



ГРУППА
КОМПАНИЙ
«ЗОЛОТОЙ ТЕРЕМ»

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕМОРАНДУМ

Облигационный заем 800 000 000 рублей
Организатор выпуска АКБ «Электроника» ОАО

июнь 2008

Оглавление

Ограничение ответственности	3
Основные условия выпуска облигационного займа	4
Цели займа	5
Миссия и ценности Группы Компаний	6
Первоочередные цели и стратегические задачи	7
История развития Группы Компаний	8
Структура Группы Компаний «Золотой Терем»	10
Органы управления	11
Персонал Группы Компаний	12
SWOT-анализ Группы	13
Обзор рынка сушеных морепродуктов	14
Производство	21
Описание производственных мощностей	22
Логистика	26
Экология	27
Система сбыта	28
Ассортимент выпускаемой продукции	30
Товарные знаки	32
Основные финансовые показатели	33
Балансовые показатели	37
Факторы риска	40
Приложения	43
Контактная информация	55

Ограничение ответственности

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

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

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

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

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

Заявления, относящиеся к Поручителям и Организатору, опираются на информацию, предоставленную ими Эмитенту исключительно для использования в настоящем документе.

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

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

Основные условия выпуска облигационного займа

Эмитент	Общество с ограниченной ответственностью «Баренцев Финанс»
Поручители	Общество с ограниченной ответственностью «КОНТИНЕНТ» Закрытое акционерное общество «Золотой Терем»
Вид ценных бумаг	Облигации неконвертируемые процентные документарные на предъявителя с обязательным централизованным хранением серии 01
Номинальный объем выпуска	800 000 000 (Восемьсот миллионов) рублей
Количество облигаций	800 000 (Восемьсот тысяч) штук
Номинальная стоимость одной облигации	1 000 (Одна тысяча) рублей
Цена размещения	100% от номинальной стоимости
Срок обращения	3 года (1092 дня)
Купонный период	3 месяца (91 день)
Количество купонов	12
Ставка купона	Ставка первого купона определяется в ходе конкурса на ФБ ММВБ. Второй, третий, четвертый купоны равны первому. Остальные устанавливаются Эмитентом
Обязательство эмитента по выкупу облигаций (Оферта)	Через 1 год по цене 100% от номинала
Способ размещения	Открытая подписка
Обращение	ММВБ, внебиржевой рынок
Депозитарий	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Организатор, андеррайтер и платежный агент	АКБ «Электроника» ОАО

Цели займа

Средства, полученные от размещения облигаций, планируется направить на:

1. Инвестиции в строительство производственно - логистического комплекса в Ржеве (площадка базы № 3) – 180 000 000 руб.

Общий объем инвестиций в строительство производственно - логистического комплекса площадью 11 000 кв. м, а также реализацию проекта строительства холодильных складов глубокой заморозки (общей площадью до 5 000 кв.м) на этой же площадке, составляет 380 000 000 руб. Текущий объем вложенных в проекты инвестиций составляет более 200 000 000 руб. Реализация этих инвестиционных проектов позволит удвоить собственные производственные и складские мощности, обеспечивая растущие потребности рынка и планируемых продаж компании.

2. Инвестиции в развитие системы дистрибьюции – 15 000 000 руб..

Открытие в 2008 г. представительства в Украине и Казахстане
Открытие в 2009 г. представительства в Прибалтике, Болгарии и Польше.

3. Пополнение оборотных средств – 135 000 000 руб..

Позволит увеличить накопления запасов сырья в период низкой рыночной конъюнктуры с целью увеличения продаж в 2008 – 2009 годах и расширить текущую ассортиментную матрицу за счет вывода на рынок новых продуктов.

4. Реструктуризацию текущих долговых обязательств ГК «Золотой Терем» – 470 000 000 руб.

Ожидаемые эффекты использования полученных средств.

Менеджмент Группы Компаний ожидает, что использование средств от облигационного займа обеспечит сбалансированность активов и пассивов, повысит показатели текущей и срочной ликвидности, снизится эффективная процентная ставка по привлеченному финансированию. Группа Компаний обеспечит ускоренный ввод производственных мощностей и повышение в краткосрочной перспективе эффективности сбытовых структур. Привлечение средств посредством облигационного займа позволит Группе Компаний ускорить ввод на рынок новых товарных позиций, расширить существующую ассортиментную матрицу и создать страховой товарный запас для удовлетворения растущего спроса на сезон 2009-2010 г. Появление свободных оборотных средств позволит реструктурировать кредиторскую задолженность перед Поставщиками, что приведет к получению дополнительных скидок и бонусов при закупке сырья и комплектующих, что в свою очередь положительно скажется на прибыльности Группы Компаний.

Миссия и ценности Группы Компаний

Миссия Группы Компаний «Золотой Терем», как лидера на рынке сушеных морепродуктов, заключается:

- в предоставлении потребителям широкого выбора натуральных, качественных, вкусных, доступных, удобных, современных продуктов;
- в соблюдении высоких стандартов качества производства;
- в создании работникам компании условий профессионального роста и возможностей получения достойного вознаграждения за свой труд
- в поддержании целостной системы отношений с деловыми партнерами, контрагентами и инвесторами.
- в извлечении справедливой прибыли для акционеров

В своей деятельности Группа Компаний придерживается следующих ценностей:

лидерство:	«Баренцев – главный по рыбе»
качество:	«Непрерывное совершенствование»
команда:	«У нас работают люди, а не персонал»
компетентность:	«Во всём дойти до сути»
ответственность:	«Договоренность превыше всего»

Первоочередные цели и стратегические задачи Группы Компаний

Первоочередными целями и стратегическими задачами Группы Компаний являются:

- достижение 50%-ной доли на рынке сушеных морепродуктов в течение 5-ти лет;
- вывод к 2010 году продукции компании на рынки стран СНГ и Европы в объеме не менее 800 миллионов рублей;
- снижение к 2010 году производственной себестоимости на 10% за счет развития производственной базы при сохранении уровня качества продукции и увеличения производительности труда не менее чем на 7% в год ;
- повышение профессионализма кадров: увеличение производительности труда и снижение текучести на 10%;
- расширение линейки продукции за счет системного подхода к выбору сырьевых ресурсов и технологии производства;
- повышение показателя «качественной дистрибьюции» в регионах присутствия;
- внедрение системы консолидированной отчетности согласно МСФО;
- развитие системы дистрибьюции в странах СНГ и Европы путем открытия представительств;
- ввод в эксплуатацию 3-й производственной базы и отказ от использования дорогих арендуемых площадей в Москве, а также существенное снижение логистических затрат, связанное с концентрацией производства, хранением и отгрузок готовой продукции в одном месте;
- совершенствование технологических процессов в производстве и в связи с этим - снижение потерь от брака и рост производительности труда не менее чем в полтора раза;

История развития Группы Компаний

Развитие структуры Группы

История Группы Компаний «Золотой Терем» началась с 2002 г. с момента появления компании ЗАО «Золотой Терем», созданной с целью вывода на российский рынок новой линейки сушеных морепродуктов. Немного позднее было создано ООО «Компания Золотой Терем», ставшее балансодержателем всех торговых марок Группы Компаний.

2003 год

В составе Группы было образовано ЗАО «Галерея вкусов» - производственное предприятие готовой продукции, которое находится в Ржеве Тверской области и является первым автоматизированным производством в отрасли.

2004 год

В условиях растущего рынка и увеличения продаж компании назревала необходимость расширения производственных мощностей для удовлетворения будущего спроса. В целях осуществления деятельности по строительству и вводу в эксплуатацию новых производственных площадок было создано ООО «КОНТИНЕНТ».

2005 год

С ростом масштаба Группы Компаний стало целесообразным сконцентрировать усилия по закупочной деятельности в отдельной бизнес-единице. Для этого было создано ООО «Бизнес Альянс».

Была запущена вторая очередь производства во Ржеве и заложена третья очередь – производственно-логистический центр общей площадью 11 000 кв.м.

2006 год

Группой Компаний было образовано ООО «Акватель» в качестве основного участника внешнеэкономической деятельности и импортера сырья.

2007 год

Для повышения эффективности работы по реализации продукции были созданы:

- ООО «Фростсистем Регион» - торговая структура, сконцентрированная на развитии и обслуживании дистрибьюторской сети во всех ключевых регионах.
- ООО «Фростсистем Ритейл» - торговая структура, сконцентрированная на развитии и обслуживании федеральных и локальных розничных сетей.

В конце 2007 года было образовано ООО «Баренцев Финанс», выступающее в структуре облигационного займа в качестве эмитента. Его функции сводятся к взаимодействию с регулирующими, контролируемыми и обслуживающими организациями, а также к аккумулярованию и распределению денежных потоков.

2008 год

Для консолидации принятия управленческих решений и повышения эффективности управления в Группе Компаний было создано ООО «Управляющая компания Золотой Терем».

Компания ЗАО «Галерея вкусов» получила международный сертификат ISO 9001:2000, подтверждающий, что Система Менеджмента Качества предприятия соответствует международным стандартам.

Развитие рыночных позиций Группы

2002 год

Выходя на рынок, Группа Компаний **первой** осуществила выпуск новых для рынка продуктов, таких как: анчоус солено-сушеный, анчоус обжаренный, рыбная соломка и ставридка солено-сушеная.

2003 год

Группа Компаний **первой на рынке** выпустила продукцию в больших упаковках, а также линейку копченых кальмаров, копченую ставридку. По итогам года Группа Компаний заняла **14%** рынка в стоимостном выражении и **16%** в натуральном и обеспечила лидерство в категории анчоус солено-сушеный.

2004 год

Группа Компаний **первой на рынке** выпустила кольца кальмара, большую 100г упаковку с замком «зип». Группа Компаний впервые стала лидером рынка с долей **21%** в стоимостном выражении и **21%** в натуральном.

2005 год

Группа Компаний **первой на рынке** выпустила 100г упаковку анчоуса, сохранила лидирующие позиции увеличив свою долю до **24%** в стоимостном выражении и **24%** в натуральном.

2006 год

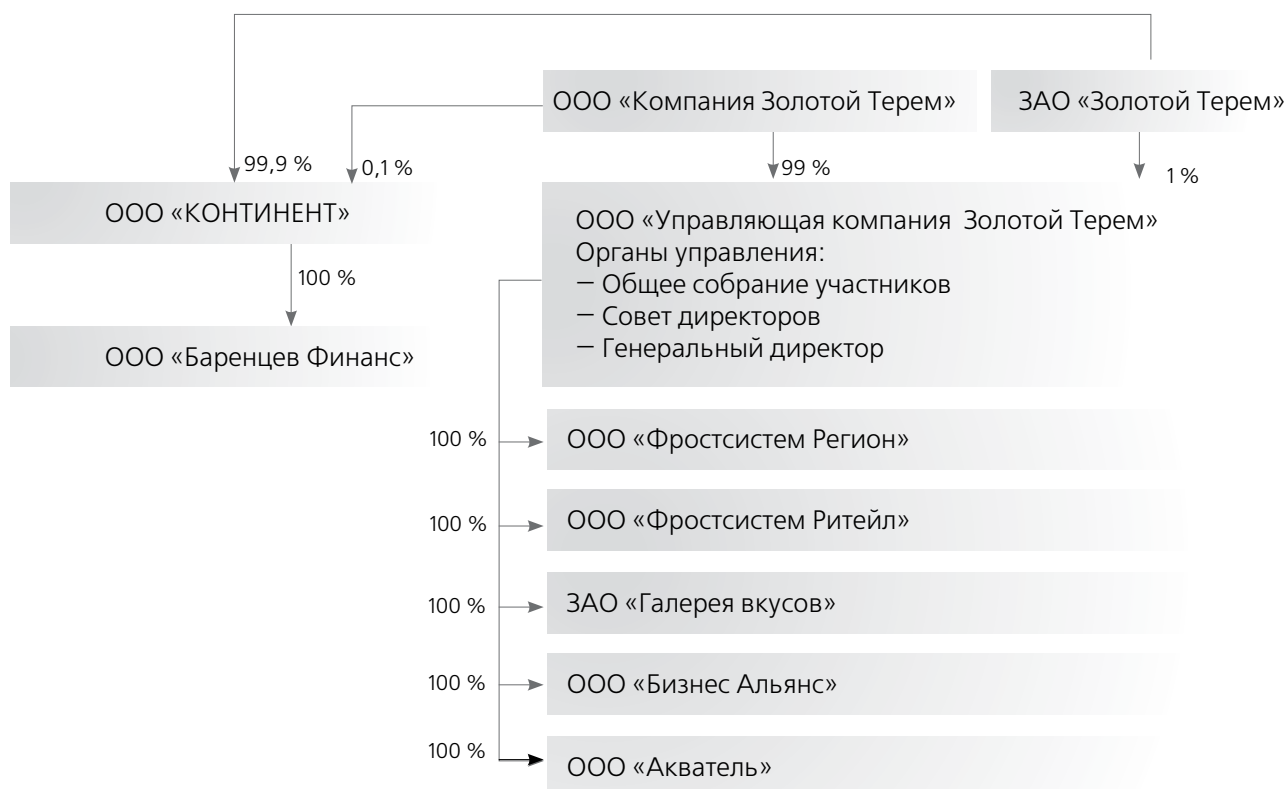
Группа Компаний **успешно провела** ребрендинг основного бренда «Золотой терем» в результате которого появился бренд «Баренцев». Его грамотное позиционирование и национальная рекламная кампания обеспечили Группе долю рынка в **27%** в стоимостном выражении, **25%** в натуральном выражении и лидерство в основных категориях.

