационной и PR-стратегии ожидается существенное укрепление имиджа и репутации бренда, а также формирование приверженной аудитории.

Качество обслуживания. В магазинах сети разработаны современные стандарты обслуживания потребителей. Успешно внедряются учебные программы для торгового персонала. Продавцы-консультанты торговых залов в обязательном порядке проходят обучение сразу после приема на работу. Регулярно организуются семинары и тренинги по повышению квалификации персонала.

Дополнительные услуги, стандартный набор которых включает бесплатные консультации врача-педиатра, услуги по потребительскому кредитованию для физических лиц (программы банков "Русский Стандарт", "Хоум Кредит", "Русфинанс Банк") и пр. В ближайшем будущем Группа планирует запустить следующие программы:

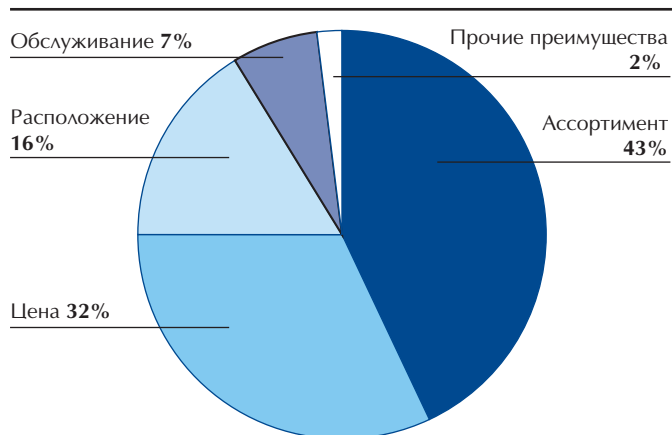
- дополнительное обслуживание будущих мам, предполагающее формирование индивидуального заказа, проведение консультаций и пр.;
- формирование информационной базы предпочтений покупателей с последующим предоставлением данной информации родственникам/друзьям клиентов для выбора подарка;
- организация еженедельных консультаций для молодых родителей;
- организация комнат для матери и ребенка в магазинах сети - с квалифицированной помощью и услугами для беременных женщин и для мам с маленькими детьми.

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);
- действующие по всей сети дисконтные карты "БАНАНА-МАМА" сокращают расходы на все покупки. В большинстве магазинов покупателю может быть предложен кредит, в удобной для него форме предоставленный одним из банков (банки "Русский Стандарт", "Хоум Кредит", "Русфинанс Банк");
- подарочные сертификаты на различные суммы;
- издание рекламного буклета с расписанием проводимых Группой мероприятий для детей и родителей.

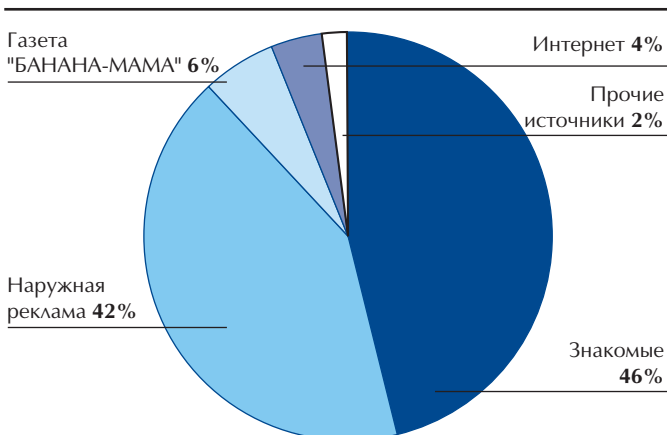
Результаты опросов покупателей

Ключевые факторы привлекательности сети "БАНАНА-МАМА"



Источник: данные Группы

Источники информации о сети "БАНАНА-МАМА"



Источник: данные Группы

Во 2 кв. 2007 г. число покупок в сети составило 4,9 млн. по сравнению с 3,6 млн. в 1 кв. 2007 г. В 2007 г. менеджмент Группы планирует получить статус официального розничного дистрибьютора нескольких ведущих западных брэндов 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 брэндодержателей до 30% оборота к 2008 г. В настоящее время «БАНАНА-МАМА» является официальным дистрибьютером следующих брендов одежды: RED SOUND (Италия) MORE&MORE (Германия), WOOPY (Германия). Закупки товара осуществляются у представительств вышеуказанных компаний, расположенных на территории РФ.

На 01.07.07 г. размер среднего чека региональных магазинов сети составлял \$18,3, московских - \$23,6, 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 более высоким уровнем доходов с акцентом на средний класс, 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).

Менеджмент и сотрудники

Текущий состав высшего менеджмента Группы "БАНАНА-МАМА" представлен в следующей таблице:

Текущий состав высшего менеджмента Группы "БАНАНА-МАМА"

ФИО	Возраст	Позиция	Занимает должность с
Яковлев Олег Николаевич	36	Президент компании	16.06.2004
Ляховец Дмитрий Валерьевич	33	Генеральный директор	28.09.2006
Вейнбергер Снежана Борисовна	39	Финансовый директор	05.06.2006
Неумывакин Алексей Николаевич	35	Директор по бизнес - процессам	26.02.2007
Новаков Алексей Андреевич	41	Директор по логистике	01.06.2005
Сканнелл Дамиан	46	Директор	19.02.2007
Сара О'Ши	49	Коммерческий директор	15.01.2007
Галиуллин Александр Александрович	28	Директор по организации работы в регионах	17.10.2006
Зайнуллин Рустам Биктимирович	49	Директор Северо-Западного филиала	01.10.2006
Эйсман Виктор Владимирович	44	Директор Казанского филиала	01.09.2004
Шарапов Андрей Евгеньевич	41	Директор Самарского филиала	22.11.2004
Цветков Андрей Вячеславович	46	Директор Южного филиала	23.08.2004
Кирсанова Галина Викторовна	45	Директор Сибирского филиала	01.04.2005
Казаков Сергей Николаевич	31	Директор Уральского филиала	22.07.2004
Липецкий Иван Владимирович	25	Директор Московского филиала	01.02.2007
Марюха Иван Николаевич	25	Директор Юго-Западного филиала	09.03.2007

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.

Ляховец Дмитрий Валерьевич

Образование: Московский энергетический институт, специальность - электромеханика.

Предыдущий опыт работы: ООО "САП СНГ и Страны Балтии".

В Группе работает с 2005 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.

Неумывакин Алексей Николаевич

Образование: Московская государственная академия автомобильного и тракторного машиностроения.

Специальность - инженер-электромеханик. Автоматизация технологических процессов и производств. Предыдущее место работы ООО "Дикси-Финанс".

В группе работает с 2007 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.

Сканнелл Дамиан

Образование: Университет Бирмингема, классические языки (древнегреческий, латынь).

Предыдущий опыт работы: "Toys R Us", директор по мерчандайзингу и операциям.

В группе работает с 2007 г.

Сара О'Ши

Образование: Университет Крэнфилд, MBA.

Предыдущий опыт работы: "Tesco International PLC", Коммерческий директор.

В группе работает с 2007 г.

Галиуллин Александр Александрович

Образование: Пермский государственный технический университет, специальность - экономист: государственное и муниципальное управление.

Предыдущий опыт работы: ООО "Эльдорадо - Пермь" филиал "Пермский" №1.

В группе работает с 2005 г.

Зайнуллин Рустам Биктимирович

Образование: Симферопольское высшее военно-политическое строительное училище, специальность - преподаватель, подготовка военно-политическая. Нижегородский социально-политический институт, управление социально-экономическими процессами, специальность - маркетинг и маркетинговые исследования рынка.

Предыдущий опыт работы: ООО "Эльдорадо Оренбург", генеральный директор.

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.

Липецкий Иван Владимирович

Образование: Институт управления экономики права и искусства, менеджмент организации.

Предыдущий опыт работы: ООО "Агроаспект", управляющий объектом ("Пятерочка").

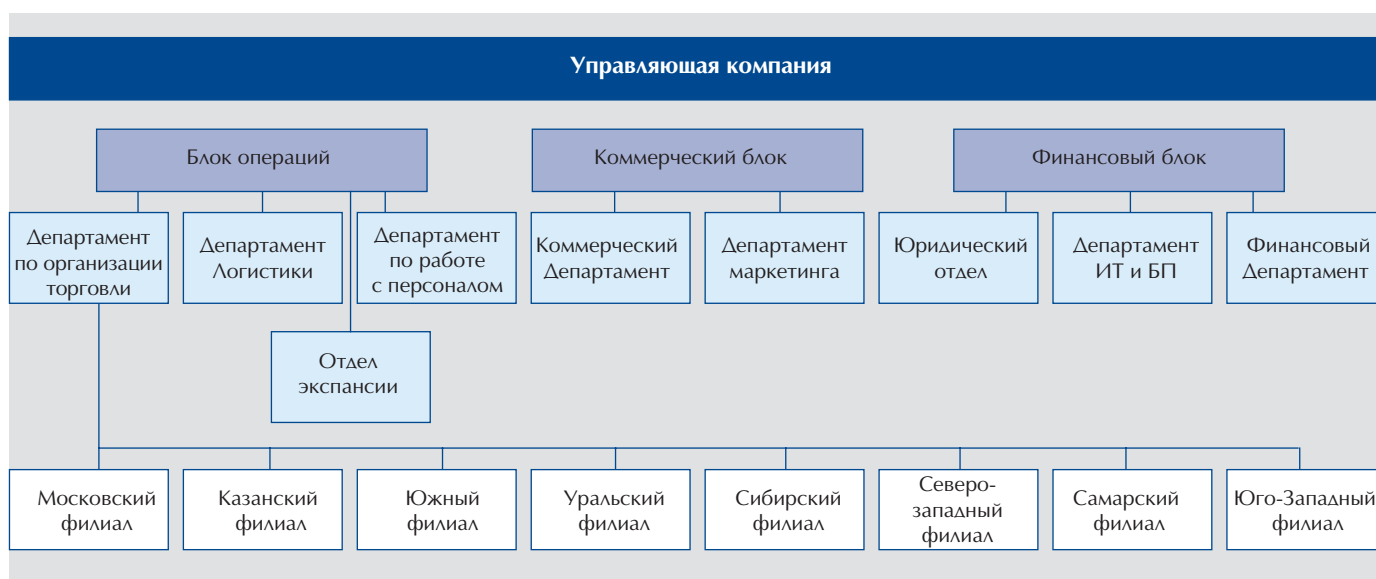
В группе работает с 2006 г.

