

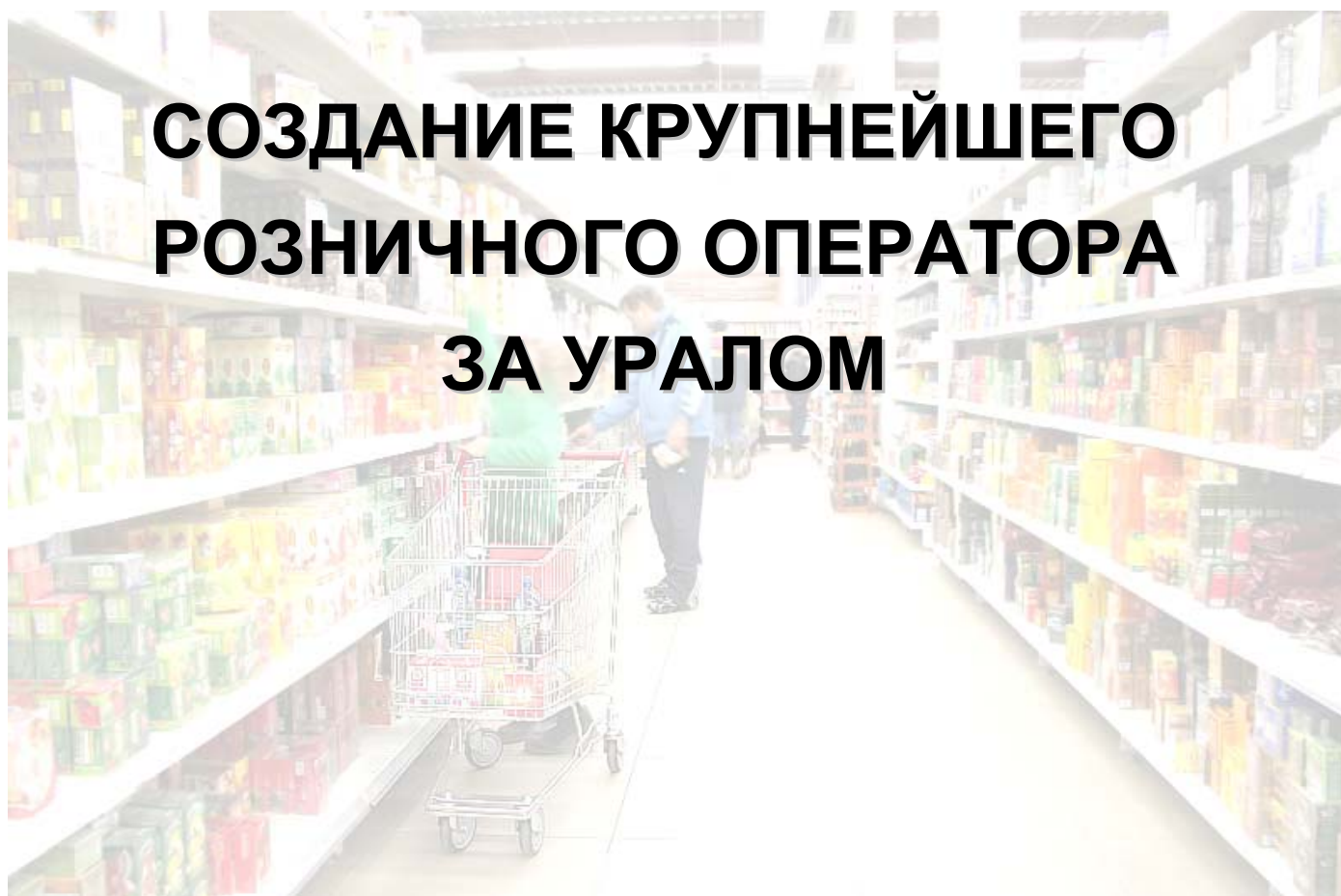


**ТОРГОВАЯ СЕТЬ  
«ХОЛИДЕЙ»**



*СИСТЕМА МАГАЗИНОВ*

**ТОРГОВАЯ СЕТЬ  
«КОРА»**



**СОЗДАНИЕ КРУПНЕЙШЕГО  
РОЗНИЧНОГО ОПЕРАТОРА  
ЗА УРАЛОМ**

**ДЕКАБРЬ 2007**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. СЛИЯНИЕ «ХОЛИДЕЙ» И «КОРА»</b> .....	<b>3</b>
<b>II. ОБЗОР РОЗНИЧНОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА</b> .....	<b>4</b>
ОБЗОР РОССИЙСКОГО РОЗНИЧНОГО РЫНКА.....	4
СЕТЕВАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ.....	5
КОНСОЛИДАЦИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ.....	5
РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ РФ.....	6
<b>III. ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ</b> .....	<b>8</b>
ОБЗОР РОЗНИЧНОГО РЫНКА СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА.....	8
КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ .....	9
<b>III. ТОРГОВАЯ СЕТЬ «ХОЛИДЕЙ»</b> .....	<b>10</b>
ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	10
ФОРМАТЫ .....	10
ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ.....	11
ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	11
ПОРТФЕЛЬ НЕДВИЖИМОСТИ.....	12
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ.....	12
ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ БАЛАНСА .....	13
<b>IV. ТОРГОВАЯ СЕТЬ «КОРА»</b> .....	<b>14</b>
ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	14
ФОРМАТЫ .....	14
ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ.....	15
ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	15
ПОРТФЕЛЬ НЕДВИЖИМОСТИ.....	16
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ.....	16
ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ БАЛАНСА .....	17
<b>V. ОПИСАНИЕ СДЕЛКИ</b> .....	<b>18</b>
СТРУКТУРА СДЕЛКИ И КЛЮЧЕВЫЕ БЕНЕФИЦИАРЫ.....	18
КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ .....	20
СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА .....	22
СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ .....	24
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА.....	25
ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ .....	26
ПУБЛИЧНЫЕ ЗАЙМЫ .....	26
ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПРОЗРАЧНОСТИ .....	27
ФИНАНСОВЫЕ ПРОГНОЗЫ.....	27
<b>КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b> .....	<b>28</b>

## I. СЛИЯНИЕ «ХОЛИДЕЙ» И «КОРА»

«20» декабря 2007 года завершена сделка по слиянию торговых сетей «Холидей» и «КОРА». В результате сделки появился самый крупный за Уралом розничный оператор.

Торговая сеть «Холидей» объединяет 104 магазина формата супермаркет, магазин у дома и суперстор, расположенных в Новосибирской, Томской, Омской областях и Алтайском крае. Совокупная торговая площадь магазинов составляет 66 тыс. кв.м. Объем товарооборота компании по итогам 2006 года составил 10 млрд. рублей без НДС. На сегодняшний день «Холидей» является крупнейшим ритейлером в Новосибирской области.

Торговая сеть «КОРА» является крупнейшим ритейлером Кемеровской области и объединяет 26 магазинов формата гипермаркет, супермаркет и магазин у дома совокупной торговой площадью 42 тыс. кв. м. Выручка торговой сети «КОРА» за 2006 год составила 4,3 млрд. рублей без НДС

Результатом объединения торговых сетей «Холидей» и «КОРА» стало создание ритейлера, являющегося безусловным лидером Новосибирской и Кемеровской областей, на которые приходится наибольшая доля розничной торговли Сибирского федерального округа. Слияние локальных лидеров «КОРА» и «Холидей» позволит объединенной компании стать основным консолидатором отрасли, абсолютным лидером розничной торговли за Уралом и войти в десятку крупнейших ритейлеров России.

По оценкам компании, в 2007 году выручка объединенной компании составит 19 млрд. рублей без НДС.

Слияние торговых сетей «Холидей» и «КОРА» стало существенным шагом в развитии обеих сетей. Важнейшим итогом слияния стало:

- Расширение географии присутствия и завоевание лидирующих позиций в регионах СФО с наибольшей долей розничной продовольственной торговли. *Следует отметить, что до объединения торговые сети «Холидей» и «КОРА» не конкурировали территориально – магазины торговых сетей размещались в разных географических регионах СФО.*
- Использование преимуществ централизованной системы закупок и объединенных возможностей в работе с поставщиками.
- Увеличение портфеля розничной недвижимости.
- Объединение двух высококвалифицированных команд менеджеров.
- Оптимизация финансовых ресурсов.