2007 год

Группа Компаний под маркой «Баренцев» **первой на рынке** вывела продукт «Окинэль», поддержав запуск национальной телевизионной рекламой. Новинка показала **20%** прирост в натуральном выражении объемов продаж бренда и обеспечила долю рынка компании **28%** в стоимостном выражении и **26%** в натуральном выражении. По результатам 2007 г. бренд «Баренцев» достиг первого места по знанию 52%, потреблению 38%, лояльности 23,1%. (на основании исследований M'Index и R-TGI).

2008 год

Группа Компаний **первой на рынке** выводит продукты: Туец солено-сушеный, Сомуль, Акула вяленая - и планирует занять долю рынка в **29%** в стоимостном выражении.

Структура Группы Компаний «Золотой Терем»

Органы управления ООО «Управляющая компания Золотой Терем»

Члены Совета директоров:

Гусаров Марк Борисович – Председатель Совета директоров, Президент ГК «Золотой Терем». 1966 года рождения, образование – высшее экономическое, окончил МГУ имени Ломоносова, работает в ГК со дня основания.

Белков Андрей Игоревич – Вице-президент по финансам ГК «Золотой Терем», Генеральный директор ООО «Баренцев Финанс». 1969 года рождения, образование – высшее техническое, окончил МИФИ, работает в ГК со дня основания.

Потапов Петр Валерьевич – Вице-президент по коммерции ГК «Золотой Терем». 1971 года рождения, образование высшее техническое, окончил МГТУ имени Баумана, работает в ГК со дня основания.

Пикалов Владимир Владимирович – Генеральный директор ЗАО «Золотой Терем», Генеральный директор ООО «Управляющая компания Золотой Терем». 1965 года рождения, образование - высшее техническое, окончил МИТХТ имени Ломоносова, работает в ГК со дня основания.

Элик Максим Эдуардович - Независимый член Совета директоров, Вице-президент ООО «ХК Росгосстрах», Заместитель генерального директора ОАО «Росгосстрах». 1969 года рождения, образование – высшее экономическое, окончил МГУ имени Ломоносова.

Персонал Группы Компаний

По состоянию на 1 апреля 2008 года численность персонала Группы Компаний составила около 1700 человек, из которых около 1300 человек – производственные работники, не считая работников, дополнительно привлекаемых для производственных потребностей в высокий сезон продаж; 147 человек – персонал головной компании и обслуживающих служб; 145 человек - персонал сбытовых структур; 93 человека - персонал складского комплекса в г Москве

Текущая текучесть кадров Группы за 2007 год составила 19%, что соответствует среднотраслевому уровню.

Для обеспечения необходимого уровня компетентности персонала на производстве Группы организовано обучение в соответствии с требованиями ISO 9001:2000: первичное обучение, внешнее и внутреннее обучение. В 2007 году охват персонала производства всеми формами обучения составил 35,4%. На производстве Группы за 2007 год было обучено рабочим специальностям 380 человек.

Группа Компаний также уделяет внимание обучению торгового персонала, с целью развития профессиональных знаний и навыков. В 2008 году Группа Компаний начала создание внутреннего отдела обучения торгового персонала для более оперативного выявления потребностей в обучении и формирования конкурентных преимуществ. Также Группа Компаний взаимодействует с ведущими провайдерами по внешнему обучению с целью повышения компетентности менеджерского состава.

В 2007 году Группа Компаний успешно сертифицировала производство в соответствии с требованиями ISO 9001:2000.

В 2008 году Группа Компаний подходит к заключительному этапу сертификации по ISO 9001:2000 персонала головного офиса, что будет в дальнейшем поддерживать такой уровень теоретических, практических умений и навыков персонала Группы Компаний, который позволяет производить продукцию и предоставлять услуги заданного уровня в соответствии с требованиями потребителей.

SWOT-анализ Группы

Сильные стороны

Наличие собственных производственных и складских мощностей, а так же автоматизированного производства на территории РФ;

Лидерские позиции в рыночном сегменте;

Сбалансированный портфель марок сушеных морепродуктов;

Новаторство в области категорий, технологий, продуктов и упаковок;

Высокий уровень знания, лояльности и потребления марки «Баренцев»;

Стабильно высокий уровень качества продукции по результатам «слепых» потребительских дегустаций;

Работа в соответствии с международной системой менеджмента качества;

Налаженная стабильная система сбыта;

Слаженная команда профессиональных менеджеров.

Возможности

Благодаря собственному российскому производству возможно оперативно перестраиваться при изменении предпочтений потребителей или рыночной конъюнктуры;

Контроль качества, система ISO и сильная sales - команда позволят уверенно выйти на рынки Европы и СНГ;

Расширение продуктовой линейки в сегменте несладких снеков для сглаживания сезонных колебаний.

Слабые стороны

Слабые позиции в других сегментах рынка снеков;

Выраженная сезонность категории;

Угрозы

Сокращение мирового вылова рыбной продукции;

Увеличение стоимости основных продуктов питания может привести к изменению потребления снеков.

Изменение торговой политики государства в отношении импорта сырья.

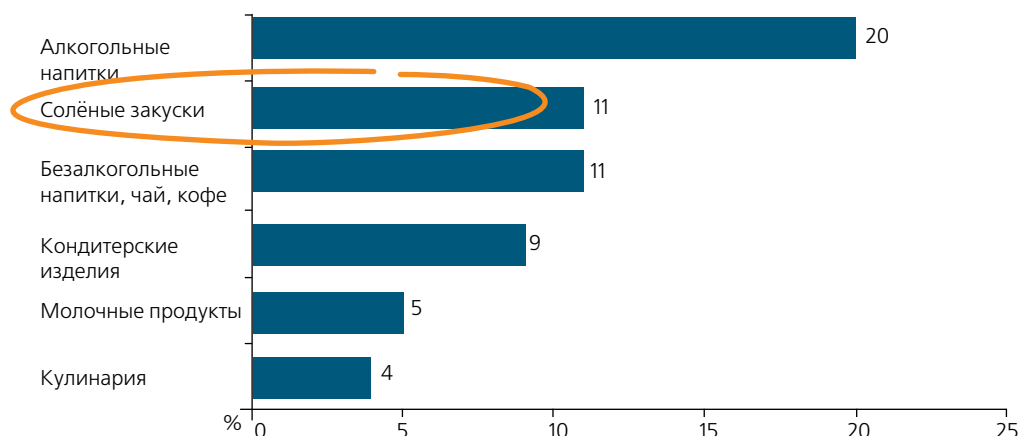
Обзор рынка сушеных морепродуктов

На сегодняшний день Россия входит в четверку самых перспективных быстрорастущих рынков (BRIC). В отличие от устоявшихся мировых продовольственных рынков, рынок РФ показывает постоянный и уверенный рост. Доля продовольственного потребительского рынка в 2007 г. составила 74% в стоимостном выражении в рынке FMCG, рост продовольственного рынка в 2007 г. составил 13% (по данным аудита розничных продаж AC Nielsen), в то время как рост рынка сигарет составил 7%, рынка бытовой химии - 8%.

В последнее время активно развивается рынок упакованных продуктов питания. Определяющей тенденцией в формировании предпочтений потребителей является острая нехватка свободного времени, вызванная ростом занятости и продолжительности рабочего дня. Эти факторы нашли свое отражение в бурном росте сектора продуктов быстрого приготовления, полуфабрикатов, снеков и т.п. По итогам 2007 г. рынок несладких снеков занял **второе место по темпу роста** в денежном выражении на рынке упакованных продуктов питания, уступая лидерство только алкогольным напиткам, существенный вклад в рост продаж которых вносят продажи пива.

Динамика роста продаж упакованных продуктов питания и напитков (в стоимостном выражении, %) 2007 к 2006

Источник: AC Nielsen



Рынок несладких снеков состоит из четырех сегментов: сухарики, орешки, чипсы и сушеные морепродукты.

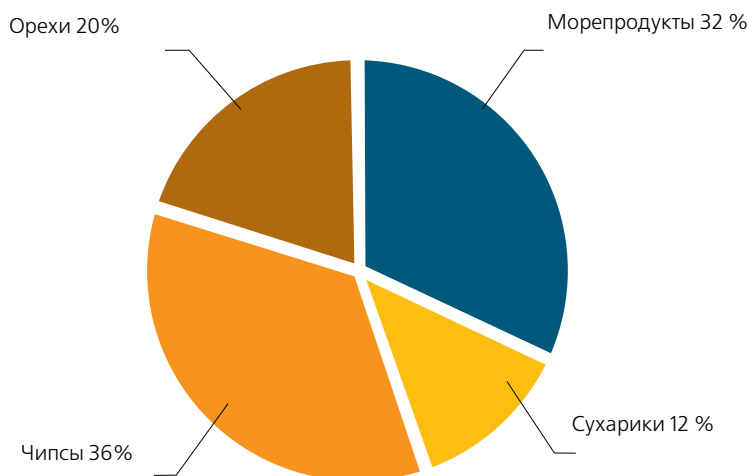
В категории несладких снеков сегмент сушеных морепродуктов (на который приходится основной объем продаж Группы Компаний «Золотой Терем») **является лидером** по темпу роста продаж в стоимостном выражении. В 2007 г. рынок сушеных морепродуктов **вырос на 23%**, по сравнению с 11% общего роста рынка упакованных продуктов и 11 % роста категории несладких снеков.

Темпы роста продаж чипсов в стоимостном выражении в 2007 г. составили 11%, орехов – только 3%, объемы продаж сухариков сократились на 10% (в том числе за счет переключения потребительского спроса на категорию сушеных морепродуктов)

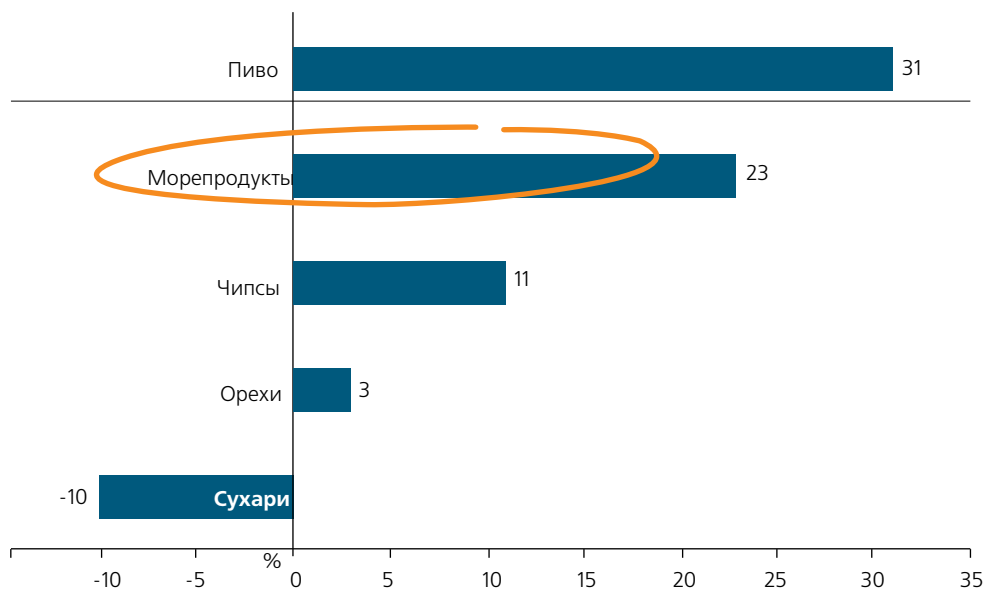
В 2007 г. доля категории сушеных морепродуктов на рынке несладких снеков составила 32%, и по оценке специалистов Группы Компаний, а также ряда ведущих аналитических компаний, к 2008 г. категория достигнет по объему продаж категорию чипсов, что выведет первую на новый качественный уровень – лидера в категории несладких снеков.