Марюха Иван Николаевич

Образование: Воронежский государственный университет "Финансы и кредит", специальность - экономист.

Предыдущий опыт работы: ООО "Воронеж Евросеть", заместитель исполнительного директора.

В группе работает с 2007 г.

Организационная структура Группы на 01.07.07 г

Источник: данные Группы

Кадровая политика Группы предусматривает обязательную стажировку торгового и складского персонала с целью повышения профессиональных навыков. В Группе создан Учебный центр, который начал программу повышения квалификации торгового персонала, в том числе программу обучения директоров магазинов. В планах Учебного центра создание школы кадрового резерва.

В настоящее время количество работающих в одном магазине сети "БАНАНА-МАМА" составляет в среднем 40-45 человек.

Используемое программное оборудование позволяет получать сводные данные о времени работы каждого кассового терминала, определять количество пробитых чеков за день и иную 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 2004–2007 гг.

Сегменты	2004	2005	2006	01.07.07
Офис	52	208	254	340
Склад	64	268	289	390
Магазины	65	1 642	2 236	3 034
Итого численность	181	2 118	2 779	3 764

Источник: данные Группы

Операционная деятельность

История развития

В апреле 2004 г. был открыт первый магазин 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 магазина) стал стимулом активного расширения сети в Москве и регионах в 2005-2006 гг.

На 01.07.07 г. розничная сеть Группы включала 68 магазинов, расположенных во всех федеральных округах, кроме Дальневосточного. Торговый оборот сети по итогам 2006 г. составил 5,3 млрд. руб., увеличившись на 83% по сравнению с 2005 г.

Развитие розничной сети "БАНАНА-МАМА" в 2004–2007 гг.

Формат	2004	2005	2006	2007 (план)
Магазин	3	23	52	90
Прирост, кол-во	–	20	29	38

Источник: данные Группы

Розничная сеть

По состоянию на 01.07.07 г. сеть насчитывала 68 магазинов, в шести федеральных округах РФ, большая часть которых была сосредоточена в Центральном и Приволжском ФО. В 2004-2006 гг. наблюдалось ускорение темпов роста сети, к концу 2007 г. Группа планирует открыть еще 22 магазина, из них 1 в г. Москва и 3 в Московской области. Стратегия расширения сети предусматривает массовое открытие магазинов в августе-сентябре (6 шт.), и октябре-ноябре (16 шт.) 2007 г., перед сезонным всплеском продаж.

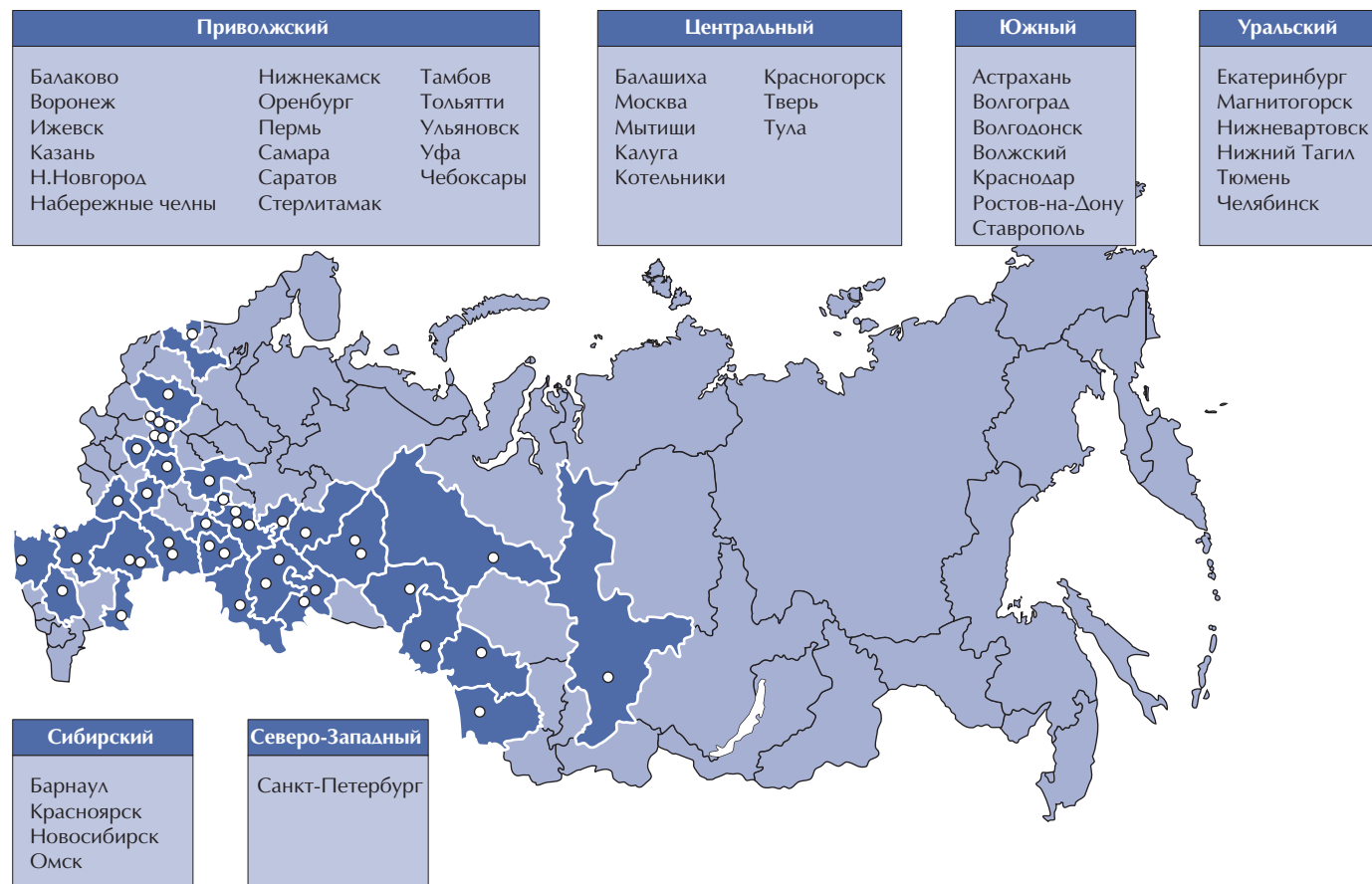
География торговой сети "БАНАНА-МАМА" на 01.07.07 г.

Федеральный округ	Города	Количество магазинов
Приволжский	Казань, Уфа, Балаково, Ижевск, Н.Новгород, Оренбург, Пермь, Самара, Sterлитамак, Тольятти, Чебоксары, Набережные Челны, Нижнекамск, Ульяновск, Саратов, Воронеж, Тамбов	21
Центральный	Москва, Мытиши, Красногорск, Балашиха, Котельники, Калуга, Тверь, Тула	23
Южный	Астрахань, Волгоград, Краснодар, Ростов-на-Дону, Волжский, Волгодонск, Ставрополь	9
Уральский	Екатеринбург, Магнитогорск, Тюмень, Челябинск, Нижний Тагил, Нижневартовск	6
Сибирский	Барнаул, Красноярск, Новосибирск, Омск	4
Северо-Западный	Санкт-Петербург	5
Итого		68

Источник: данные Группы

За время существования сети было закрыто 2 магазина, вследствие заключения более выгодного договора с другим арендодателем, все торговые объекты в плановые сроки выходили на прогнозный объем продаж.

География торговой сети "БАНАНА-МАМА" (магазины) по состоянию на 01.07.07 г.



Источник: данные Группы

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

Базовые характеристики магазина торговой сети "БАНАНА-МАМА"

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 01.07.07 г. общая площадь магазинов сети "БАНАНА-МАМА" составляла около 120 тыс. кв. м, при этом почти вся общая площадь была занята торговыми залами. В магазинах 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 магазины "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 01.07.07 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 российских регионах. Согласно стратегии развития, к концу 2009 г. сеть будет насчитывать более 30 магазинов в Москве и области, более 12 - в Санкт-Петербурге и области, по 2-3 магазина 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 магазинов на конец года:	52	90	128	159
Прирост за год, кол-во	29	38	38	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", "Misha Cavalieri"), коляски ("Bugsy", "Nania", "Kiddy") и игрушки ("OLDI Toys"). К концу 2007 г. на долю PL будет приходиться до 80% ассортимента обуви, до 50% ассортимента товарной группы "Текстиль", 10% ассортимента игрушек и около 50% ассортимента крупногабаритных товаров. При этом доля продаж PL в торговом обороте сети по итогам 2007 г. ожидается на уровне 17-19%, по сравнению с 16% в 2006 г. Среднесрочная стратегия развития Группы предусматривает дальнейшее увеличение доли PL в ассортименте, в том числе, внедрение PL в парафармации, и, соответственно, увеличение доли PL в торговом обороте до 30% по итогам 2008 г.