Объединение компаний «Холидей» и «КОРА» началось в первом полугодии 2007 года. В первую очередь, была объединена закупочная кампания и финансовые системы. Окончательное завершение объединения «Холидей» и «КОРА» планируется до конца 2008 года.

## II. ОБЗОР РОЗНИЧНОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

### ОБЗОР РОССИЙСКОГО РОЗНИЧНОГО РЫНКА

Согласно исследованию, проведенному стратегической консалтинговой компанией А.Т.Кearney («2007 Global Retail Development Index»), Россия занимает второе место в рейтинге привлекательности развивающихся рынков для глобальных торговых сетей, уступая лишь индийскому. Индекс развития российского рынка (GRDI, Global Retail Development Index) на 2007 год составил 89 пунктов ([www.atkearney.ru](http://www.atkearney.ru)).

Российский рынок розничной торговли рос в среднем на 24% в год в течение 2000-2006гг.

Рис. 1. Оборот розничной торговли в России, 2000-2006гг.



Источник: Росстат

Согласно прогнозу динамики оборота розничной торговли, подготовленному МЭРТ РФ, рост оборота розничной торговли по итогам 2007 года составит 22.4%, в 2008 году – 19.4%, в 2009 году – 15.7% (*умеренно-оптимистичный прогноз, подготовлен в октябре 2007 года*).

По прогнозам на 2010 год, российский рынок станет самым крупным в Европе и одним из крупнейших в мире.

Основу потребительского спроса в России составляют растущие доходы населения, а также потребительское кредитование, получившее в последнее время широкое распространение. Рост доходов населения во многом обусловлен увеличением зарплат, которое напрямую связано с экономическим ростом и дефицитом квалифицированной рабочей силы. По данным Росстат, на протяжении последних семи лет среднегодовые темпы роста среднемесячных доходов населения составляли около 30%.

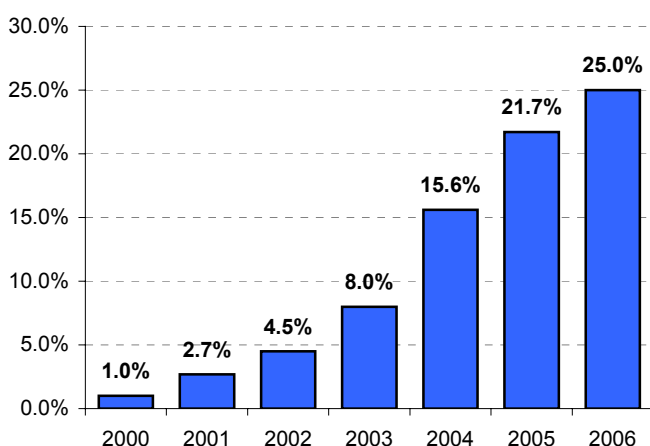
Российский рынок продовольственного ритейла пока далек от насыщения, поскольку российские регионы находятся на разных стадиях развития сетевой торговли, кроме того, доходы населения и благосостояние регионов заметно разнятся.

## СЕТЕВАЯ РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМАТЫ

Сетевая розничная торговля по-прежнему демонстрирует высокие темпы роста, оставаясь одной из самых быстрорастущих отраслей отечественной экономики.

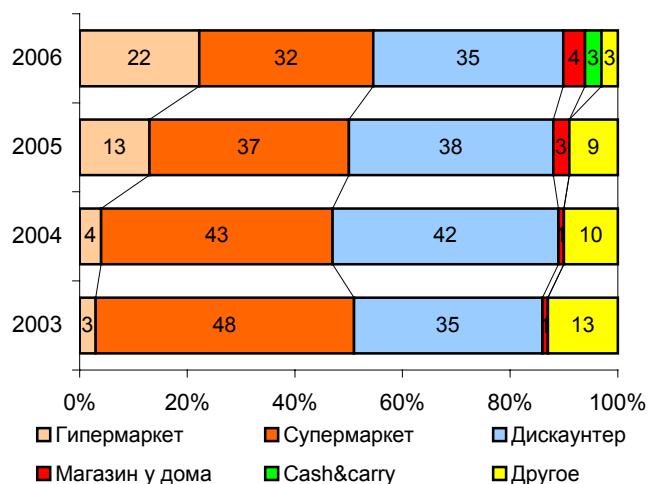
Всего, по оценкам агентства РосБизнесКонсалтинг, на текущий момент в России осуществляют деятельность около 150 торговых сетей. Оборот сетевой торговли продовольственными товарами в 2006 г. составил 36,4 млрд. долларов США (оценка РосБизнесКонсалтинг), что на 47,2% больше по сравнению с соответствующим показателем 2005 г.