По оценкам специалистов Группы Компаний рынок сушеных морепродуктов будет и дальше показывать стабильный, устойчивый рост, с динамикой показателей выше, чем в среднем по отрасли, как в натуральном, так и в стоимостном выражении; и к 2010 году он будет занимать 39% российского рынка несладких снеков.

Доли категорий в % от рынка несладких снеков в стоимостном выражении, 2007

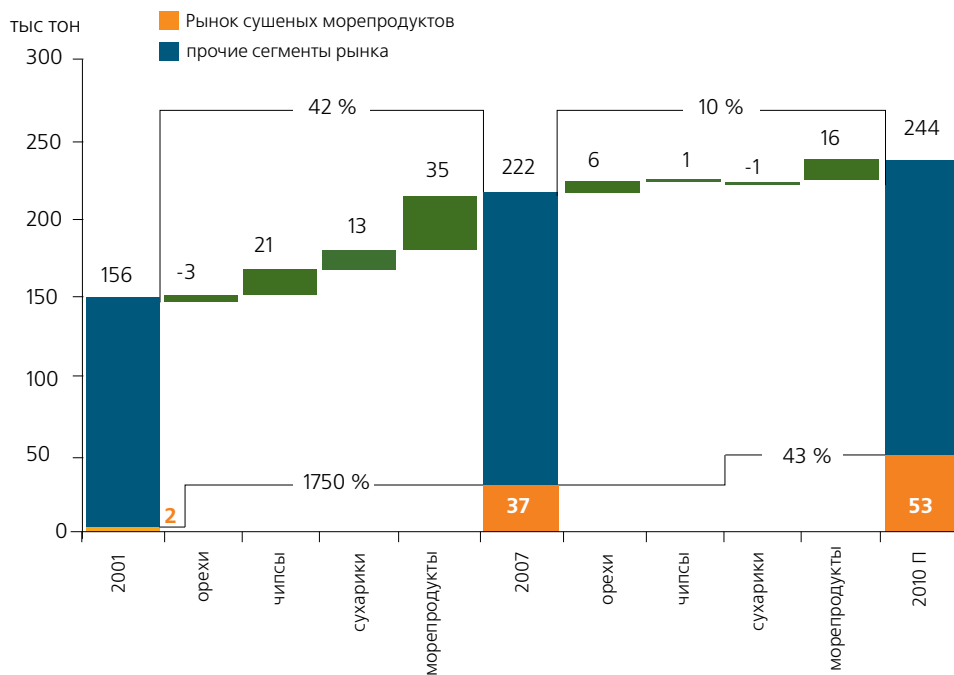


Динамика роста продаж в наиболее быстро растущих сегментах рынка (в стоимостном выражении) 2007 к 2006
 Источник: AC Nielsen



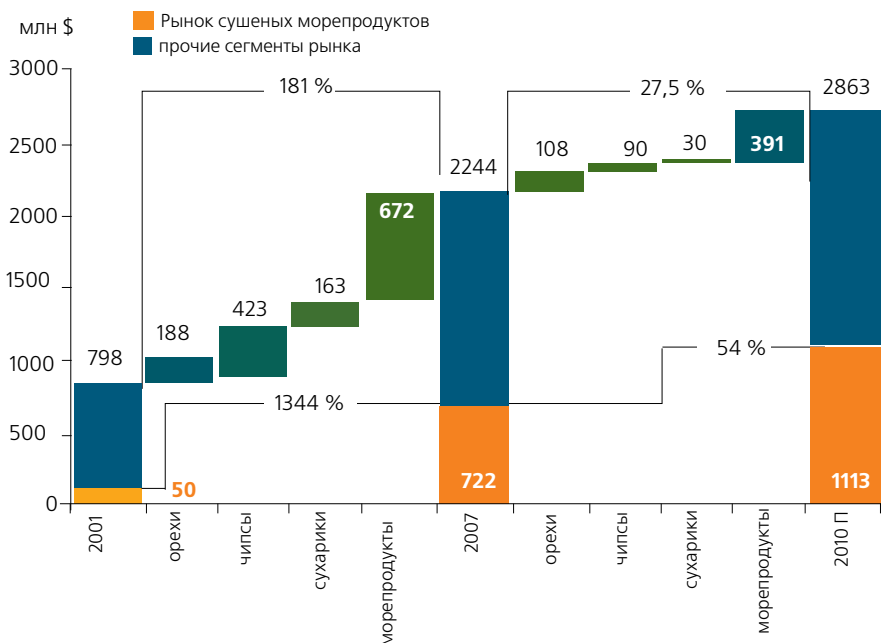
С 2001 по 2007 годы рост рынка несладких снеков в натуральном выражении составил 42% и 181% в стоимостном. Основное влияние на рост рынка оказала категория сухеных морепродуктов.

Прирост ёмкости рынка снеков в натуральном выражении, тыс тонн 2001-2007 и прогноз до 2010
 Источник: AC Nielsen, R-TGI и данные продаж компании



Прирост ёмкости рынка снеков в стоимостном выражении, млн \$. 2001-2007 и прогноз до 2010

Источник: AC Nielsen, R-TGI и данные продаж компании



К 2007г.Группа Компаний достигла 28% доли рынка в стоимостном выражении и планирует к 2010 г. сохранить за собой лидерские позиции, увеличив долю рынка до 34% в стоимостном выражении.

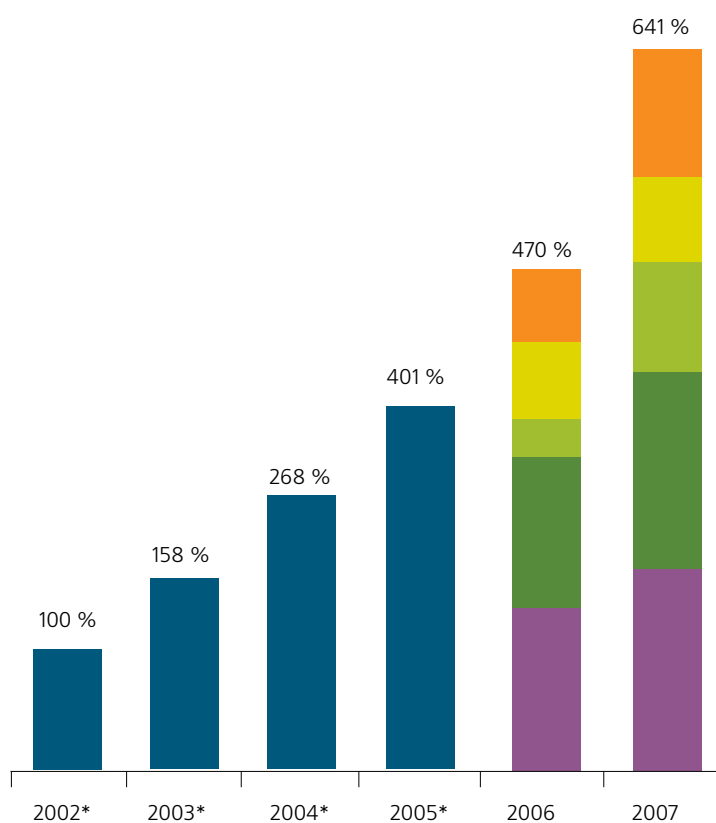
Динамика роста продаж и доли рынка ГК «Золотой терем» в стоимостном выражении 2001-2007 и прогноз до 2010

Источник: AC Nielsen, R-TGI и продажи компании



Положительная динамика развития рынка сушеных морепродуктов обеспечивается выводом на рынок новых видов продукции. Так в 2006 и 2007 годах основной рост был вызван развитием новинки «Окинэль» (продукт изготовлен из тресковых пород рыб), а также большим количеством разновидностей других видов рыб с миноритарными долями рынка, которые были объединены в категорию «прочие».

Динамика развития рынка в натуральном выражении
Источник: исследования ГК «Золотой терем»

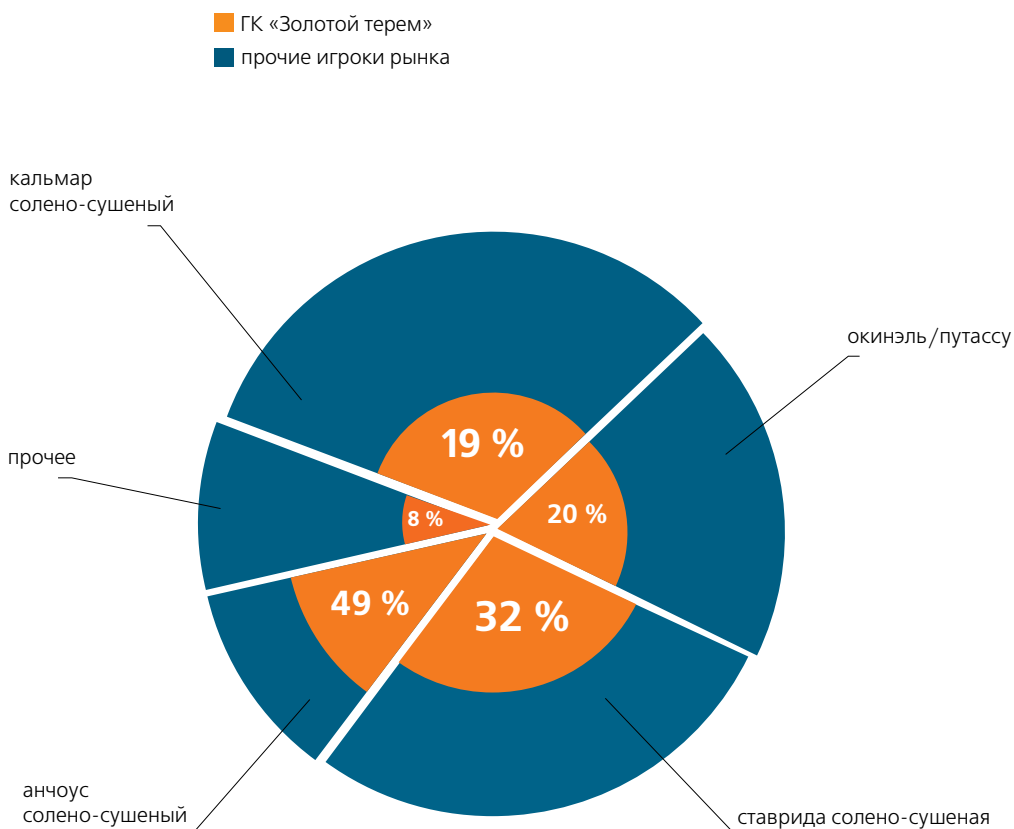


- прочее
- анчоус солено-сушеный
- окинэль/путассу
- кальмар солено-сушеный
- ставридка

* до 2005 года данные представлены без детализации по видам

Группа Компаний в настоящий момент занимает лидирующее место по долям в основных категориях и планирует получить первое место на рынке окинэли в 2008 году, а также увеличить свою долю в прочих категориях за счет выпуска новых продуктов.

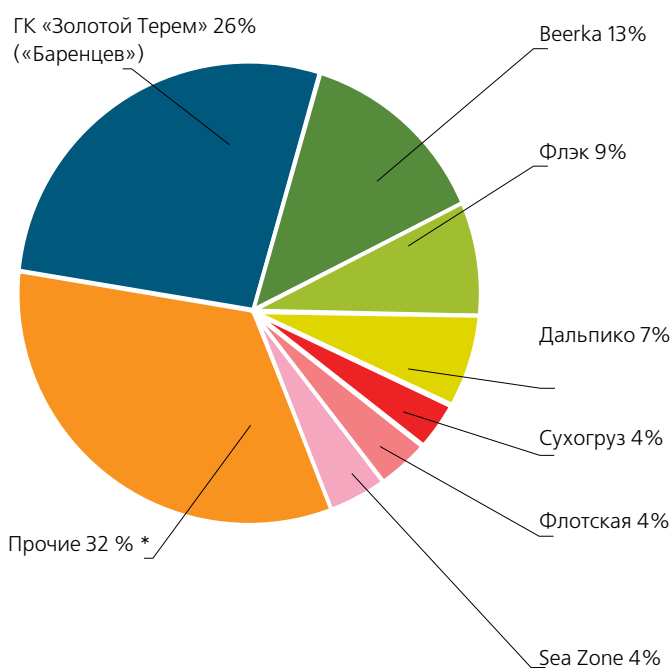
Доли компаний ГК «Золотой Терем» в категориях рынка сушеных морепродуктов в натуральном выражении, 2007
 Источник: исследования ГК «Золотой Терем»



Группа Компаний «Золотой Терем» является лидером с долей рынка 26% в натуральном выражении с существенным отрывом от конкурентов. Рынок при наличии большого количества игроков тем не менее существенно сконцентрирован. Четыре компании занимают 55% рынка. Тенденция увеличения доли рынка прослеживается только у лидеров. Группа Компаний «Золотой Терем» планирует увеличить свою долю до 34% к 2010 году и к 2013 году занять 50% рынка в натуральном выражении.