Поставщики

Ресурсная база сети "БАНАНА-МАМА" характеризуется высокой степенью диверсификации: торговая сеть сотрудничает более чем с 500 поставщиками. По состоянию на 01.07.07 г. в рамках отдельной товарной группы доля одного контрагента не превышала 25% поставок. В магазинах "БАНАНА-МАМА" представлена продукция многих известных итальянских и немецких брендов.

Бренды, представленные в магазинах сети "БАНАНА-МАМА"

Товарная Группа	Бренды
Обувь	Naturino, Laura Biagiotti, WOLLY, VIVIANE, HOOPS, Franco Romagnoli, RICOSTA, Romika
Текстиль	Blue Seven, Pickwick, Fifle, CKJeans, Miss Mary, ICE ICE ICEBERG, PARROT
КГТ	Inglesina, Peg-Perego, Maxi-cosi, Prima Baby
Парафармация	Проктер энд Гэмбл (памперсы), Кимберли Кларк (памперсы), SCA (памперсы), Bubchen (косметика), Johnson & Johnson (косметика), Nuk (аксессуары), Nuby (аксессуары) и др
Питание	Nestle, HEINZ, Винн Биль Данн, Danon, Ксения Реми, Unimilk
Игрушки и творчество	Томми Кляйн, Ficherpras, Хот-Вилсс, Barbi, Полли покет, Лего, Анабель, Hasbro

Источник: данные Группы

Наибольший процент в поставках продукции парафармации на 01.07.07 г. приходился на ООО "Проктер энд Гэмбл дистрибьюторская компания" и ООО "Кимберли Кларк", текстиля - на ООО "ЮНОСТЬ 2", игрушек - на ООО "С-Трейд", обуви - Xinjiang Xinhui Investment Co., LTD. Крупнейшими поставщиками детского питания являлись ООО "Нутриция", ОАО "Лебедянский", ООО "Вимм-Билль-Данн". Стандартный срок договора с поставщиком составляет один - два года, с возможностью дальнейшей пролонгации.

Условия расчетов с поставщиками на 01.07.07 г.

Товарная группа	Условия расчетов
Обувь	До 60% закупок осуществляется по предоплате, средний срок отсрочки составляет 60 банковских дней
Текстиль	До 20% поставок осуществляется по предоплате, средняя отсрочка платежа составляет 60 банковских дней
КГТ	До 5-10% закупок приходится на предоплату и оплату по факту поставки, оставшаяся часть поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 70 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
Игрушки	До 5% поставок осуществляется по предоплате, средняя отсрочка платежа составляет 90 банковских дней
Творчество	Продукция поставляется на условиях отсрочки платежа на срок до 90 банковский дней

Источник: данные Группы

Рост сети магазинов 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 оформления 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.

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 магазины Группе оказывает сторонняя логистическая компания.

Группа арендует ЕРЦ класса А, рабочая площадь которого составляет 18,5 тыс. кв. м, высота – 10 м. Товары в данном ЕРЦ хранятся на 5-ти ярусах стеллажей и сортируются по направлениям или по заявкам. Кроме того, в настоящее время менеджмент Группы просчитывает варианты открытия РЦ площадью до 8 тыс. кв. м в Сибирском регионе, что позволит оптимизировать логистические операции за Уралом.

В 1 кв. 2007 г. Группа запустила модуль автозаказа в SAP R/3, который позволит автоматически учитывать все параметры заказа. Основываясь на параметрах автозаказа 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, один транспорт может включать заказы для нескольких магазинов).

В качестве дополнительной меры по снижению издержек на логистику в планы Группы входит увеличение доли кросс-докинга (потоков товаров, не требующих расгрузки на складе) в общем объеме поставок в среднесрочной перспективе.

По итогам 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 0,06% 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:

- обеспечить эффективное управление и прозрачность бизнес-процессов;
- обеспечить прозрачность и управление финансовыми потоками внутри Группы;
- обеспечить эффективное управление цепочками поставок (ЕРЦ, магазины) и движение товара на складе;
- 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
Используемое ПО	
1С 8.0 Бухгалтерия	бухгалтерский учет
mySAP ERP 2004	корпоративная информационная система управления, включающая следующие управленческие модули: финансы, контролинг (управление затратами), управление логистикой
Интегрированные с mySAP ERP интерфейсы:	
- электронный документооборот с поставщиками (EDI);	электронная передача заказов, подтверждение и сверка
- интерфейсы для терминалов сбора данных	инвентаризация на ЕРЦ и в магазинах приемка и отгрузка товара в магазинах и на ЕРЦ, контроль розничных цен
TradeX, Супермаг 2000	управление торговыми процессами в магазинах
PosX, УКМ 4.0	управление постерминалами

ПО, внедрение которого планируется в 2007-2012 гг.

High Jump - Warehouse management system (текущий проект)	управление движением товара на складе
Spaceman	управление размещением (выкладкой) товара в торговом зале
Решения на базе mySAP ERP класса управления эффективностью бизнеса	управление эффективностью бизнеса

ПО	Сфера применения
- SAP BW	хранилище данных, планирование, моделирование, визуализация и обработка данных, отчетность, консолидация, инструменты управления: - система сбалансированных показателей (BSC), - концепция управления стоимостью компании (Value Based Management), - "пульт управления" (Management Cockpit)
- SAP POS DM	управление данными постерминалов, управление маркетинговыми акциями, загрузка, контроль, агрегация чеков, детализированная отчетность магазины/кассы/чеки/товарные позиции/события/временные интервалы, расчет показателей продаж, запасов)
- SAP XI	инфраструктура обмена данными и управления бизнес-процессами: интеграция различных информационных систем; интеграция кросс - компонентных бизнес - процессов
SAP Merchandise & Assortment Planning (MAP)	поддержка полного процесса управления (от Стратегического до Ассортиментного плана): интегрированное планирование и управление сбытом и ассортиментом, обеспечение взаимосвязи между планированием и операциями, анализ и отчетность
SAP LE	управление транспортными перевозками
Развитие функциональности модуля финансов mySAP ERP	ведение учета и подготовка отчетности по МСФО
mySAP CRM (Customer Relationship Management)	управление расчетами с клиентами
mySAP SRM (Supplier Relationship Management)	управление расчетами с поставщиками
Human Capital Management	управление человеческими ресурсами: аналитика по персоналу и планирование, обеспечение и развитие кадрового потенциала, оперативное управление персоналом, информационные сервисы
Cognos Enterprise Planning	бюджетирование, обработка данных, формирование отчетности
Naumen Service Desk	автоматизация процессов службы поддержки HelpDesk
Microsoft System Center 2007 (Microsoft Operations Manager/ Microsoft Systems Management Server)	мониторинг состояния оборудования и управление инфраструктурой ИТ
Call-центр	единый центр обращений (внешние клиенты и внутренние пользователи Группы)
Комплексная интеграционная и прикладная платформа SAP NetWeaver/Microsoft Share Point Portal Server	единое информационное пространство Группы, корпоративный портал, развитие площадок взаимодействия b2b, b2c, многоканальные продажи, инфраструктура для мобильных решений
Система электронного документооборота	поддержка концепции ECM (Enterprise Content Management), поддержка полного цикла управления документами и бизнес-процессами
Oracle	развитие технологий управления базами данных

Источник: данные Группы

Капитальные вложения

Ключевыми направлениями капитальных вложений Группы являются инвестиции в расширение торговой сети. В 2006 г. объем капвложений превысил 1,1 млрд. руб. по сравнению с 400 млн. в 2005 г. По оценкам менеджмента, в 2007 г. объем капвложений составит около 1,8 млрд. руб, из которых на 01.07.07 г. в открытие магазинов было проинвестировано 700 млн. руб.

Основными направлениями инвестиций в 2007 г. являются:

- открытие новых торговых объектов;
- разработка и внедрение нового концепта магазинов, включающего новый подход к планировке торговых площадей и представлению товара;
- внедрение новых торговых технологий;
- развитие складских мощностей, в том числе внедрение WMS (HighJump Advantage Suit);
- развитие корпоративной системы управления на базе ERP-системы;
- модернизация инфраструктуры информационных технологий.

Средний уровень затрат на открытие магазина, включая покупку оборудования, составляет \$480-500 на кв.м, для магазинов нового концепта \$800-900 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 магазина составляет 1,5-2,5 года в зависимости от территориального расположения и площади.

Структура затрат на открытие магазинов Группы в 2006 г.

Статья затрат	Структура затрат на открытие магазина с НДС
Строительные работы, ремонт и отделка	35%
Оборудование	45%
Реклама, административные и юридические расходы	20%
Итого	100%

Источник: данные Группы

Информация о финансовом состоянии Группы

Информация о финансовом состоянии Группы компаний "БАНАНА-МАМА" приведена на базе неаудированной консолидированной управленческой отчетности. Менеджмент Группы планирует завершить подготовку аудированной отчетности по МСФО за 2007 г. в первой половине 2008 г. Планируемая дата перехода на МСФО – 01.01.07 г. В мае 2007 г. Deloitte&Touche проведена сплошная инвентаризация.