**Рис. 2. Рост доли продуктовых торговых сетей в общем обороте розничной торговли продовольственными товарами в РФ, 2000-2006 гг.**



Источник: РБК

**Рис. 3. Структура оборота продуктового ритейла по форматам сетей, 2003-2006 гг.**

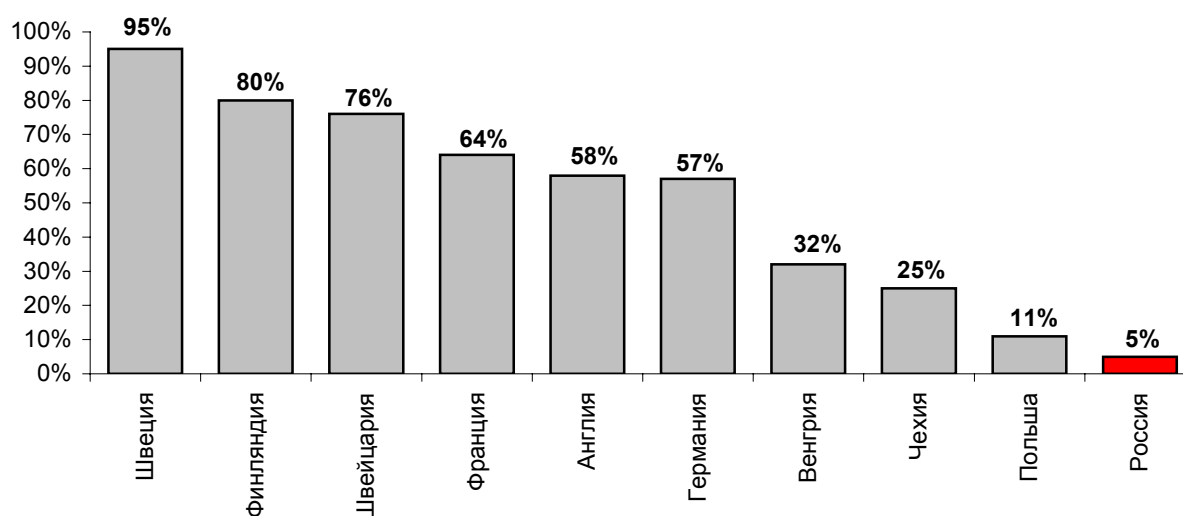


На текущий момент в сегменте продуктового ритейла представлены все основные форматы предприятий:

- гипермаркеты;
- супермаркеты;
- экономичные супермаркеты;
- дискаунтеры;
- cash & carry,
- продуктовые бутики;
- магазины у дома.

## КОНСОЛИДАЦИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ

Российский продуктовый ритейл сильно фрагментирован – в 2006 году на долю пяти крупнейших компаний этого сектора пришлось 6,1% от общего оборота розничной торговли продовольственными товарами и 24,7% от оборота сетевой торговли продовольственными товарами. Такие результаты демонстрируют невысокую степень консолидации российского продуктового ритейла, в связи с чем РосБизнесКонсалтинг прогнозирует увеличение в долгосрочной перспективе доли крупнейших компаний до 45-50% при сохранении существующих условий и среднегодовых темпов роста оборота организованной розничной торговли на уровне 15-19%.

**Рис. 4. Уровень консолидации продовольственного ритейла в России и некоторых европейских странах, 2006г.**


Источник: IGB, ACNielsen, оценка РБК

Учитывая сохраняющуюся умеренную насыщенность рынка, его низкую концентрацию, а также ограниченное присутствие зарубежных ритейлеров, российские розничные сети имеют возможность сохранять высокие темпы роста.

## РОЗНИЧНЫЕ ТОРГОВЫЕ СЕТИ РФ

Согласно рейтингу РосБизнесКонсалтинг, по итогам 2006 года торговая сеть «Холидей» по объему оборота вошла в двадцатку крупнейших продовольственных розничных сетей РФ, при этом по обороту с кв. м. торговой площади сеть заняла 15-е место, по показателю количество покупателей в день – 17-е место.