Доли ведущих игроков на рынке рыбных снеков в натуральном выражении, 2007

Источник: исследования ГК «Золотой Терем»



* - компании с долей рынка меньше 4%

Во многом благодаря стратегии лидерства, обязывающей быть первым в новых продуктах, типах сырья, способах обработки, упаковки, а также в построении системы дистрибуции и коммуникации с конечным потребителем, Группа Компаний добилась существующих результатов

Производство

В соответствии со стратегией развития в рамках Группы Компаний «Золотой терем» было создано собственное производство, первая очередь которого заработала в 2003 году. Наличие собственного производства:

1. Повышает конкурентоспособность Группы, позволяет снижать себестоимость производимой продукции по сравнению с себестоимостью других игроков рынка, импортирующих готовую продукцию из стран Юго-Восточной Азии.
2. Позволяет гарантировать выпуск продукции стабильно высокого качества.
3. Дает возможность гибко реагировать на потребности рынка: регулировать ассортимент выпускаемой продукции, быстро внедрять новые виды продуктов, экспериментировать со вкусом и упаковкой.
4. Позволяет эффективно управлять товарными запасами и снижать логистические риски.

Пять лет назад было образовано ЗАО «Галерея вкусов». В качестве производственной площадки был выбран Ржев в Тверской области. Выбор Ржева был обусловлен удобным географическим расположением, наличием квалифицированной рабочей силы, наличием соответствующей требованиям производственной площадки, привлекательным инвестиционным климатом.

На сегодняшний день ЗАО «Галерея вкусов» - это одно из крупнейших в регионе производств, где работают более 1300 человек (не включая рабочих, привлекаемых в высокий сезон). Предприятие выпускает более 150 видов продукции, в том числе под частными торговыми марками или по заказу крупнейших федеральных розничных сетей «Ашан», «Седьмой континент» и «Перекресток».

ЗАО «Галерея вкусов» - социально значимая компания в Тверской области, оказывающая положительное влияние на бюджет города и области в целом, является на сегодняшний день градообразующим предприятием, вторым по численности в городе и одним из крупнейших налогоплательщиков в регионе. Социальная ответственность Группы Компаний проявляется и том, что средняя заработная плата работников ЗАО «Галерея вкусов» превышает среднюю зарплату по городу.

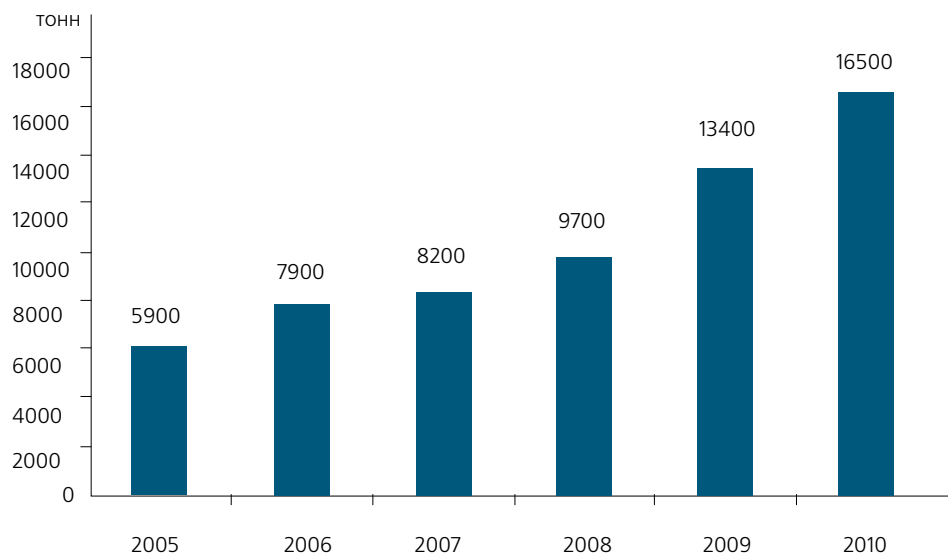
Описание производственных мощностей

Производственные мощности Группы Компаний - это специализированные автономные предприятия, оснащенные современным оборудованием, обслуживаемые квалифицированными кадрами, с выстроенной эффективной системой управления

В течение 2003 – 2005 годов ЗАО «Галерея Вкусов» создало две производственных площадки с общей площадью зданий и строений около 6 000 кв.м, расположенных на находящихся в собственности Группы Компаний земельных участках общей площадью 2,18 га. В ходе реконструкции и строительства с нулевой отметки производственных модулей компанией был произведен весь комплекс необходимых проектных и строительных работ, производственные помещения были оснащены необходимым фасовочным оборудованием, подготовлены складские и офисные помещения, а также бытовые помещения для работников предприятия. Общая годовая мощность производства продукции на этих производственных площадках в настоящий момент составляет 10 250 тонн (с пиковой мощностью до 1 150 тонн в месяц). ЗАО «Галерея Вкусов» явилось пионером по внедрению автоматизированной фасовки снеков из морепродуктов, установив и запустив в эксплуатацию 10 высокоскоростных фасовочных автоматов с мультиголовочными дозаторами «Мультитонд» немецкого производства. На этих же производственных площадях компания установила фасовочный автомат на линии производства картофельных чипсов.



Учитывая рост сбыта и собственного производства готовой продукции, Группа Компаний в конце 2005 года приступила к строительству производственно-логистического комплекса (база № 3) общей площадью 11 000 кв.м, расположенного на земельном участке площадью 7,2 га. Данный земельный участок также находится в Ржеве и является собственностью Группы Компаний. Общая годовая мощность производства составит около 11 000 тонн продукции. Таким образом, после ввода в эксплуатацию базы № 3 общая годовая производственная мощность составит более 20 000 тонн в год (с пиковой мощностью до 2 200 тонн в месяц).



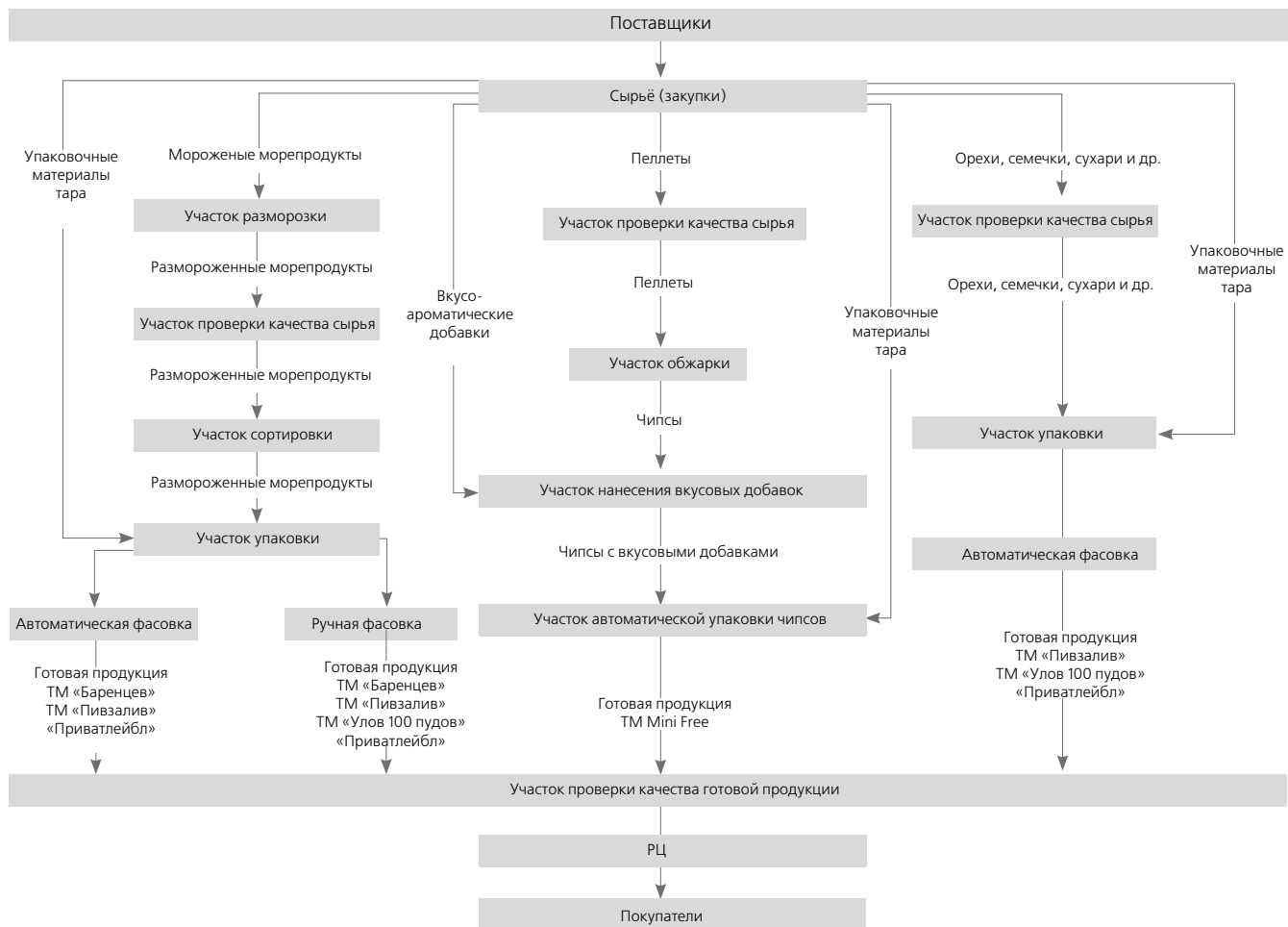
Производство собственной продукции в период
2005-2007 гг. и прогноз на 2008-2010 гг., тонн

Мощности Группы Компаний и объем выпуска готовой продукции неуклонно растут.

Контроль выпускаемой продукции на производстве обеспечивает сертифицированная система менеджмента качества ISO 9001:2000. Производственный процесс построен на четком соблюдении санитарных и технологических норм, под контролем находятся как поступающее сырье, так и выпуск готовой продукции.

Учет продукции по всему производственному циклу от приемки до отгрузки ведется в режиме реального времени с помощью автоматизированной системы учета на базе программы 1С 8 с применением штрих-кодирования. Данная система позволяет оперативно управлять складскими запасами и минимизировать потери при производстве и хранении.

Технологическая схема организации производства



На 01.06.08г. производственные мощности Группы Компаний позволяют производить снеки из морепродуктов, чипсы, сухарики, семечки. Основную долю производимой продукции (около 95%) составляют снеки из морепродуктов. Производство чипсов является пилотным проектом, в текущий момент рост объема выпускаемой продукции ограничен производственными мощностями. После запуска производственно-логистического комплекса базы №3 возможно существенное увеличение производства картофельных чипсов.

Планы дальнейшего развития

В собственности Группы Компаний имеются неосвоенные земельные активы площадью 6 гектаров с подведенными коммуникациями и автономной инфраструктурой, прилегающие к территории производственно-логистического комплекса база №3. Данные активы дают возможность ГК в кратчайшие сроки нарастить дополнительные производственные и складские мощности в необходимом для развития количестве.

В планах производства на 2008-2009 гг. - осуществление строительства холодильных складов глубокой заморозки ориентировочной площадью 5 000 кв.м. Данный складской комплекс позволит обеспечить хранение оперативного запаса сырья под растущий план производства и создать накопительный запас сырья под закупки в период низкой рыночной цены. Хранение оперативного и накопительного запасов на собственных холодильных складах позволит дополнительно снизить производственную себестоимость выпускаемой продукции.