Финансовые результаты

Отчет о прибылях и убытках Группы "БАНАНА-МАМА" за 2005–1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	1 пол. 2006	2006	1 пол. 2007
Выручка	2 631 233	2 198 559	4 789 011	3 115 428
Себестоимость	(2 007 631)	(1 714 876)	(3 591 758)	(2 336 571)
Валовая прибыль	623 602	483 683	1 197 253	778 857
<i>Валовая рентабельность, %</i>	<i>23,7%</i>	<i>22,0%</i>	<i>25,0%</i>	<i>25,0%</i>
Коммерческие и административные расходы	(461 636)	(311 080)	(811 737)	(591 931)
Прочие операционные расходы	(16 708)	(10 545)	-	-
Прочие операционные доходы	17 184	6 560	-	-
Операционная прибыль	162 442	168 618	385 515	186 926
<i>Операционная рентабельность, %</i>	<i>6,2%</i>	<i>7,7%</i>	<i>8,1%</i>	<i>6,0%</i>
Проценты к уплате	(35 407)	(56 698)	(146 473)	(149 408)
Проценты к получению	5 012	3 082	2 365	-
Сальдо прочих доходов/расходов	(4 303)	(2 765)	(2 632)	-
Прибыль до налогообложения	127 744	112 237	238 775	37 518
Налог на прибыль	(1 049)	(1 448)	(26 265)	(4 876)
Чистая прибыль	126 695	110 789	212 510	32 642
<i>Рентабельность чистой прибыли, %</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,4%</i>	<i>1,0%</i>

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

На протяжении 2005-2007 гг. Группа демонстрировала высокие темпы развития бизнеса: в 2006 г. выручка увеличилась на 82% и ожидается на уровне 7,8 млрд. руб. в 2007 г. (+64% год-к-году). Валовая рентабельность Группы по итогам 2006 г. оценивается на уровне 25%, что несколько превышает уровень 2005 г. Относительно низкие по сравнению с годовыми показатели операционной рентабельности в первом полугодии 2007 г. объясняются подготовкой к открытию магазинов нового концепта, а также фактором сезонности (потребители покупают больше детских товаров к школьному сезону и перед новогодними праздниками, т.е. в 3 и 4 кв. года). По прогнозам менеджмента Группы, в среднесрочной перспективе валовая маржа сети будет колебаться в диапазоне 27-28%. Региональная экспансия, рост конкурентного давления, а также внедрение оптовых продаж будут уравновешиваться (1) изменением товарной структуры торгового оборота в пользу роста доли непродовольственного ассортимента (2) увеличением в ассортименте доли товаров премиум-класса и (3) получением выгодных условий закупок за счет эффективной работы с поставщиками (см. также раздел "Поставщики").

В 2007 г. менеджмент Группы ожидает рост показателя операционной рентабельности до 8,5% за счет роста отдачи от открытых в 2006 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.

В структуре коммерческих затрат розничного блока преобладают затраты на персонал и арендные расходы, в совокупности формирующие до 75% данной статьи.

Структура коммерческих затрат по итогам 1 пол. 2007 г.

Статья расходов	Доля в общей сумме, %
Аренда	45
Персонал	30
Рекламные расходы	10
Транспорт	4
Прочие	11
Итого	100

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

Активы Группы

Баланс "БАНАНА-МАМА" за 2005–1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	2006	1 пол. 2007
Основные средства	183 104	565 739	750 654
Нематериальные активы	53	153	31 166
Прочие внеоборотные активы	75 369	507 494	1 239 990
Внеоборотные активы	258 526	1073 386	2021 810
Запасы	966 803	1 540 657	1 870 876
Дебиторская задолженность	471 344	639 541	987 623
НДС	168 736	119 559	167 342
Денежные средства	102 050	217 447	107 141
Оборотные активы	1 708 933	2 517 204	3 132 982
ВСЕГО АКТИВЫ	1 967 459	3 590 590	5 154 792
УК	30	30	30
Нераспределенная прибыль/(непокрытый убыток)	131 712	344 222	376 864
Собственный капитал	131 742	344 252	376 894
Кредиты и займы	-	1 000 000	1 000 000
Долгосрочные обязательства	-	1 000 000	1 000 000
Кредиторская задолженность	734 021	1 023 362	1 365 495
Кредиты и займы	1 101 696	1 222 976	2 412 403
Краткосрочные обязательства	1 835 717	2 246 338	3 777 898
ВСЕГО КАПИТАЛ и ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	1 967 459	3 590 590	5 154 792

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

За период 2005-1 пол. 2007 гг. активы Группы возросли в 2,6 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 и облигационный заем, размещенный ООО "БАНАНА-МАМА" в 2006 г.

Структура внеоборотных активов Группы "БАНАНА-МАМА" в 2005–1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	2006	1 пол. 2007
Основные средства	183 104	565 739	750 654
Нематериальные активы	53	153	31 166
Прочие внеоборотные активы	75 369	507 494	1 239 990
Внеоборотные активы	258 526	1 073 386	2 021 810
%	2005	2006	1 пол. 2007
Основные средства	9,3%	15,8%	14,6%
Нематериальные активы	0,0%	0,0%	0,6%
Прочие внеоборотные активы	3,8%	14,1%	24,1%
Внеоборотные активы	13,1%	29,9%	39,2%

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По состоянию на 01.07.07 г. на внеоборотные активы пришлось 39% валюты баланса из которых основная часть (37%) была сформирована основными средствами представленными складским и торговым оборудованием.

Структура оборотных активов Группы "БАНАНА-МАМА" в 2005–1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	2006	1 пол. 2007
Запасы	966 803	1 540 657	1 870 876
Дебиторская задолженность	471 344	639 541	987 623
НДС	168 736	119 559	167 342
Денежные средства	102 050	217 447	107 141
Оборотные активы	1 708 933	2 517 204	3 132 982
%	2005	2006	1 пол. 2007
Запасы	49,1%	42,9%	36,3%
Дебиторская задолженность	24,0%	17,8%	19,2%
НДС	8,6%	3,3%	3,2%
Денежные средства	5,2%	6,1%	2,1%
Оборотные активы	86,9%	70,1%	60,8%

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По состоянию на 01.07.07 г. наибольший вес в структуре оборотных активов (60%) приходился на товарные запасы представленные продукцией для перепродажи. Целью настоящего облигационного займа является, в том числе, высвобождение данного имущества из-под залога путем рефинансирования части кредитного портфеля.

Второй крупнейшей статьёй сформировавшей 32% оборотных активов и 19% валюты баланса стала дебиторская задолженность возникающая в результате авансового характера расчетов с поставщиками отдельных групп товаров (см. также раздел "Поставщики").

Капитал и обязательства Группы

Собственный капитал Группы на 01.07.07 г. был почти полностью сформирован за счет нераспределенной прибыли.

Структура обязательств Группы "БАНАНА-МАМА" в 2005 – 1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	2006	1 пол. 2007
Обязательства	1 835 717	3 246 338	4 777 898
Финансовый долг в т.ч.	1 101 696	2 222 976	3 412 403
краткосрочный %	0,0%	45,0%	29,3%
долгосрочный %	100,0%	55,0%	70,7%
Проценты уплаченные	(35 407)	(146 473)	(149 408)
Денежные средства	102 050	217 447	107 141
Чистый долг	999 646	2 005 529	3 305 262

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

В структуре обязательств Группы преобладает финансовый долг, на который по итогам 1 пол. 2007 г. пришлось 71% всех обязательств и 66% валюты баланса. В качестве заемщиков выступают операционная компания Группы ООО ТД "Триал" и ООО "РУСТРАСТИНВЕСТ" - розничный оператор управляющий сетью магазинов в Москве, Московской области, Твери, Калуге и Туле.

В структуре кредиторской задолженности, сформировавшей на 01.07.07 г. 25% валюты баланса преобладает задолженность перед поставщиками и подрядчиками, на которую пришлось до 96% расчетов с кредиторами. На кредиторов первой очереди - персонал бюджет и внебюджетные фонды - по состоянию на 01.07.07 г. пришлось около 4% кредиторской задолженности.

В качестве источника финансирования роста розничной сети в 2004 - 1 пол. 2007 гг. Группа активно использовала заемные средства Московского кредитного банка МДМ-Банка и Альфа-Банка. В результате на 01.01.07 г. соотношение финансовый долг/операционная прибыль составило 5,8х и ожидается на том же уровне по итогам текущего года.

Структура кредитного портфеля Группы "БАНАНА-МАМА" на 01.07.07 г. тыс. руб.

Кредитор/заемщик	Валюта	Остаток задолженности
ООО ТД "Триал"		
Московский Кредитный банк	RUR	395 000
МДМ	RUR	429 500
Альфа-банк	RUR	1 089 500
ООО "РУСТРАСТИНВЕСТ"		
Московский Кредитный банк	RUR	48 403
МДМ	RUR	450 000
ООО "БАНАНА-МАМА"		
Облигационный заем	RUR	1 000 000
Итого	RUR	3 412 403

Источник: данные Группы

Все банковские кредиты привлеченные Группой, под залог товаров в обороте, торгового оборудования или под поручительство ООО "Эльдорадо", ООО "БАНАНА-МАМА" и ООО "РУСТРАСТИНВЕСТ" являются краткосрочными и будут погашены до конца июня 2008 г.