Согласно тому же рейтингу, по итогам 2006 года сеть «КОРА» занимала 32-е место по объему выручки среди всех продовольственных сетей РФ.

Ниже представлены ключевые показатели финансово-хозяйственной деятельности лидирующих продуктовых розничных сетей РФ в 2006 году:

**Табл. 1. Характеристики крупнейших продуктовых розничных сетей РФ по величине оборота, 2006 г.**

Торговая сеть	Количество магазинов	Ключевые регионы присутствия	Основной формат	Выручка, \$млн	ЕБИТДА, \$млн
<b>X5 Retail Group</b>	1 234	Москва, Санкт-Петербург	Супермаркет, дискаунтер	3 551,5	360
<b>Метро</b>	31	Москва, Санкт-Петербург	Cash&carry	2 557,8	Н/д.
<b>Магнит</b>	1 893	Центр, Юг, Приволжье	Дискаунтер	2 505,0	122,6
<b>Ашан</b>	14	Москва	Гипермаркет	2 020,0	Н/д.
<b>Лента</b>	16	Санкт-Петербург	Клуб оптовой покупки	1 016,0	Н/д.
<b>Дикси</b>	326	Центр, Северо-Запад, Урал	Дискаунтер, гипермаркет, супермаркет	1 009,2	43,1
<b>Копейка</b>	328	Москва	Экономичный супермаркет	979,0	Н/д.

			дискаунтер		
<b>Седьмой континент</b>	121	Москва	Супермаркет, гипермаркет	957,8	103
<b>Виктория</b>	184	Москва, Санкт-Петербург	Cash&carry супермаркет, дискаунтер, магазин у дома	895	Н/д.
<b>О'Кей</b>	10	Санкт-Петербург	Гипермаркет, супермаркет	800	Н/д.
<b>Рамстор</b>	62	Москва	Супермаркет, гипермаркет	727	Н/д.
<b>Холидей + КОРА</b>	90	Новосибирская обл., Кемеровская обл.	Супермаркет, магазин у дома, гипермаркет	536	28
<b>Мосмарт</b>	10	Москва	Гипермаркет, дискаунтер, магазин у дома	467,8	24,3

Источник: данные компании, РБК

Наибольшая конкуренция между сетями наблюдается в Московском и Санкт-Петербургском регионах, в которых на сегодняшний день представлены все 10 крупнейших ритейлеров РФ. На региональных рынках, которые пока что отличаются относительно невысокой долей сетевой торговли, конкуренция ниже.

В настоящий момент доля зарубежных торговых сетей незначительна по сравнению с рынками Восточной Европы, которые полностью контролируются иностранными ритейлерами. Так, в числе 10 крупнейших игроков на российском рынке – Metro Group, Auchan и Рамэнка (Рамстор), которые работают преимущественно в «крупных» торговых форматах.



### III. ПРОДУКТОВЫЙ РИТЕЙЛ В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

#### ОБЗОР РОЗНИЧНОГО РЫНКА СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Сибирский федеральный округ (СФО) является перспективным регионом для развития розничной торговли. По итогам 2006 года объем розничного товарооборота в СФО составил 1013,7 млрд. рублей, или 11,7% всего розничного товарооборота в России (источник: Росстат).

Рынок СФО развивается темпами, опережающими средние темпы роста розничного товарооборота в России.

**Рис. 5. Рост оборота розничной торговли, 2001-2006, %**



**Рис. 6. Доля розничного товарооборота по областям СФО, 2006 г., %**



\* Регионы, в которых объединенная компания «Холидей» и «КОРА» занимает лидирующее положение

Розничная торговля развита во всех областях СФО. При этом наибольшая доля розничной торговли приходится на Новосибирскую и Кемеровскую области.

Вышеуказанные области обеспечивают рост благосостояния населения данного региона. По итогам 2006 года среднемесячные денежные доходы на душу населения в СФО составили 8049 рублей. Несмотря на то, что данный показатель ниже среднего по России, его темпы роста опережают среднероссийский уровень.

Как и в целом по России, темпы роста розничной торговли в СФО, помимо экономического роста и роста доходов населения, будут определяться увеличением доли организованной торговли и консолидации в отрасли.