Производственный комплекс (База № 3)



Ввод в эксплуатацию производственно-логистического комплекса позволит достичь следующих результатов:

- возможность увеличения объема выпуска продукции в два раза, создание резерва производительности
- снижение себестоимости производства и хранения
- реализация принципа поточности на производстве позволяет свести к минимуму внутренние логистические издержки
- снижение логистических издержек при отгрузке готовой продукции клиентам напрямую (без перегрузки через РЦ в Москве)
- снижение управленческих издержек за счет концентрации производства
- увеличение пропускной способности складов готовой продукции и скорости обслуживания клиентов при отгрузке.

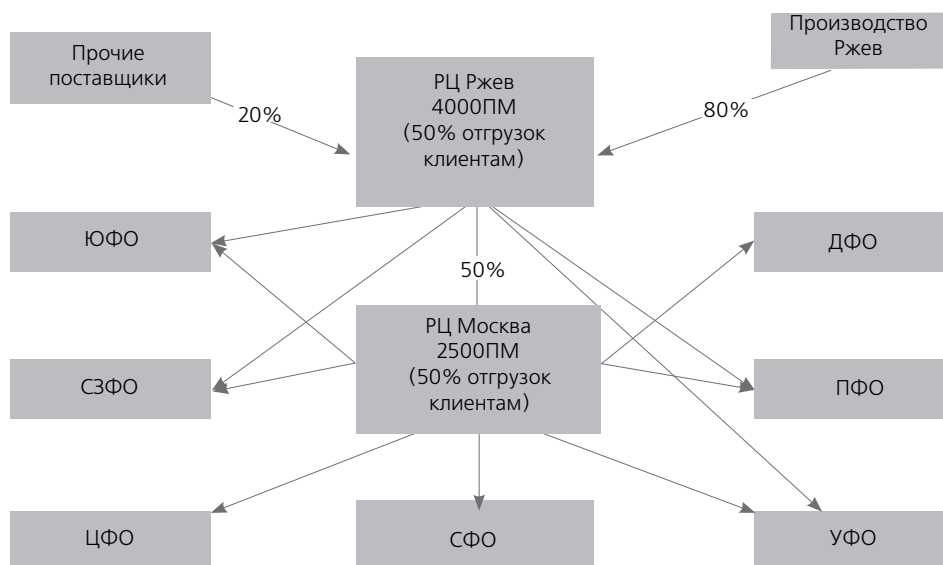
Логистика

Проектирование и строительство производственно-логистических комплексов реализовано с учетом требований к современному высокотехнологичному производству.

Все производственные и складские объекты объединены в единую информационную систему с применением штрих-кодирования, позволяющую оптимизировать логистические процессы и снизить себестоимость хранения и транспортировки.

ГК «Золотой Терем» располагает несколькими крупными распределительными центрами в Москве и Ржеве. Собственные РЦ формируют высокий уровень логистики, позволяя снизить издержки и повысить эффективность деятельности.

Схема поставок и распределения готовой продукции ГК «Золотой Терем»
(в сокращениях указаны территориальные федеральные округа)



Распределение готовой продукции происходит через два РЦ, находящихся в Москве и Ржеве, общей вместимостью 6500 палетто-мест. Готовая продукция поступает как от сторонних производителей, так и с собственного производства, в соответствии с прогнозами отгрузок, а также в соответствии с количеством рассчитанного страхового запаса.

Хранение продукции осуществляется в полном соответствии с требованиями нормативно-технических документов (ТУ, СанПиН). На всех складах организована посменная работа персонала, обеспечивающая бесперебойную и слаженную работу складов и РЦ. Размещение товаров на складах осуществляется в соответствии с алгоритмами, позволяющими наиболее рационально использовать складские площади, кроме того, ведется постоянный мониторинг хранящейся на складах продукции для предотвращения накопления неликвидной продукции.

В планах Группы Компаний - переход на круглосуточную работу складов и РЦ для обеспечения полной загрузки складских помещений и максимальной оптимизации отгрузок.

Экология

Предприятия, входящие в Группу Компаний, имеют экологически безопасные производства. В ходе производственного процесса не образуется токсичных отходов, стоков и выбросов, что неоднократно подтверждено результатами проверок со стороны государственных экологических органов. Оборудование и технологические процессы соответствуют санитарно-гигиеническим и экологическим стандартам и требованиям России. Все производственные предприятия имеют Санитарно-эпидемиологические заключения на виды деятельности и на выпускаемые продукты.

Система сбыта

Система сбыта Группы Компаний построена на базе двух направлений:

1. Прямые продажи в сети супермаркетов.

Сети – это активно развивающийся сегмент рынка. Активная региональная экспансия за счет открытия новых магазинов и скупки локальных игроков приводит к увеличению оборотов основных игроков, что влечет за собой рост требований к поставщикам.

Для обеспечения качественной работы с сетями в Группе Компаний создано подразделение прямых продаж, позволяющее эффективно управлять сбытом в сетях. Данное подразделение состоит из опытных менеджеров, осуществляющих управление процессом продаж. В сферу их обязанностей входит решение вопросов по расширению ассортимента, заведению в ассортимент сетей новых продуктов, разработка рекламных мероприятий и контроль их проведения. Для решения оперативных задач внутри подразделения имеется штат торговых представителей, непосредственно контактирующих с торговыми точками и осуществляющих контроль ситуации на местах.

Для качественной дистрибьюции продукции созданы команды мерчендайзеров, осуществляющих мониторинг и выкладку продукции компании в соответствии с требованиями маркетинговых стандартов.

По прогнозам компании рост продаж через сети в 2008 г. увеличится на 68% по сравнению с 2007 г.

В настоящее время Группа Компаний «Золотой Терем» напрямую работает практически со всеми крупными федеральными сетями: АШАН, ПЕРЕКРЁСТОК, ПЯТЕРОЧКА, КАРУСЕЛЬ, SPAR, МАГНИТ, КОПЕЙКА, ПАТЭРСОН, УТКОНОС, МАРКА, КВАРТАЛ, ВР, МОСМАРТ, СЕДЬМОЙ КОНТИНЕНТ и другими.

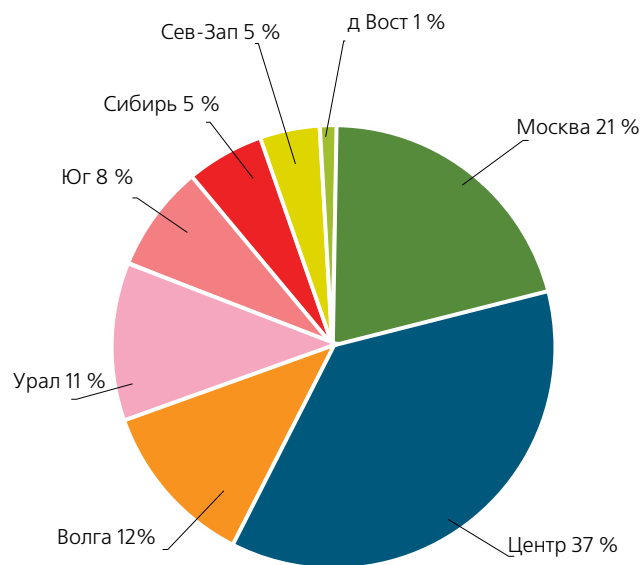
2. Сбыт в регионах осуществляется через сформированный пул дистрибьюторов.

В настоящий момент дистрибьюторская сеть охватывает всю территорию Российской Федерации. С целью обеспечения сбыта в ключевых регионах страны созданы офисы поддержки продаж в крупнейших городах России, таких как Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Екатеринбург, Красноярск.

В крупных региональных центрах компания контролирует продажи с помощью 50-ти региональных представителей и эксклюзивных команд торговых представителей, созданных на базе дистрибьюторов.

По данным компании за апрель 2008 г., дистрибьюторская сеть включает в себя 148 дистрибьюторов и охватывает прямыми продажами более 30 тысяч торговых точек.

География продаж Группы Компаний «Золотой Терем»



Ассортимент выпускаемой продукции и товарные знаки

В настоящее время ГК «Золотой Терем» выпускает более 160 ассортиментных позиций. Группа Компаний владеет сбалансированным портфелем торговых марок на рынке сушеных морепродуктов, чипсов, сухариков, семечек, жевательного мармелада, шоколада.

В настоящее время Группа Компаний выпускает продукцию данного сектора под следующими торговыми марками:

«Баренцев»: марка является на данный момент ключевой в портфеле Группы Компаний. В 2006 году она заменила торговую марку «Золотой Терем». Бренд «Баренцев» рассчитан на покупателя со средним и выше уровнем дохода, в возрасте от 23 до 38 лет, предпочитающим проводить время в компании друзей, получать удовольствие от общения.

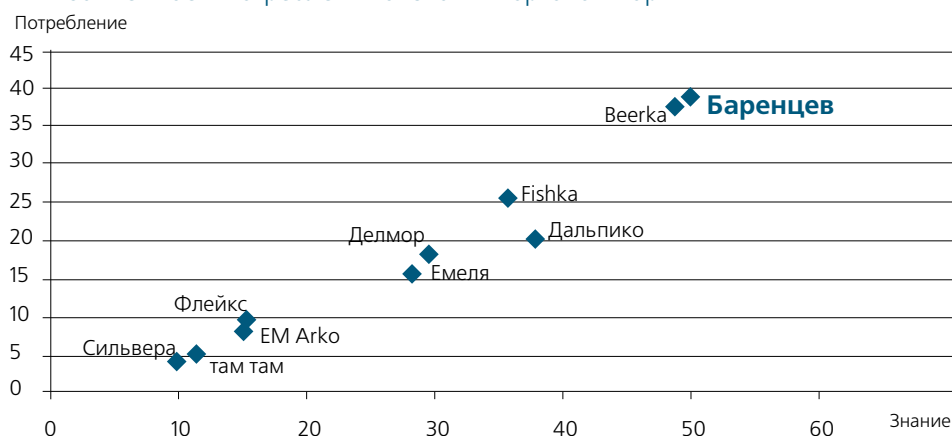
В линейку входят самые популярные и лучшие продукты на рынке сушеных морепродуктов: анчоус солено-сушеный, анчоус обжаренный, анчоус обжаренный острый, морское ассорти, ставридка серебристая солено-сушеная, ставридка золотистая подкопченная, кальмар солено-сушеный, кальмар копченый, кальмар кольца, кальмар кольца копченые, осьминог деликатесный, креветка со специями, соломка рыбная оригинальная, окинэль рыбка с перцем, окинэль ломтики филе, угорь солено-сушеный и др.

Выход на рынок торговой марки сопровождался национальной телевизионной рекламой на центральных каналах.

Этот бренд обладает всеми качествами лидера рынка – широким ассортиментом, разнообразием выбора размеров упаковки, конкурентоспособной ценой, ярким, выделяющимся дизайном. За счет грамотного позиционирования и продвижения к 2007 году был обеспечен максимальный уровень знания, потребления и лояльности среди конечных потребителей (по данным M'Index).

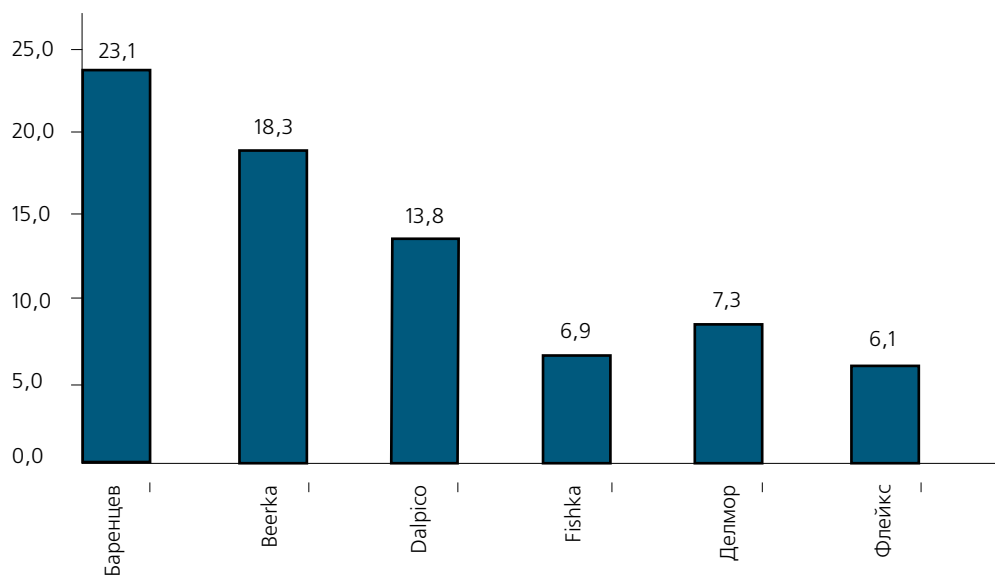


Зависимость потребления от знания торговой марки



Такая позиция бренда позволяет иметь большую наценку на бренд.