График погашений привлеченных кредитов

Валюта, тыс.	2007	2008	2009
RUR	1 027 403	1 385 000	1 000 000

Источник: данные Группы

В настоящее время в обращении находится облигационный заем ООО "БАНАНА-МАМА" серии 01.

Основные параметры облигационного займа ООО "БАНАНА-МАМА" серии 01

Заемщик	ООО "БАНАНА-МАМА"		
Объем выпуска по номиналу	1 000 000 000 рублей		
Дата размещения	27.10.06		
Срок обращения	3 года		
Оферта	1 год		
Цена размещения	100% от номинала		
Купонный период	6 месяцев		
Процентная ставка по купонам	11,25% по 1-2 купонам ставка по 3-6 купонам определяется Эмитентом		
Поручительство	ООО ТД "Триал"		
Способ подписки	Среди участников секции фондового рынка ММВБ открытая		
Организатор	ЗАО "ИК "Тройка Диалог"		

Источник: данные Группы

Показатели ликвидности и оборачиваемости

С помощью оборотных активов Группа способна погасить до 83% 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 2005-1 пол. 2007 гг.

Показатель, тыс. руб.	2005	2006	1 пол. 2007
Текущая ликвидность, х	0,93	1,12	0,83
Срочная ликвидность, х	0,31	0,38	0,29
Оборотный капитал	(126 784)	270 866	(644 916)

Источник: неаудированная консолидированная управленческая отчетность Группы

По итогам 2006 г. цикл оборота наличности Группы увеличился до 2,7 месяцев. Однако за счет кредитов поставщиков внедрения SAP R/3 и работы по сокращению времени оборачиваемости запасов менеджмент планирует снизить данный показатель до 2 месяцев в 2007 г.

Показатели оборачиваемости Группы "БАНАНА-МАМА" в 2005-2007 г.

Показатель, дней	2005	2006	2007П
Оборачиваемость запасов	106	127	121
Оборачиваемость дебиторской задолженности	34	42	39
Оборачиваемость кредиторской задолженности	94	89	89
Цикл оборота наличности	46	80	71

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 УХУЖДЕНИЯ 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 капвложений, что может быть затруднительно в случае ухудшения макроэкономической ситуации в РФ.

РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С АРЕНДОЙ ИМУЩЕСТВА

Региональное развитие сети сопряжено с 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 предпринял 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 02 с обязательным централизованным хранением в количестве 1 500 000 (один миллион пятьсот тысяч) штук номинальной стоимостью 1 000 (одна тысяча) рублей каждая общим объемом выпуска 1 500 000 000 (один миллиард пятьсот миллионов) 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, утвержденных общим собранием участников ООО «БАНАНА-МАМА» от 08.06.2007 г. и зарегистрированных решением Федеральной службы по финансовым рынкам ценных бумаг от 24.07.07 г. с присвоением Облигациям государственного регистрационного номера 4-02-36176-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 может быть проведено с включением или без включения Облигаций в котировальный список "В". При этом включение Облигаций в котировальный список "В" будет осуществлено в соответствии с Правилами листинга, допуска к размещению и обращению ценных бумаг в Закрытом акционерном обществе "Фондовая биржа ММВБ".

Размещение Облигаций осуществляется на торгах, проводимых ФБ ММВБ путём заключения сделок купли-продажи по Цене размещения Облигаций, указанной в п. 8.4 Решения о выпуске и п. 2.4 Проспекта ценных бумаг.

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 1000 (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 системы торгов 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/или 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 цены покупки должна быть указана Цена размещения Облигаций, установленная Решением о выпуске ценных бумаг и Проспектом ценных бумаг.

В качестве количества Облигаций должно быть указано то количество Облигаций, которое потенциальный покупатель хотел бы приобрести, в случае, если уполномоченный орган Эмитента назначит процентную ставку по первому купону большую или равную указанной в заявке величине процентной ставки по первому купону.

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

Величина процентной ставки должна быть выражена в процентах годовых с точностью до одной сотой процента.

При этом денежные средства должны быть зарезервированы в сумме, достаточной для полной оплаты Облигаций, указанных в заявках на приобретение Облигаций, с учётом всех необходимых комиссионных сборов.

Заявки, не соответствующие изложенным выше требованиям, к участию в конкурсе по определению процентной ставки по первому купону не допускаются.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ КУПОННОГО ДОХОДА

По окончании периода подачи заявок на конкурс, Биржа составляет сводный реестр заявок на покупку ценных бумаг (далее - Сводный реестр заявок) и передает его Организатору.

Сводный реестр заявок содержит все значимые условия каждой заявки - цену приобретения, количество ценных бумаг, дату и время поступления заявки, номер заявки, величину приемлемой процентной ставки по первому купону, а также иные реквизиты в соответствии с Правилами Биржи.

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 электронного сообщения 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, Организатор заключает сделки путем удовлетворения заявок, согласно установленному 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.

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 НДС, 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 НДС, может уполномочить номинального держателя облигаций - депонента НДС - 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:

$$\text{НКД} = \text{Nom} * \text{C} * ((\text{T} - \text{T}_0) / 365) / 100\%, \text{ где}$$

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;

T₀ - 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 НДС, 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: <http://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.

Досрочное погашение

ДОСРОЧНОЕ ПОГАШЕНИЕ ПО ТРЕБОВАНИЮ ИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ

В случае если Облигации будут включены в котировальный список "В", их владельцы приобретут право предъявить их к досрочному погашению в случае делистинга этих облигаций на всех фондовых биржах, включивших эти облигации в котировальные списки.

Досрочное погашение Облигаций производится по номинальной стоимости. При этом дополнительно выплачивается НКД, рассчитанный на Дату досрочного погашения Облигаций.

В любой день между датой начала размещения и датой погашения выпуска величина НКД по Облигации рассчитывается по следующей формуле:

Порядок определения накопленного купонного дохода по Облигациям:

$$\text{НКД} = C_j * \text{Nom} * (T - T(j-1)) / 365 / 100\%,$$

где

j - порядковый номер купонного периода, $j=1, 2, 3...10$;

НКД - накопленный купонный доход, в рублях;

Nom - номинальная стоимость одной Облигации, в рублях;

C_j - размер процентной ставки j -того купона, в процентах годовых;

$T(j-1)$ - дата окончания $(j-1)$ -того купонного периода (для случая первого купонного периода $T(j-1)$ - это дата начала размещения Облигаций);

T - дата расчета накопленного купонного дохода внутри j -купонного периода.

Величина накопленного купонного дохода рассчитывается 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).

Досрочное погашение Облигаций производится денежными средствами в валюте Российской Федерации в безналичном порядке. Возможность выбора владельцами Облигаций формы погашения Облигаций не предусмотрена.

Досрочное погашение Облигаций производится платежным агентом по поручению и за счет Эмитента, функции которого выполняет Некоммерческое партнерство "Национальный депозитарный центр"

Облигации досрочно погашаются по требованию их владельцев в дату, наступающую через 25 рабочих дней с момента получения Эмитентом соответствующего уведомления организатора торговли на рынке ценных бумаг о принятии решения о делистинге

Облигаций, в случае если Облигации Эмитента не входят в котировальные списки других организаторов торговли на рынке ценных бумаг.

Заявления, содержащие требование о досрочном погашении облигаций, должны быть направлены Эмитенту в течение 15 рабочих дней, с момента раскрытия информации о досрочном погашении на ленте новостей.

Процедура направления заявлений описана в п. 9.5.1. Решения о выпуске ценных бумаг.

Сообщение о получении Эмитентом от организатора торговли уведомления о принятии решения о делистинге Облигаций, в случае если Облигации Эмитента не входят в котировальные списки других организаторов торговли на рынке ценных бумаг, и о досрочном погашении Облигаций публикуется Эмитентом в форме сообщения о существенных фактах в следующие сроки с даты получения Эмитентом от организатора торговли уведомления о принятии решения о делистинге Облигаций:

- на лентах новостей информационных агентств "АКМ" и "Интерфакс", а также иных информационных агентств, уполномоченных федеральным органом исполнительной власти по рынку ценных бумаг на раскрытие информации на рынке ценных бумаг - не позднее 1 (Одного) дня
- на странице Эмитента в сети Интернет по адресу <http://www.bananamama.ru> - не позднее 2 (Двух) дней;

Также Эмитент обязан направить в НДЦ уведомление о том, что организатор торговли прислал ему уведомление о принятии решения о делистинге Облигаций, в случае если Облигации Эмитента не входят в котировальные списки других организаторов торговли на рынке ценных бумаг, о том, что Эмитент принимает Требования о досрочном погашении Облигаций и о дате досрочного погашения Облигаций.

Поручитель

Поручитель предоставляет для целей настоящего выпуска Облигаций обеспечение в виде поручительства в размере суммарной номинальной стоимости Облигаций (1 500 000 000 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 08.06.07 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 которым 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 (1 500 000 000 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 распределяет 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 средней 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 отдельно 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 2006 г.

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС на 31 Декабря 2006 г.