На сегодняшний день доля современных форматов в структуре розничных продаж по способам реализации в СФО значительно ниже среднероссийского уровня, что в совокупности с динамичным ростом ВРП и доходов населения говорит о мощном потенциале их дальнейшего развития. При этом в СФО востребованы практически все виды современных форматов.

К отличительным чертам розничной отрасли СФО относится как низкая плотность населения, так и большие расстояния между населенными пунктами. По плотности населения СФО занимает предпоследнее место среди федеральных округов – всего 4,0 человека на кв. километр. Более низкий уровень плотности населения наблюдается лишь в Дальневосточном ФО. С одной стороны этот фактор является негативным для рентабельности розничных сетей, с другой – это естественная преграда для входа конкурентов, которая дает время локальным игрокам усилить свои рыночные позиции.



## КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА В СИБИРСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

По итогам 2006 года Торговая сеть «Холидей» заняла 2-е место, а Торговая сеть «КОРА» - 4-е место в рейтинге крупнейших сетей розничной торговли СФО («Рейтинг «Топ-10 сибирского ритейла», Коммерсант). Ниже представлены 5 крупнейших ритейлеров СФО в 2006 году:

Табл. 2. Характеристики лидирующих розничных операторов СФО, 2006 г.

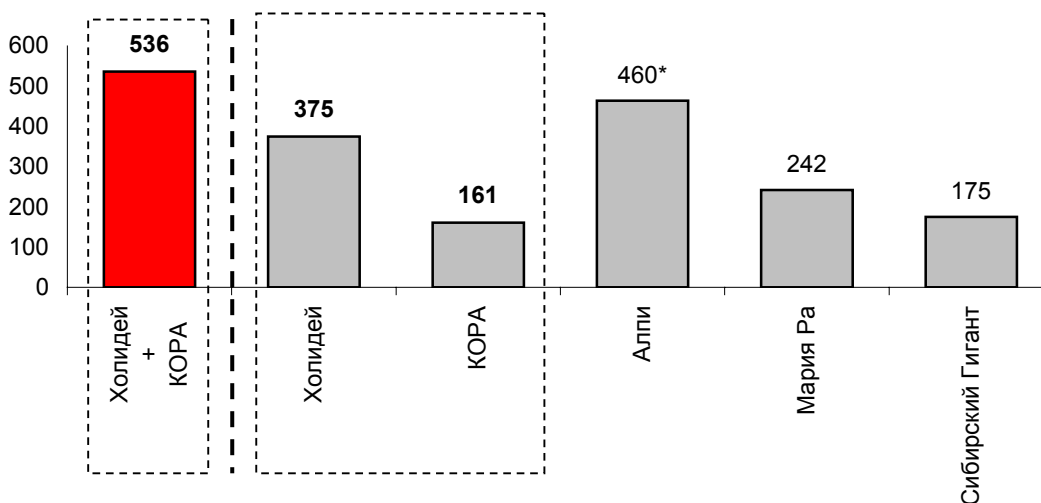
	Холидей	КОРА	Алли	Мария Ра	Сибирский Гигант
Оборот в 2006 году (\$ млн.)	375	161	460*	242	175
Формат торговли	Супермаркет, магазин у дома	Супермаркет, гипермаркет, магазин у дома	ТРЦ, гипермаркет супермаркет, универсам	Супермаркет, универсам	Гипермаркет, супермаркет
Количество магазинов на 31.12.2006 г.	70	20	70	98	7
Торговая площадь, тыс. кв. м.	50	23	400	83	20
Основной регион присутствия	Новосибирская обл.	Кемеровская обл.	Красноярский край	Алтайский край	Новосибирская обл.

\*помимо розничного товарооборота, включает в себя выручку от реализации мяса птицы. Данные по розничному товарообороту компании не доступны

Источник: данные компаний, Коммерсант

Выручка торговой сети «Холидей» и «КОРА» по итогам 2006 года составила 375 млн. долларов США и 161 млн. долларов США соответственно, а их суммарная выручка - 536 млн. долларов США. Это наибольший показатель среди всех ритейлеров Сибирского федерального округа.

Рис. 7. Крупнейшие ритейлеры СФО по величине оборота, 2006 г.