Лояльность к маркам сушеных рыбопродуктов в мелкой упаковке



Основным фактором роста рынка сушеных морепродуктов за последние два года является выпуск продуктов в новых категориях и активный рост новых категорий. Поэтому в 2008 г. под маркой «Баренцев» будут запущены новые для рынка продукты: «Тунец вяленый» и «Сомуль»





«Улов 100 пудов»: линейка интересных новинок, собранных в уникальной упаковке. Бренд «Улов 100 пудов» рассчитан на покупателя со средним и выше уровнем дохода, любящим пробовать что-то новое. В линейку входят следующие закуски: желтый полосатик, краснопуз, песчанка радужная, вобла астраханская, лососевая соломка, кальмар на шпажке.

В 2008г. под маркой «Улов 100 пудов» будут запущены новые для рынка продукты «Стейк по-японски», «Тютелька», «Салажка», «Акула».



«Пивзалив»: линейка снеков в нижнем ценовом сегменте. В линейку входят самые популярные и доступные для этого сегмента продукты. Под маркой «Пивзалив» выпускаются следующие закуски к пиву: желтый полосатик солено-сушеный, желтый полосатик подкопченный, анчоус обжаренный, анчоус обжаренный с ароматом дымка, анчоус обжаренный со вкусом сыра, анчоус обжаренный со вкусом укропа, анчоус обжаренный со вкусом томата, анчоус обжаренный со вкусом лимона, кальмар солено-сушеный, кальмар копченый, креветки, янтарная рыбка с перцем, рыбка по-шанхайски.

«Хамсец»: недорогой и вкусный продукт, пользующийся заслуженной популярностью и ставший для многих любимой закуской к пиву.



«Minifree»: линейка картофельный снеков в нижнем ценовом сегменте. Используемая технология кратковременной обжарки позволяет уменьшить калорийность продукта. Под маркой «Minifree» выпускаются снеки с самыми популярными вкусами: бекон, сыр, сметана и лук, паприка, колбаса, красная икра.



«СЛОПС»: линейка вкусного жевательного мармелада в среднем ценовом сегменте. Основа целевой аудитории – дети и их родители. Продукт рассчитан на тех, кто любит играть, весело проводить время. В линейку входят вкусы, формы и виды продукта, наиболее востребованные целевой аудиторией.



«Хрустец»: линейка сухариков в среднем ценовом сегменте. В линейку входят традиционные и самые популярные вкусы: сыр, томат-зелень, копченая колбаса, бекон, красная икра, черная икра, копченый лосось, шашлык и др.

Основные финансовые показатели Группы Компаний

Финансовое состояние Группы Компаний «Золотой Терем» представлено в формате комбинированной управленческой отчетности (на основе подготовленной по РСБУ бухгалтерской отчетности входящих в Группу Компаний организаций) по фактическим данным за 2005 – 2007 годы и прогнозным данным за 2008 год.

Отчет о прибылях и убытках, в тыс. рублей.

Наименование статьи	2005	2006	2007	2008П*
Выручка (нетто) от продаж	1 309 903	1 858 764	2 238 693	2 910 301
Себестоимость	(1 088 270)	(1 597 862)	(1 796 563)	(2 306 000)
Валовая прибыль	221 633	260 902	442 130	604 301
Коммерческие расходы	(173 533)	(171 762)	(221 999)	(261 000)
Прибыль (убыток) от продаж	48 100	89 140	220 131	343 301
Прочие доходы и расходы	—	(74 292)	(128 892)	(219 170)
Проценты к получению	1	1	2	—
Проценты к уплате	(19 918)	(28 224)	(46 532)	(42 000)
Прочие операционные доходы	41 003	86 910	91 332	102 000
Прочие операционные расходы	(67 472)	(132 649)	(173 533)	(279 000)
Внерезультационные доходы	(232)	(330)	(161)	(170)
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 482	14 848	91 239	124 131
Отложенные налоговые активы	—	—	—	—
Отложенные налоговые обязательства	—	—	—	—
Текущий налог на прибыль	(549)	(5 329)	(6 945)	(8 900)
Налог на прибыль прошлых лет	(745)	(307)	(21 763)	(15 000)
Начисления из прибыли	—	—	(92)	—
Чистая прибыль отчетного периода	188	9 212	62 439	100 231

Примечание: * - прогнозные данные без учёта привлечения облигационного займа.

Балансовый отчет, в тыс. рублей.

АКТИВ	2005	2006	2007	2008П*
ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1 443	2 066	2 468	2 750
Основные средства	23 823	55 454	56 433	138 625
Незавершенное строительство	16 053	45 557	150 081	105 048
Долгосрочные инвестиции	820	830	1 315	1 500
Прочие внеоборотные активы	492	700	533	615
ИТОГО ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	42 631	104 607	210 830	248 538
ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	309 569	377 201	657 526	693 266
НДС	62 370	61 163	81 922	85 000
Дебиторская задолженность, в т.ч.:	190 447	282 134	330 449	360 000
Покупатели и заказчики	119 071	177 745	94 592	120 000
Краткосрочные финансовые вложения	55 875	131 903	40 855	139 000
Денежные средства	27 220	17 635	84 609	96 000
Прочие оборотные активы		262	258	—
ИТОГО ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ	645 481	870 298	1 195 619	1 373 266
БАЛАНС	688 112	974 905	1 406 449	1 621 804
ПАССИВ				
КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	1 048	1 068	202 158	298 158
Резервный капитал	(2)	—	(3)	—
Нераспределенная прибыль/(убыток)	771	9 983	72 422	172 653
ИТОГО КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ	1 817	11 051	274 577	470 811
ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Займы и кредиты	6	6	—	—
ИТОГО ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	6	6	—	—
КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Краткосрочные кредиты	195 650	355 078	473 257	438 000
Кредиторская задолженность, в т.ч.:	490 604	608 740	658 615	712 993
Поставщики и подрядчики	464 160	595 641	484 191	551 553
Задолженность перед персоналом	618	4 350	5 476	6 300
Задолженность перед госуд.внебюдж. фондами	2	630	159	540
Задолженность по налогам	372	3 142	4 023	4 600
Прочие кредиторы	25 452	4 977	164 765	150 000
Доходы будущих периодов	35	30	—	—
ИТОГО КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	686 289	963 848	1 131 872	1 150 993
БАЛАНС	688 112	974 905	1 406 449	1 621 804

Примечание: * - прогнозные данные без учёта привлечения облигационного займа.

Кумулятивный среднегодовой темп прироста (CAGR) продаж Группы Компаний за период с 2005 по 2007 год составил 19,6%. С учетом ожидаемого прироста продаж в 2008 году планируемый CAGR по результатам за 4 года (2005 – 2008) составит 22,1%. Прирост продаж в основном достигается за счет роста физического объема реализуемой продукции, что, в свою очередь, обеспечивается и ростом рынка, и увеличением собственной доли в нём. Группа Компаний планирует поддерживать достигнутый темп роста продаж за счет расширения дистрибьюции (путём увеличения количества торговых точек, охваченных прямыми продажами Группы Компаний и дистрибьюторов) и выхода на новые географические рынки, такие как Европа и СНГ. Развитие и поддержание федерального бренда «Баренцев» также позволит укрепить положение товарных позиций на рынке и обеспечить устойчивость продаж на ближайшую перспективу.

Кумулятивный средний темп прироста себестоимости продукции по Группе Компаний за период с 2005 по 2007 год был несколько ниже прироста продаж и составил 18,1%, что позволило увеличить валовую рентабельность с 16,9% в 2005 году до 19,7% в 2007 году. Основным фактором, влияющим на себестоимость продукции, является оптимизация технологических, логистических и других издержек в производственном процессе.

Показатели прибыли и рентабельности:

Показатели	2005	2006	2007	2008П*
Валовая прибыль, тыс. руб.	221 633	260 902	442 130	604 301
Валовая рентабельность, %	16,9%	14,0%	19,7%	20,8%
ЕБИТДА, тыс. руб.	48 100	89 140	220 131	343 301
ЕБИТДА, %	3,7%	4,8%	9,8%	11,8%
ЕБИТ, тыс. руб.	1 482	14 848	91 239	124 131
ЕБИТ, %	0,1%	0,8%	4,1%	4,3%
Чистая прибыль, тыс. руб.	188	9 212	62 439	100 231
Чистая рентабельность (NPM), %	0,0%	0,5%	2,8%	3,4%

Примечание: * - прогнозные данные без учёта привлечения облигационного займа.

Прибыль Группы Компаний до уплаты процентов, налогов и амортизации (ЕБИТДА) по итогам 2007 г. составила 220 млн руб. против 89 млн руб. годом ранее.

Норма ЕБИТДА ГК «Золотой Терем» относительно прошлого года увеличилась на 5 пунктов за счет роста нормы валовой прибыли и составила 9,8%.

В течение 2006 и 2007 года показатель ЕБИТДА демонстрировал положительную динамику, которая сдерживалась существенными расходами на рекламную кампанию основного бренда Группы Компаний. Затраты на ТВ-рекламу в 2006 году составили 54,5 млн руб., а в 2007 году – 42,3 млн руб.

В период с 2008 по 2010 гг. Группа Компаний планирует достичь уровня показателя EBITDA 14-16 % за счет:

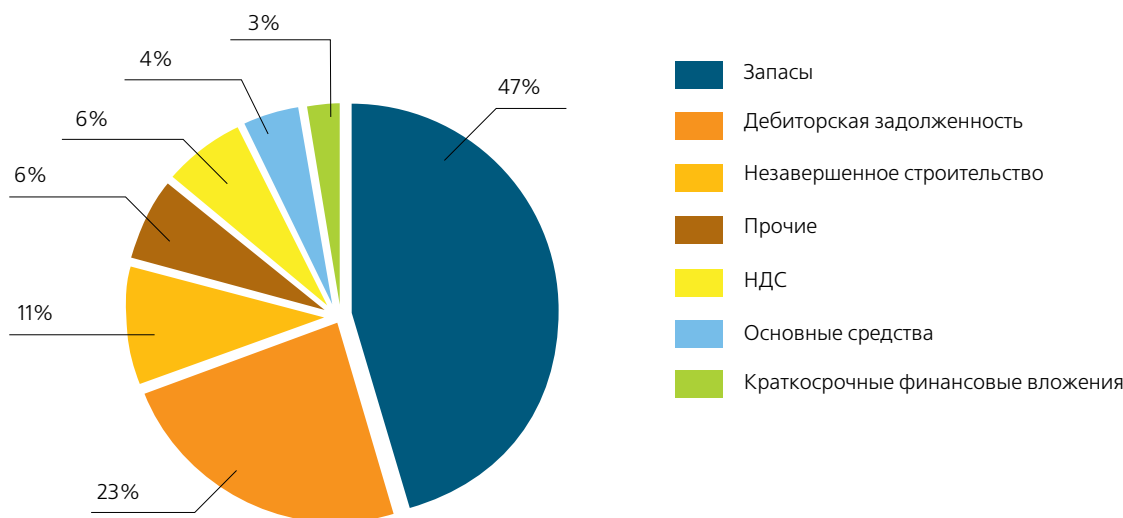
- ввода в эксплуатацию 3-й производственной базы и отказа от большого количества дорогих арендуемых площадей в Москве, а также существенного снижения логистических затрат, связанных с концентрацией производства, хранения и отгрузок готовой продукции в одном месте;
- совершенствования технологических процессов в производстве и в связи с этим – снижения потерь от брака и роста производительности труда не менее, чем в полтора раза;
- повышения эффективности бизнес-процессов, протекающих внутри Группы Компаний, в соответствии со стандартами управления ISO 9001:2000;
- получения дополнительной прибыли за счет переработки и продажи отходов производства, а именно: упаковочных материалов и картонажа;
- открытия сопутствующих производств упаковочных материалов (коррексов) и снижения в связи с этим производственной себестоимости;
- внедрения энергосберегающих технологий;
- вывода на рынок новых продуктов с высоким уровнем рентабельности;
- снижения затрат, связанных с продажей единицы продукции, за счет повышения эффективности работы каналов сбыта.