		К О Д Ы	
		Форма №1 по ОКУД	0710001
		Дата (год, месяц, число)	2006 12 31
		по ОКПО	14282947
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"	ИНН	7724514290/772401001
Идентификационный номер налогоплательщика		по ОКВЭД	51.70
Вид деятельности	Аренда торгового оборудования	по ОКФС / ОКФС	65 16
Организационно-правовая форма	форма собственности	по ОКЕИ	384
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
I. Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	110	53	267
Основные средства	120	7 306	16 900
Незавершенное строительство	130	6 030	16 658
Доходные вложения в материальные ценности	135	165 109	240 280
Долгосрочные финансовые вложения	140	135	125
Прочие внеоборотные активы	150	108	417
Итого по разделу I	190	178 741	274 647
II. Оборотные активы			
Запасы	210	20 822	43 003
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	-	87
готовая продукция и товары для перепродажи	214	11 399	7 552
расходы будущих периодов	216	9 423	35 365
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	33 223	39 530
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	27 343	77 565
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	11 288	46 493
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	643 696
Денежные средства	260	844	2 353
Итого по разделу II	290	82 232	806 146
БАЛАНС	300	260 973	1 080 793

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	108	(8 656)
Итого по разделу III	490	118	(8 646)
IV. Долгосрочные обязательства			
Займы и кредиты	510	-	1 019 110
Итого по разделу IV	590	-	1 019 110
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	239 748	3 248
Кредиторская задолженность	620	21 107	67 081
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	18 854	34 783
задолженность перед персоналом организации	622	578	178
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623		37
		163	37
задолженность по налогам и сборам	624	1 048	1 571
прочие кредиторы	625	465	30 511
Итого по разделу V	690	260 855	70 329
БАЛАНС	700	260 973	1 080 793
СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ			
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	-	1 310 849

Руководитель
(подпись)

Ляховец Дмитрий
Валерьевич
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

Леонова Марина
Геннадиевна
(расшифровка подписи)

26 Марта 2007 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Организация **Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"**
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид деятельности **Аренда торгового оборудования**
Организационно-правовая форма **ООО**
Единица измерения: **тыс. руб.**

Форма №2 по ОКУД
Дата (год, месяц, число)
по ОКПО
ИНН
по ОКВЭД
по ОКОПФ / ОКФС
по ОКЕИ

К О Д Ы		
0710002		
2006	12	31
14282947		
7724514290/772401001		
51.70		
65	16	
384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего 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	214 264	100 382
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(33 783)	(4 213)
Валовая прибыль	029	180 481	96 169
Коммерческие расходы	030	(7)	-
Управленческие расходы	040	(150 402)	(88 472)
Прибыль (убыток) от продаж	050	30 072	7 697
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	8 936	48
Проценты к уплате	070	(41 100)	(3 777)
Прочие доходы	090	2 899	13 486
Прочие расходы	100	(8 386)	(16 396)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	(7 579)	1 058
Текущий налог на прибыль	150	(1 164)	(909)
Налоговые санкции	180	(21)	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	(8 764)	149
СПРАВОЧНО:			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	197	655

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
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	210	-	97	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	651	158	-	-

Руководитель
(подпись)

Ляховец Дмитрий
Валерьевич
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

Леонова Марина
Геннадиевна
(расшифровка подписи)

31 марта 2007 г.

ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КАПИТАЛА
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Форма №3 по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Общество с ограниченной ответственностью
Организация "Банана-мама" по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика _____ по ИНН

Вид деятельности: Аренда торгового оборудования по ОКВЭД

Организационно-правовая форма _____ форма собственности _____

ООО _____ по ОКФС

Единица измерения _____ тыс руб _____ по ОКЕИ

КОДЫ		
0710003		
2006	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	10	-	-	(42)	(32)
Остаток на 1 января предыдущего года	030	10	-	-	(42)	(32)
Чистая прибыль	032	X	X	X	149	149
Остаток на 31 декабря предыдущего года	070	10	-	-	108	118
Остаток на 1 января отчетного года	100	10	-	-	108	118
Чистая прибыль	102	X	X	X	(8764)	(8764)
Остаток на 31 декабря отчетного года	140	10	-	-	(8656)	(8646)

Руководитель Ляховец Дмитрий Валерьевич
(расшифровка подписи)


Главный бухгалтер Леонова Марина Геннадиевна
(расшифровка подписи)


27 Марта 2007 г.



Форма 0710004 с. 2

1	2	3	4
Движение денежных средств по финансовой деятельности			
Поступления от займов и кредитов, предоставленных другими организациями	360	343804	380820
Погашение займов и кредитов (без процентов)	390	(357907)	(149544)
Чистые денежные средства от финансовой деятельности	430	(14103)	231276
Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	440	1365	843
Остаток денежных средств на конец отчетного периода	450	2209	844
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	460	(682)	-

Руководитель  **Ляховец Дмитрий Валерьевич**
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер  **Леонова Марина Геннадиевна**
(подпись) (расшифровка подписи)

27 Марта 2007 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К БУХГАЛТЕРСКОМУ БАЛАНСУ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"</u> по ОКПО	0710005
Идентификационный номер налогоплательщика _____ по ИНН	2006 12 31
Вид деятельности <u>Аренда торгового оборудования</u> по ОКВЭД	14282947
Организационно-правовая форма _____ форма собственности _____ по ОКФС	7724514290/772401001
ООО _____ по ОКФС	51.70
Единица измерения <u>тыс. руб.</u> по ОКЕИ	65 16
	384

Нематериальные активы

Показатель	Наличие на начало отчетного года	Поступило	Выбыло	Наличие на конец отчетного периода
наименование	код			
1	2	3	4	5
Объекты интеллектуальной собственности (исключительные права на результаты интеллектуальной собственности)	010	44	-	44
в том числе				
у владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров	014	44	-	44
Прочие	040	9	221	230

Показатель	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
наименование	код	
1	2	3
Амортизация нематериальных активов - всего	050	7
в том числе		
(А) Изобразительный	051	-
БАНАНАМАМА	052	1
БАНАНАМАМА	053	1
БАНАНА-МАМА BANANA МАМА	054	1
Детские цены	055	1
КИД С БАНАНА-МАМА	056	1
Мальчик (старый)	057	1
Мегакидс	058	1

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	
Машины и оборудование	080	7969	19055	(3710)	23314
Производственный и хозяйственный инвентарь	090	-	305	(293)	11
Итого	130	7969	19360	(4004)	23326

Показатель	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
наименование	код	
1	2	3
Амортизация основных средств - всего	140	6426
в том числе:		
машин, оборудования, транспортных средств	142	6425

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, предоставляемое по договору проката	220	173740	307867	(189277)	292330
Итого	220	173740	307867	(189277)	292330
	код	На начало отчетного года	На конец отчетного периода		
1	2	3	4		
Амортизация доходных вложений в материальные ценности	260	8630	52049		

Финансовые вложения

Показатель	код	Долгосрочные		Краткосрочные	
		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 - все с	510	135	125	-	-
Предоставленные займы	525	-	-	-	636195
Итого	540	135	125	-	636195

Дебиторская и кредиторская задолженность

Показатель		Остаток на начало отчетного года	Остаток на конец отчетного периода
наименование	код		
1	2	3	4
Дебиторская задолженность:			
кредиторская - всего	610	27343	77565
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	611	1214	46493
авансы выданные	612	15773	21666
прочая	613	10356	9406
Итого	630	27343	77565
Кредиторская задолженность:			
кредиторская - всего	640	260855	70329
в том числе:			
расчеты с поставщиками и подрядчиками	641	9787	34783
авансы полученные	642	-	30510
расчеты по налогам и сборам	643	1048	1571
займы	645	239748	3248
прочая	646	10273	217
кредиторская - всего	650	-	1000000
в том числе:			
займы	652	-	1000000
Итого	660	260855	1070329

Расходы по обычным видам деятельности (по элементам затрат)

Показатель	код	За отчетный год	За предыдущий год
		3	4
1	2	3	4
Материальные затраты	710	1359	294
Затраты на оплату труда	720	8040	4300
отчисления на социальные нужды	730	1004	923
Амортизация	740	49242	9294
Топливные затраты	750	90756	91468
Итого по элементам затрат	760	150402	106279
Изменение остатков (прирост [+], уменьшение [-]) расходов будущих периодов	763	25941	9423

Руководитель Ляховец Дмитрий Валерьевич
(подпись) (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер Леорова Марина Геннадиевна
(подпись) (расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.



Приложение 2.

Бухгалтерская отчетность

по РСБУ ООО «БАНАНА-МАМА» на 31 мая 2007 г.

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС на 31 мая 2007 г.

Форма №1 по ОКУД		К О Д Ы		
		0710001		
Дата (год, месяц, число)		2007	05	31
Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"		14282947		
Организация	по ОКПО			
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН 7724514290		
Вид деятельности <u>Аренда торгового оборудования</u>		по ОКВЭД 51.70		
Организационно-правовая форма / форма собственности				
		65	16	
		по ОКПФ/ОКФС		
Единица измерения <u>в тыс. рублей</u>		по ОКЕИ 384		
Местонахождение (адрес)				

Дата утверждения

-

Дата отправки / принятия

-

Форма 0710001 с.1

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	110	267	259
Основные средства	120	16 900	18 210
Незавершенное строительство	130	16 658	33 697
Доходные вложения в материальные ценности	135	240 280	277 317
Долгосрочные финансовые вложения	140	125	135
Отложенные налоговые активы	145	-	2 455
Прочие внеоборотные активы	150	417	3 381
Итого по разделу I	190	274 647	335 454
II. Оборотные активы			
Запасы	210	43 003	20 853
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	87	766
животные на выращивании и откорме	212	-	-
затраты в незавершенном производстве	213	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214	7 552	20 087
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	35 365	-
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	39 530	55 672
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в том числе:	230	-	-
покупатели и заказчики	231	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в том числе:	240	77 565	330 265
покупатели и заказчики	241	46 493	125 818
Краткосрочные финансовые вложения	250	643 696	372 157
Денежные средства	260	2 353	3 543
Прочие оборотные активы	270	-	-
Итого по разделу II	290	806 146	782 490
БАЛАНС (сумма строк 190 + 290)	300	1 080 793	1 117 944

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
в том числе:			
резервные фонды, образованные в соответствии с	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными	432	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	(8 656)	380
Итого по разделу III	490	(8 646)	390
IV. Долгосрочные обязательства			
Займы и кредиты	510	1 019 110	1 056 096
Отложенные налоговые обязательства	515	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
Итого по разделу IV	590	1 019 110	1 056 096
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	3 248	57
Кредиторская задолженность	620	67 081	61 401
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	34 783	39 083
задолженность перед персоналом организации	622	178	205
задолженность перед государственными внебюджетными	623	37	25
задолженность по налогам и сборам	624	1 571	2 644
прочие кредиторы	625	30 512	19 444
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-
Итого по разделу V	690	70 329	61 458
БАЛАНС (сумма строк 490 + 590 + 690)	700	1 080 793	1 117 944
СПРАВКА о наличии ценностей, учитываемых на			
Арендованные основные средства	910	-	-
в том числе по лизингу	911	-	-
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное	920	-	-
Товары, принятые на комиссию	930	-	-
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных	940	-	-
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	1 310 849	1 310 849
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	-	-
Износ жилищного фонда	970	-	-
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных	980	-	-
Нематериальные активы, полученные в пользование	990	-	-

Руководитель

(подпись)

Ляховец Дмитрий

Валерьевич

(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

(подпись)

Крыжановская

Анжелика

(расшифровка подписи)

01 июня 2007 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за Январь - Май 2007г.

Форма №2 по ОКУД		К О Д Ы		
Дата (год, месяц, число)		0710002		
Общество с ограниченной ответственностью "Банана-мама"		2007	05	31
Организация	по ОКПО	14282947		
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	7724514290		
Вид деятельности	по ОКВЭД	51.70		
Организационно-правовая форма / форма собственности	по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения	по ОКЕИ	384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период
наименование	код		предыдущего года
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за	010	95614	90626
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(12 678)	(12 024)
Валовая прибыль	029	82936	78602
Коммерческие расходы	030	(3)	(2)
Управленческие расходы	040	(52 453)	(61 457)
Прибыль (убыток) от продаж	050	30480	17143
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	28969	
Проценты к уплате	070	(46 127)	(9 924)
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие доходы	090	91	865
Прочие расходы	100	(1 954)	(5 089)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	11459	2995
Отложенные налоговые активы	141	2455	
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	(32)	(718)
Налоговые санкции	180	-	(17)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	9036	2260
СПРАВОЧНО:			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	14	
Базовая прибыль (убыток) на акцию	201	-	-
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	202	-	-

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель	код	За отчетный период		За аналогичный период	
		прибыль	убыток	прибыль	убыток
наименование	код	3	4	5	6
1	2				
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по	210	-	-	-	-
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	-	-	-	-
Возмещение убытков, причиненных	230	-	-	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной	240	-	-	-	-
Отчисления в оценочные резервы	250	X	-	X	-
Списание дебиторских и кредиторских	260	-	-	-	-
	270	-	-	-	-

Руководитель Ляховец Дмитрий Валерьевич
(подпись/расшифровка подписи)

Главный бухгалтер Крыжановская Анжелика
(подпись)

Крыжановская Анжелика
(расшифровка подписи)

01 июня 2007 г.

Приложение 3.

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

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС на 31 Декабря 2006 г.

		КОДЫ	
		Форма №1 по ОКУД	0710001
		Дата (год, месяц, число)	2006 12 31
Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"	по ОКПО	93292076
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	7736533730\773601001
Вид деятельности	торговля	по ОКВЭД	51.19
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью	по ОКФС / ОКФС	65 16
Единица измерения	тыс руб	по ОКЕИ	384
Местонахождение (адрес)			
119119, г. Москва, Ленинский пр-т, д. 42, корп. 5			

Дата утверждения	. .
Дата отправки / принятия	. .

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Основные средства	120	-	27
Отложенные налоговые активы	145	-	41 072
Итого по разделу I	190	-	41 099
II. Оборотные активы			
Запасы	210	-	1 566 416
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	-	3
готовая продукция и товары для перепродажи	214	-	1 566 413
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	-	259 788
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	-	780 770
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	-	268 588
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	36 776
Денежные средства	260	-	59 218
Итого по разделу II	290	-	2 702 968
БАЛАНС	300	-	2 744 067
ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	-	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	-	(126 254)
Итого по разделу III	490	-	(126 244)
IV. Долгосрочные обязательства			
Итого по разделу IV	590	-	-
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	-	1 819 578
Кредиторская задолженность	620	-	1 050 733
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	-	1 046 616
задолженность перед персоналом организации	622	-	45
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	-	8
задолженность по налогам и сборам	624	-	4 051
прочие кредиторы	625	-	13
Итого по разделу V	690	-	2 870 311
БАЛАНС	700	-	2 744 067
СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ			
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	-	1 000 000

Руководитель	Лукачевская Регина Михайловна	Главный бухгалтер	Пиолия Наталья Николаевна
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Форма №2 по ОКУД	КОДЫ		
Дата (год, месяц, число)	0710002		
Организация Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"	2006	12	31
Идентификационный номер налогоплательщика	93292076		
Вид деятельности торговля	7736533730\773601001		
Организационно-правовая форма Общество с ограниченной ответственностью	51.19		
форма собственности	65	16	
Единица измерения: тыс. руб.	384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности	010		
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей)		3 824 276	-
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(2 891 632)	-
Валовая прибыль	029	932 644	-
Коммерческие расходы	030	(1 006 653)	-
Прибыль (убыток) от продаж	050	(74009)	-
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	7 982	-
Проценты к уплате	070	(103 568)	-
Прочие доходы	090	6 068	-
Прочие расходы	100	(2 578)	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	(166 105)	-
Отложенные налоговые активы	141	41 072	-
Текущий налог на прибыль	150	(1 207)	-
Налоговые санкции	180	(14)	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	(126 254)	-

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ					
Показатель	код	За отчетный период		За аналогичный период	
		прибыль	убыток	прибыль	убыток
наименование	код	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	5032			-
		5032			
			460	-	

Руководитель	Лукачевская Регина Михайловна	Главный бухгалтер	Пиолия Наталья Николаевна
(подпись)	(расшифровка подписи)	(подпись)	(расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.

ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ КАПИТАЛА
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Организация **Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"**
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид деятельности **торговля**
Организационно-правовая форма **Общество с ограниченной ответственностью**
Единица измерения **тыс руб**

Форма №3 по ОКУД
Дата (год, месяц, число)
по ОКПО
ИНН
по ОКВЭД
по
ОКОПФ/ОКФ
по ОКЕИ

КОДЫ		
0710003		
2006	12	31
93292076		
7736533730\773601001		
51.19		
65	16	
384		

I. Изменения капитала

Показатель		Уставный капитал	Добавочный капитал	Резервный капитал	Нераспределенная прибыль	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	-	-	-	-	-
Остаток на 31 декабря предыдущего года	070	-	-	-	-	-
Остаток на 1 января отчетного года	100	-	-	-	-	-
Чистая прибыль	102	X	X	X	(126254)	(126254)
Остаток на 31 декабря отчетного года	140	-	-	-	(126254)	(126254)

Руководитель
(подпись)

Лукачевская Регина Михайловна
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер
(подпись)

Пиолия Наталья Николаевна
(расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Форма №4 по ОКУД	КОДЫ	
Дата (год, месяц, число)	2006	12 31
Организация Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"	по ОКПО 93292076	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН 7736533730\773601001	
Вид деятельности торговля	по ОКВЭД 51.19	
Организационно - правовая форма Общество с ограниченной ответственностью	форма собственности	по ОКОПФ /ОКФС 65 16
Единица измерения тыс. руб.	по ОКЕИ 384	

Показатель	За отчетный период		За аналогичный период
	наименование	код	предыдущего года
1	2	3	4
Остаток денежных средств на начало отчетного года	010	-	-
Движение денежных средств по текущей деятельности			
Средства, полученные от покупателей, заказчиков	020	2 809 015	-
Денежные средства, направленные:	120	(4 102 918)	-
на оплату приобретенных товаров, работ, услуг, сырья	150	(4 090 669)	-
на оплату труда	160	(658)	-
на расчеты по налогам и сборам	180	(9 397)	-
на прочие расходы	190	(2 194)	-
Чистые денежные средства от текущей деятельности	200	(1 293 903)	-

Форма 0710004 с. 2

1	2	3	4
Движение денежных средств по финансовой деятельности			
Поступления от займов и кредитов, предоставленных другими организациями	360	1 353 118	-
Чистые денежные средства от финансовой деятельности	430	1 353 118	-
Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	440	59 215	-
Остаток денежных средств на конец отчетного периода	450	59 215	-
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	460	-	-

Руководитель
(подпись) **Лукачевская Регина Михайловна**
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер
(подпись) **Пиолия Наталья Николаевна**
(расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К БУХГАЛТЕРСКОМУ БАЛАНСУ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2006 г.