Абсолютные значения показателей прибыльности Группы Компаний имеют положительную динамику роста. Так чистая прибыль в 2007 г. достигла 62,4 млн руб., увеличившись относительно 2006 г. на 53,2 млн руб.

Балансовые показатели

По состоянию на 01.01.2008г. совокупные активы Группы Компаний составили 1,4 млрд руб., увеличение по сравнению с предшествующим периодом составило 44%.

Структура активов по состоянию на 01.01.2008 г.



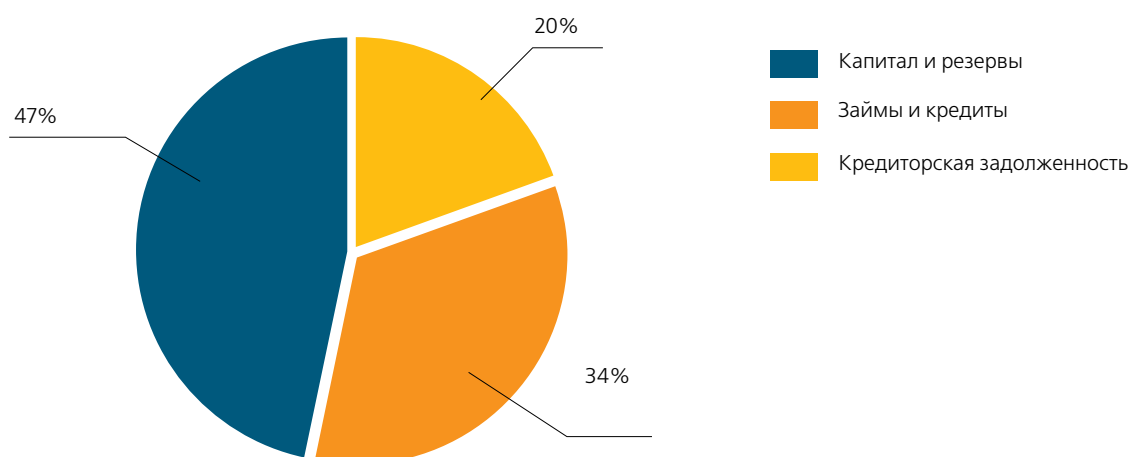
47% совокупных активов Группы Компаний составляют запасы (сырье, готовая продукция и товары для перепродажи). Стоимость товарно-материальных запасов на последнюю отчетную дату составляет 657,5 млн руб. Объем запасов на балансе Группы увеличился по сравнению с аналогичным показателем на начало 2007 г. на 74%. Значительный уровень запасов объясняется спецификой рынка, выраженной в необходимости создавать существенные запасы сырья в период максимального вылова рыбы и низкой рыночной цены для обеспечения сезонного роста продаж в летний промежуток времени.

23% совокупных активов Группы Компаний составляет дебиторская задолженность. Несмотря на значительный рост оборота ГК «Золотой Терем», величина дебиторской задолженности увеличилась относительно начала 2007 г. всего на 17% и составила 330,5 млн руб. Высокий показатель дебиторской задолженности связан с общим ростом оборота Группы Компаний, а также с некоторым увеличением продолжительности предоставляемых товарных кредитов.

Незавершенное строительство, составляющее 11% активов, отражает существенные вложения Группы Компаний в развитие производственных и складских мощностей.

Основной статьей источников финансирования Группы Компаний являются собственные и заемные средства.

Структура пассивов по состоянию на 01.01.2008 г.



По состоянию на 01.01.2008 г. капитал Группы Компаний составил 274,6 млн руб., увеличившись по сравнению с прошлым периодом на 263,5 млн руб.

По состоянию на 01.01.2008 г. на балансе ГК «Золотой Терем» отражены заемные средства в размере 473 млн руб. (34% валюты баланса). Банками-кредиторами Группы Компаний являются: Внешторгбанк, Банк РБР, Церих и Банк Электроника.

Долговые обязательства Группы Компаний на 01.01.08 г.

Банк-кредитор	Сумма ссудной задолженности, млн руб.
1 АКБ Электроника	220,0
2 АКИБ Церих	120,0
3 Внешторгбанк	74,4
4 КБ РБР	55,4

Величина кредиторской задолженности на балансе Группы увеличилась по сравнению с прошлым периодом на 8%: с 608,7 млн руб. до 658,6 млн руб. Относительно высокий показатель кредиторской задолженности объясняется увеличением оборотов компании.

Расчетные показатели

Показатель	2005	2006	2007	2008П*
Текущая ликвидность	0,94	0,90	1,06	1,19
Срочная ликвидность	0,40	0,45	0,40	0,52
Абсолютная ликвидность	0,12	0,16	0,11	0,20
Суммарные обязательства/Валюта баланса	0,28	0,36	0,34	0,27
Суммарные обязательства/Капитал	107,68	32,13	1,72	0,93
Собственный капитал/Заемные средства	0,01	0,03	0,58	1,07
Долг/ЕБИТДА	4,07	3,98	2,15	1,28

Примечание: * - прогнозные данные без учёта привлечения облигационного займа.

Факторы риска

Инвестиции в Облигации связаны с определенной степенью риска. Поэтому потенциальные приобретатели Облигаций, прежде чем принимать какое-либо инвестиционное решение, должны тщательно изучить нижеприведенные факторы. В связи с тем, что Группа Компаний осуществляет размещение облигаций для финансирования собственных проектов развития, инвесторам при принятии решения о покупке облигаций необходимо учитывать риски, присущие деятельности Группы Компаний.

В случае возникновения одного или нескольких перечисленных ниже рисков, Группа Компаний предпримет все возможные меры по ограничению их негативного влияния. Определение в настоящее время конкретных действий и обязательств Группы Компаний при наступлении какого-либо из перечисленных в факторах риска событий не представляется возможным, так как разработка адекватных соответствующим событиям мер затруднена неопределенностью развития ситуации в будущем. Параметры проводимых мероприятий будут зависеть от особенностей создавшейся ситуации в каждом конкретном случае. Группа Компаний не может гарантировать, что действия, направленные на преодоление возникших негативных изменений, приведут к существенному изменению ситуации, поскольку абсолютное большинство приведенных рисков находится вне контроля Эмитента.

Коммерческие и отраслевые риски

Изменения конъюнктуры рынка продуктов питания, в общем, и на рынке снековой продукции, в частности, могут оказать влияние на финансовые показатели и результаты деятельности Группы Компаний.

Сектор снековой продукции в высокой степени зависит от изменений в экономических условиях на региональном и локальном уровнях, а также подвержен в долгосрочном плане влиянию демографических процессов. Результаты продаж по отдельным товарным категориям также могут быть подвержены негативному влиянию в силу появления аналогичной продукции, выпускаемой конкурентами.

В целях противодействия данным отрицательным факторам, Группа Компаний будет предпринимать дополнительные усилия в сфере маркетинга, изменять при необходимости ценовую политику, иным образом реагировать на неблагоприятные воздействия.

В целях снижения рисков появления на рынке аналогичной продукции, Группа Компаний предпринимает усилия по формированию и укреплению брендов высококачественной продукции, совершенствует упаковку, предпринимает комплекс мер по увеличению доступности товара и снижению себестоимости продукции.

В целях снижения рисков, связанных с изменениями в предпочтениях потребителей, Группа Компаний регулярно проводит количественные измерения данных предпочтений, на основании которых совершенствуются рецептуры и создаются новые по вкусу и технологии изготовления продукты. В связи с наличием собственного российского производства Группа Компаний может в оперативном порядке изменять состав ассортиментной матрицы, предлагая потребителю продукцию с растущим уровнем спроса.

В целях снижения рисков, связанных с использованием импортного сырья и комплектующих, с возможным увеличением тарифов, таможенных пошлин, появлением квотирования, введением ограничений на поставки их из определенных регионов, Группа Компаний диверсифицирует поставки посредством сотрудничества с различными Поставщиками, закупает сырье и комплектующие, производимые в разных странах и регионах, включая Россию. Группа Компаний имеет собственное высокотехнологичное российское производство, которое в оперативном порядке может быть переориентировано на выпуск продукции из другого вида сырья.

В целях снижения рисков, связанных с продвижением продукции на внутреннем и внешнем рынках, Группа Компаний планирует в краткосрочной перспективе расширить собственную сеть представительств и филиалов, увеличить количество торговых команд на базе дистрибьюторов, а также проводить дифференцированные трейд-маркетинговые мероприятия, направленные на увеличение объема продаж продукции.

В целях снижения рисков, связанных с опасением потребителей по поводу качества продукции, на производственном предприятии введена четырехступенчатая система контроля качества, создан специальный рекламационный отдел. Кроме того, Группа Компаний прошла сертификацию системы менеджмента качества по стандартам ISO 9001:2000 на производстве, проводится подготовка к сертификации систем менеджмента качества Управляющей Компании и транспортно-логистического комплекса.

Финансовые риски

Группа Компаний использует краткосрочные кредиты, поэтому рост процентных ставок в краткосрочной перспективе может оказать существенное влияние на деятельность Группы Компаний.

В целях снижения рисков, связанных с ростом процентных ставок, Группа Компаний проводит комплекс мероприятий по снижению среднего уровня процентных ставок по привлекаемым кредитам, а именно: диверсификация кредитного портфеля и реструктуризация его посредством выпуска облигаций.

Снижение темпов инфляции при сохранении экономического роста будет способствовать дальнейшему расширению платежеспособного спроса и, как следствие, приведет к росту объема продаж и потока доходов по основной деятельности. Напротив, увеличение темпов роста цен может негативно отразиться на динамике доходов от основной деятельности (по причине снижения объема продаж в натуральном выражении), и привести к росту производственных затрат, увеличению стоимости заемных средств и в результате стать причиной снижения показателей рентабельности. Наибольшее влияние на прибыль Группы Компаний, а значит, и на предстоящие выплаты по ценным бумагам, инфляция оказывает в области издержек.

По мнению Группы Компаний, критические для ее хозяйственной деятельности значения инфляции лежат значительно выше, в диапазоне 30-35%. При достижении критического уровня будут предприняты действия, направленные на снижение издержек и кредиторской задолженности, размер текущих выплат по которой привязан к рыночной ставке процента.

Приложения

Бухгалтерская отчетность Эмитента на 01.01.08

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
на 31 Декабря 2007 г.

	Форма №1 по ОКУД	К О Д Ы	
	Дата (год, месяц, число)	0710001	
Организация: <u>Общество с ограниченной ответственностью "Баренцев Финанс"</u>	по ОКПО	2007 12 31	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	84159415	
Вид деятельности: <u>Финансовое посредничество</u>	по ОКВЭД	7724644891/772401001	
Организационно-правовая форма: <u>Общество с ограниченной ответственностью</u>	по ОКФС	65.23	
Форма собственности: <u>частная</u>	по ОКФС / ОКФС	65	16
Единица измерения: <u>тыс руб</u>	по ОКЕИ	384	
Местонахождение (адрес): <u>117105, Москва, Нагатинская ул., д. 1, стр.1</u>			
		Дата утверждения	- . -
		Дата отправки / принятия	- . -

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Итого по разделу I	190	-	-
II. Оборотные активы			
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	-	5000
Денежные средства	260	-	5000
Итого по разделу II	290	-	10000
БАЛАНС	300	-	10000

ИФНС № 24 по г. Москве
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО
11 МАР 2008
РОМАНОВА И.А.
ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР

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	-	10000
Итого по разделу III	490	-	10000
IV. Долгосрочные обязательства			
Итого по разделу IV	590	-	-
V. Краткосрочные обязательства			
Итого по разделу V	690	-	-
БАЛАНС	700	-	10000

Руководитель



Белков Андрей
Игоревич
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер



Белков Андрей
Игоревич
(расшифровка подписи)

05 Марта 2008 г.



ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ за период с 1 Января по 31 Декабря 2007 г.

Организация: Общество с ограниченной ответственностью "Баренцев Финанс" по ОКПО		Форма №2 по ОКУД 0710002	
Дата (год, месяц, число): _____		2007	12
Идентификационный номер налогоплательщика: _____		31	
Вид деятельности: Финансовое посредничество по ОКВЭД		84159415	
Организационно-правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью		7724644891/772401001	
Форма собственности: частная по ОКФС / ОКФС		65.23	
Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ		65 16	
		384	

Показатель	наименование	код	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
1	2	3	4	5

Руководитель:  **Белков Андрей Игоревич** (расшифровка подписи)

Главный бухгалтер:  **Белков Андрей Игоревич** (расшифровка подписи)

05 Марта 2008 г.

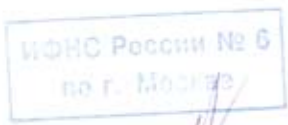


Бухгалтерская отчетность Поручителей на 01.01.08

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
на 31 Декабря 2007 г.

Организация: <u>Общество с ограниченной ответственностью "КОНТИНЕНТ"</u> по ОКПО 73857240 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН 7706544848/770601001 Вид деятельности: <u>Услуги</u> по ОКВЭД 55.30 Организационно-правовая форма _____ форма собственности _____ ООО по ОКПО / ОКФС 55 16 Единица измерения: <u>тыс руб</u> по ОКЕИ 384 Местонахождение (адрес): 119017 г. Москва, ул. Б. Ордынка, д. 36	Коды Форма №1 по ОКУД 0710001 Дата (год, месяц, число) 2007/12/31 Дата утверждения _____ Дата отправки / принятая _____
--	---

АКТИВ	Код показателя	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
I. Внеоборотные активы			
Основные средства	120	6758	6960
Незавершенное строительство	130	43547	148215
Итого по разделу I	190	50335	155195
II. Оборотные активы			
Запасы	210	1309	6665
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	15	83
готовая продукция и товары для перепродажи	214	-	185
расходы будущих периодов	216	1294	6397
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	5951	27469
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	40258	2979
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	39512	2229
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	10000
Денежные средства	260	38	2106
Итого по разделу II	290	47557	49218
БАЛАНС	300	97892	204413



14.01.2008

Форма 0710001-02 207

ПАССИВ	Код строки	На начало отчетного года	На конец отчетного периода
1	2	3	4
III. Капитал и резервы			
Уставный капитал	410	10	200000
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	(657)	(657)
Итого по разделу III	490	(647)	199343
IV. Долгосрочные обязательства			
Итого по разделу IV	590	-	-
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	98446	-
Кредиторская задолженность	620	92	5070
в том числе:			
задолженность перед персоналом организации	622	79	54
задолженность по налогам и сборам	624	14	16
прочие кредиторы	625	-	5000
Итого по разделу V	690	98538	5070
БАЛАНС	700	97892	204413

Руководитель		Мельников Андрей Евгеньевич	Главный бухгалтер		Мельников Андрей Евгеньевич
		(расшифровка подписи)			(расшифровка подписи)

С января 2009 г.



ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2007 г.

Форма №2 по ОКУД
Дата (год, месяц, число) 2007 12 31

Организация Общество с ограниченной ответственностью "КОНТИНЕНТ" по ОКПО 73857240

Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН 7706544848\770601001


Вид деятельности Услуги по ОКВЭД 55.30

Организационно-правовая форма _____ форма собственности _____

ОКО _____ по ОКОПФ / ОКФС 65 16

Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ 384

Показатель		За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года
		код		
наименование	код	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	-		227
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	-		(227)
Прочие доходы и расходы				
Прочие расходы	100	-		(657)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	-		(657)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	-		(657)


 ИФНС России № 6
по г. Москве
04 ФЕВ 2008

Форма 0710002 и 2 2/5

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



Руководитель
25 Января 2008 г.



Мельников Андрей
Евгеньевич
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер



Мельников Андрей
Евгеньевич
(расшифровка подписи)

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС
на 31 декабря 2007 г.

Форма №1 по ОКДЗ
Дата (год, месяц, число) 30.12.2007
ИНСПЕКТОР-ДП
по ОКПО 58105703
ИНН 7725192253/772501001
по ОКВЭД 67.16
по ОКФС 67
по ОКЕИ 384

Коды

Организация ЗАО "Золотой Терем"
Идентификационный номер налогоплательщика
Вид деятельности Оптовая торговля
Организационно-правовая форма ЗАО форма собственности
Единица измерения тыс. руб.
Местонахождение (адрес) 113114 Москва, Даниловская набережная, д.4, стр. 15

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	43253	44704
Незавершенное строительство	130	1866	1866
Долгосрочные финансовые вложения	140	808	200605
Прочие внеоборотные активы	150	179	-
Итого по разделу I	190	46106	247236
II. Оборотные активы			
Запасы	210	17143	85336
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	8381	7645
затраты в незавершенном производстве	213	111	141
готовая продукция и товары для перепродажи	214	7485	74111
расходы будущих периодов	219	1167	3440
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	25727	18997
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	18892	138978
в том числе:			
покупатели и заказчики	241	14098	50830
Краткосрочные финансовые вложения	250	106603	8697
Денежные средства	260	217	613
Итого по разделу II	290	168502	249620
БАЛАНС	300	214588	496856

Форма 07/15001 к 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
Резервный капитал	430	1	1
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	1	1
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	6291	62481
Итого по разделу III	490	6402	62491
IV. Долгосрочные обязательства			
Итого по разделу IV	590	-	-
V. Краткосрочные обязательства			
Займы и кредиты	610	52650	261400
Кредиторская задолженность	620	155636	172965
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	153253	15655
задолженность перед персоналом организации	622	339	432
задолженность перед государственными внебюджетными фондами	623	94	124
задолженность по налогам и сборам	624	1891	1581
прочие кредиторы	625	59	155173
Итого по разделу V	690	208286	434365
БАЛАНС	700	214688	496856

СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ, УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ			
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	-	92722

Руководитель Ткалов Владимир Владимирович
(расшифровка подписи)

Главный бухгалтер

Ерофеева Валентина Николаевна
(расшифровка подписи)

11 Февраля 2008 г.

ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ
за период с 1 Января по 31 Декабря 2007 г.

форма №2 по ОКУД
Дата (год, месяц, число) 2007 12 31

Организация: ЗАО "Золотой Терем" ИФНС по Омлю 25 01 58105703

Идентификационный номер налогоплательщика 7725192253/772501001 ИНСПЕКЦИЯ ПО НАЛОГОВОМУ АДМИНИСТРИРОВАНИЮ

Вид деятельности: Производство 17 по ОКВЭД 26 2000 25

Организационно-правовая форма: ЗАО форма собственности 16

Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ 384



Показатель наименование	код	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
		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	1691243	1350897
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(1530152)	(1266509)
Валовая прибыль	029	161091	84388
Коммерческие расходы	030	(61233)	(70329)
Прибыль (убыток) от продаж	050	99858	14059
Прочие доходы и расходы			
Проценты к получению	060	2	1
Прочие доходы	090	160	25015
Прочие расходы	100	(22658)	(32642)
Прибыль (убыток) до налогообложения	140	77362	8433
Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи	180	(21272)	(2086)
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	190	56090	4347

Форма 0710002 с.2

РАСШИФРОВКА ОТДЕЛЬНЫХ ПРИБЫЛЕЙ И УБЫТКОВ

Показатель	код	За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года		
		прибыль	убыток	прибыль	убыток	
наименование	1	2	3	4	5	6
Прибыль (убыток) прошлых лет	220	66	-	-	-	
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	240	41	230	5	35	

26

Руководитель  Пикалов Владимир Владимирович (расшифровка подписи) Главный бухгалтер  Ерофеева Валентина Николаевна (расшифровка подписи)

11 Февраля 2008 г.



26

Награды продукции Группы Компаний «Золотой Терем»

Выставки	Награды
Продэкспо 2008	Диплом конкурса "Лучший продукт-2008" за продукт «Лососевая соломка вяленая» ТМ «Улов 100 Пудов»
WORLD FOOD 2007	Серебряная медаль за продукт «Кальмар солено-сушеный копченый кольца» ТМ «Баренцев» Серебряная медаль за продукт «Кальмар солено-сушеный» ТМ «Баренцев» Бронзовая медаль за продукт «Угорь подкопченный» ТМ «Баренцев» Бронзовая медаль за продукт «Шоколад молочный с криспи» ТМ «Тарош» Диплом дегустационного конкурса: «Кальмар солено-сушеный на шпажке» ТМ «Улов 100 Пудов».
Продэкспо 2007	Серебряная медаль за продукт «Окинэль, рыбка с перцем», ТМ «Баренцев», 80 г Серебряная медаль за продукт «Ставридка солено-сушеная» ТМ «Баренцев», 80 г Серебряная медаль за продукт «Кальмар солено-сушеный» ТМ «Баренцев», 100 г Серебряная медаль за продукт «Кальмар кольца» ТМ «Баренцев», 80г Бронзовая медаль за продукт «Соломка рыбная солено-сушеная» ТМ «Баренцев», 30г Бронзовая медаль за продукт «Луковые кольца со вкусом васаби» ТМ «Minifree», 15 г Бронзовая медаль за продукт «Жевательный мармелад «Пираты» ТМ «СЛОПС», 12 г Бронзовая медаль за продукт «Шоколад горький» ТМ «Тарош», 100 г Бронзовая медаль за продукт «Шоколад сливочный» ТМ «Тарош», 100 г
WORLD FOOD 2006	Бронзовая медаль за продукт «Анчоус подкопченный» ТМ «Баренцев», Бронзовая медаль за продукт «Ставридка золотистая подкопченная» ТМ «Баренцев» Бронзовая медаль за продукт «Кальмар кольца» ТМ «Баренцев» Бронзовая медаль за продукт «Лососевая соломка» ТМ «Улов 100 Пудов» Бронзовая медаль за продукт «Жевательный мармелад Тайны замка» ТМ «СЛОПС» Серебряная медаль за продукт «Луковые кольца с грибами» ТМ Minifree Бронзовая медаль за продукт «Ставридка солено-сушеная» ТМ «Баренцев»
Продэкспо 2006	Бронзовая медаль «Лучший продукт 2006» за продукт «Морское ассорти» ТМ «Золотой Терем» Бронзовая медаль «Лучший продукт 2006» за продукт «Жевательный мармелад» ТМ «СЛОПС» Диплом за продукт «Сухарики ржаные с красной икрой» ТМ «Хрустец» Диплом за продукт «Ставридка золотистая подкопченная» ТМ «Золотой Терем»
WORLD FOOD 2005	Серебряная медаль «Продукт года 2005» за продукт «Кальмар солено-сушеный» ТМ «Золотой Терем» Бронзовая медаль «Продукт года 2005» за продукт «Анчоус обжаренный» Бронзовая медаль «Продукт года 2005» за продукт «Сухарики ржаные» ТМ «Хрустец»
Большой Московский фестиваль пива 2005	Диплом «За высокое качество выпускаемых снежков из сушеных морепродуктов и рыбы» Золотая медаль «За высокое качество продукции».
WORLD FOOD 2004	Бронза за продукт «Кальмар солено-сушеный» ТМ "Золотой Терем"
Продэкспо 2004	Бронзовая медаль «Лучший продукт 2004» за продукт «Анчоус солено-сушеный» ТМ «Золотой Терем» Диплом «Лучший продукт 2004» за продукт «Ставридка золотистая подкопченная» ТМ «Золотой Терем»
WORLD FOOD 2003	Серебряная медаль «Продукт года 2003» за продукт «Соломка рыбная острая» ТМ «Золотой Терем»
Продэкспо 2003	Диплом «Лучший продукт 2003» за продукт «Кальмар сушеный» Диплом «Лучший продукт 2003» за продукт «Рыбная соломка сушеная»
Большой Московский фестиваль пива 2002	Диплом I степени «Лучшие морепродукты» за продукт «Кальмар сушеный»

Контактная информация

Эмитент:

Общество с ограниченной ответственностью «Баренцев Финанс»
117105, г. Москва, Нагатинская ул., дом 1 стр.1
Тел.: (495) 424 73 43
www.zolotoy.ru

Поручители:

Общество с ограниченной ответственностью «КОНТИНЕНТ»
117105, г. Москва, Нагатинская ул., дом 1 стр.1
Тел.: (495) 424 73 43
www.zolotoy.ru

Закрытое акционерное общество «Золотой Терем»
117105, г. Москва, Нагатинская ул., дом 1 стр.1
Тел.: (495) 424 73 43
www.zolotoy.ru

Организатор, андеррайтер, платежный агент:

Акционерный Коммерческий Банк «Электроника» ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО

119017, г. Москва, Пыжевский переулок, д.6
Тел./факс: (495) 781 11 11, 777 88 66
www.elektronika.ru

Аристов Петр Петрович, Зам.начальника Казначейства
e mail: Aristov.PP@elektronika.ru

Евсеев Сергей Александрович, Начальник Отдела корпоративного финансирования
e mail: Evseev.SA@elektronika.ru