Организация	Общество с ограниченной ответственностью "ТД Триал"	по ОКПО	К О Д Ы	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	0710005	
Вид деятельности	торговля	по ОКВЭД	2006	12 31
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью	по ОКПФ/ОКФ	93292076	
Единица измерения	тыс. руб.	по ОКЕИ	7736533730\773601001	
			51.19	
			65	16
			384	

Основные средства

Показатель		Наличие на	Поступило	Выбыло	Наличие на
наименование	код				
1	2	3	4	5	6
Машины и оборудование	080	-	153	(121)	32
Итого	130	-	153	(121)	32

Показатель		На начало	На конец
наименование	код		
1	2	3	4
Амортизация основных средств - всего		140	-
в том числе:			4
машин, оборудования, транспортных средств		142	-

Форма 0710005 с. 3

Финансовые вложения

Показатель	код	Долгосрочные		Краткосрочные	
		на начало	на конец	на начало	на конец
наименование					
1	2	3	4	5	6
Предоставленные займы	525	-	-	-	36 776
Итого	540	-	-	-	36 776

Дебиторская и кредиторская задолженность

Показатель		Остаток на	Остаток на
наименование	код		
1	2	3	4
Дебиторская задолженность:			
краткосрочная - всего	610	-	780 770
в том числе:			
расчеты с покупателями и заказчиками	611	-	268 588
авансы выданные	612	-	509 997
прочая	613	-	2 186
Итого	630	-	780 770
Кредиторская задолженность:			
краткосрочная - всего	640	-	2870 311
в том числе:			
расчеты с поставщиками и подрядчиками	641	-	1034 329
авансы полученные	642	-	11
расчеты по налогам и сборам	643	-	4 051
кредиты	644	-	1175 098
займы	645	-	644 480
прочая	646	-	12 342
Итого	660	-	2870 311

Руководитель
(подпись)

Лукачевская Регина
Михайловна
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер
(подпись)

Пиолия Наталья
Николаевна
(расшифровка подписи)

29 Марта 2007 г.

Приложение 4.

Бухгалтерская отчетность по РСБУ ООО ТД «Триал» на 31 мая 2007 г.

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС на 31 мая 2007 г.

Форма №1 по ОКУД		КОДЫ		
		0710001		
Дата (год, месяц, число)		2007	03	31
Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью ТД "Триал"</u> по ОКПО		93292076		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН 7736533730		
Вид деятельности <u>торговля</u> по ОКВЭД		51.19		
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u> / <u>частная</u> по ОКОПФ/ОКФС		65	16	
Единица измерения <u>в тыс. рублей</u> по ОКЕИ		384		
Местонахождение (адрес)				
<u>119119, Москва, Ленинский пр-т, дом № 42, корпус 5</u>				

Дата утверждения

-

Дата отправки / принятия

-

Форма 0710001 с.1

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Нематериальные активы	110	-	-
Основные средства	120	27	47148
Незавершенное строительство	130	-	-
Доходные вложения в материальные ценности	135	-	-
Долгосрочные финансовые вложения	140	-	-
Отложенные налоговые активы	145	41 072	66 036
Прочие внеоборотные активы	150	-	820
Итого по разделу I	190	41 099	114 004
II. Оборотные активы			
Запасы	210	1 566 416	1 488 503
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	3	4 272
животные на выращивании и откорме	212	-	-
затраты в незавершенном производстве	213	-	-
готовая продукция и товары для перепродажи	214	1 566 413	1 408 802
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	-	75 429
прочие запасы и затраты	217	-	-
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	259 788	275 694
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в том числе:	230	-	-
покупатели и заказчики	231	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в том числе:	240	780 770	990 528
покупатели и заказчики	241	268 588	435 880
Краткосрочные финансовые вложения	250	36 776	111 612
Денежные средства	260	59 218	524 685
Прочие оборотные активы	270	-	-
Итого по разделу II	290	2 702 968	3 391 022
БАЛАНС (сумма строк 190 + 290)	300	2 744 067	3 505 026

Форма 0710001 с.2

ПАССИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	-	-
Резервный капитал	430	-	-
в том числе:			
резервные фонды, образованные в соответствии с	431	-	-
резервы, образованные в соответствии с учредительными	432	-	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	(126 254)	121
Итого по разделу III	490	(126 244)	131
IV. Долгосрочные обязательства			
Займы и кредиты	510	-	-
Отложенные налоговые обязательства	515	-	-
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
Итого по разделу IV	590	-	-
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	1 819 578	2 510 250
Кредиторская задолженность	620	1 050 733	994 645
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	1 046 616	989 592
задолженность перед персоналом организации	622	45	200
задолженность перед государственными внебюджетными	623	8	13
задолженность по налогам и сборам	624	4 051	4 573
прочие кредиторы	625	13	267
Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов	630	-	-
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	-	-
Итого по разделу V	690	2 870 311	3 504 895
БАЛАНС (сумма строк 490 + 590 + 690)	700	2 744 067	3 505 026

СПРАВКА о наличии ценностей, учитываемых на			
Арендованные основные средства	910	-	-
в том числе по лизингу	911	-	-
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное	920	-	-
Товары, принятые на комиссию	930	-	-
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных	940	-	-
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	-	-
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	1 000 000	1 000 000
Износ жилищного фонда	970	-	-
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных	980	-	-
Нематериальные активы, полученные в пользование	990	-	-
		-	-

Руководитель _____ Лукачевская Регина _____ Главный бухгалтер _____ Лукачевская _____
(подпись) (асшифровка подписи) (подпись) (расшифровка подписи)

28 апреля 2007 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за Январь - Май 2007г.

Форма №2 по ОКУД	К О Д Ы		
Дата (год, месяц, число)	0710002		
Организация <u>Общество с ограниченной ответственностью ТД "Триал"</u> по ОКПО	2007	03	31
Идентификационный номер налогоплательщика	93292076		
ИНН	7736533730		
Вид деятельности <u>торговля</u> по ОКВЭД	51.19		
Организационно-правовая форма / форма собственности <u>Общество с ограниченной ответственностью</u> / <u>частная</u> по ОКОПФ/ОКФС	65	16	
Единица измерения <u>в тыс. рублей</u> по ОКЕИ	384		

Показатель		За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
наименование	код		
1	2	3	4
Доходы и расходы по обычным видам деятельности			
Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг)	010	2 619 852	-
Валовая прибыль	029	746 079	-
Коммерческие расходы	030	508 730	-
Управленческие расходы	040	-	-
Прибыль (убыток) от продаж	050	237 349	-
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	1 863	-
Проценты к уплате	070	84 036	-
Доходы от участия в других организациях	080	-	-
Прочие доходы	090	178	-
Прочие расходы	100	3 977	-
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	151 377	-
Отложенные налоговые активы	141	24 964	-
Отложенные налоговые обязательства	142	-	-
Текущий налог на прибыль	150	38	-
	180	-	-
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	126 375	-
СПРАВОЧНО:			
Постоянные налоговые обязательства (активы)	200	-	-
Базовая прибыль (убыток) на акцию	201	-	-
Разводненная прибыль (убыток) на акцию	202	-	-

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ					
наименование	код	прибыль	убыток	прибыль	убыток
1	2	3	4	5	6
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по	210	-	-	-	-
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	-	-	-	-
Возмещение убытков, причиненных	230	-	-	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной	240	-	-	-	-
Отчисления в оценочные резервы	250	X	-	X	-
Списание дебиторских и кредиторских	260	-	-	-	-
	270	-	-	-	-

Руководитель Лукачевская Регина (подпись) / (подпись) / (расшифровка подписи)
 Главный бухгалтер Лукачевская Регина (подпись) / (подпись) / (расшифровка подписи)

28 апреля 2007 г.

Приложение 5.

Оферта о предоставлении поручительства со стороны ООО ТД «Триал»

ОФЕРТА

о предоставлении обеспечения в форме поручительства для целей выпуска облигаций

г. Москва

"08" июня 2007 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" - документарные процентные облигации на предъявителя серии 02 в общем количестве 1 500 000 (Один миллион пятьсот тысяч) 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 (1 500 000 000 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 внеочередным общим собранием участников Эмитента "08" июня 2007 года (Протокол № 88 от 08 июня 2007 г.).
- 1.14. "Эмитент" - Общество с ограниченной ответственностью "БАНАНА - МАМА", зарегистрированное в соответствии с законодательством Межрайонной Инспекцией МНС России № 46 по г. Москве № 1047796431154 от 16 июня 2004г., и расположенное по адресу: Российская Федерация, г. Москва, ул. Нагатинская, д. 1., стр. 33

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 Т);
- 3.7.4. К Требованию должна быть приложена подтверждающая права владельца Облигаций на его Облигации выписка со счета ДЕПО в НДС, или депозитариях, являющихся депонентами по отношению к НДС; В случае предъявления требования, предполагающего погашение Облигаций, также должна быть приложена копия отчета НДС, 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/требование о погашении которых удовлетворено, Поручитель направляет информацию об отказе в удовлетворении Требования/ о погашении в НДС (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.2.5. 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 законодательством 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:

Генеральный директор ООО ТД "Триал"._____ Лукачевская Р.М.