\*помимо розничного товарооборота, включает в себя выручку от реализации мяса птицы

Источник: данные компаний, РБК

В Сибирском федеральном округе доминирующее положение занимают региональные компании, что обусловлено удаленностью федерального округа и слабым развитием логистики. При этом наблюдается тенденция к укрупнению локальных компаний.

На сегодняшний день из крупнейших федеральных сетей в Сибирском федеральном округе представлены только X5 Retail Group (по франчайзингу), Мосмарт и Лента. Также присутствуют иностранные сети Метро, Рамстор и Ашан.

### III. ТОРГОВАЯ СЕТЬ «ХОЛИДЕЙ»

#### ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

По итогам 2006 года совокупная выручка Торговой сети «Холидей» составила 10 млрд. руб. без НДС (*pro-forma консолидированной финансовой отчетности группы «Холидей» по МСФО и управленческой отчетности торговой сети «Сибиряда»*).

Значение EBITDA за 2006 год составило 560 млн. руб. Чистая прибыль Компании по итогам 2006 года составила 261 млн. руб.

По состоянию на 31 декабря 2006 года торговая сеть «Холидей» насчитывала 70 магазинов. Совокупная торговая площадь магазинов сети составила 50 тыс. кв.м.

Рис. 8. Динамика выручки, млн. руб.

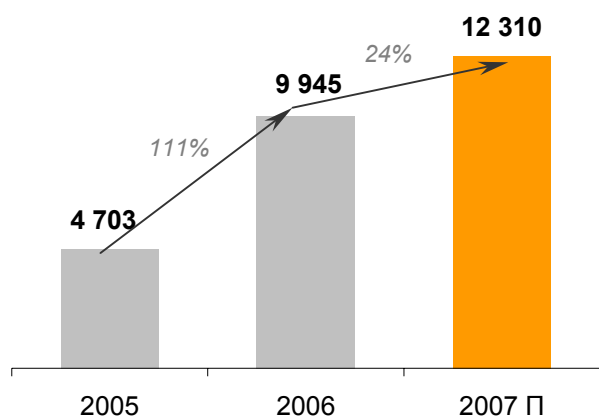
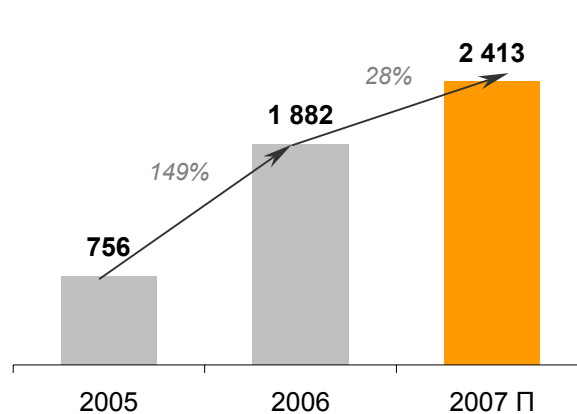


Рис. 9. Динамика валовой прибыли, млн. руб.



Источник: Группа «Холидей»

#### ФОРМАТЫ


В настоящее время Торговая сеть «Холидей» развивает 3 формата:

- супермаркет (бренд «Холидей Классик»),
- магазин у дома (бренд «Сибиряда»)
- суперстор (бренд «Турне»).

*Кроме того, в состав торговой сети входит один гипермаркет торговой площадью 4 тыс. кв.м., расположенный в г.Барнаул.*

Такая модель развития позволяет ориентироваться на потребителей с разными уровнями дохода и потребностями. Она также упрощает проникновение на новые рынки, поскольку учитывает их конкретные особенности. Для каждого формата компанией разработаны жесткие стандарты по оборудованию, ассортименту, выкладке, персоналу и пр.

**Табл. 3. Характеристики форматов торговой сети**

СУПЕРМАРКЕТ	МАГАЗИН У ДОМА	СУПЕРСТОП
		
37 магазинов*	64 магазин*	2 магазина
Общая торговая площадь 29 тыс. кв.м.	Общая торговая площадь 29 тыс. кв.м.	Общая торговая площадь 4 тыс. кв.м.
Площадь торгового зала 500 – 1 500 кв.м.	Площадь торгового зала 200 – 500 кв.м.	Площадь торгового зала 2 000 - 4 000 кв.м.
Количество ассортиментных позиций: 6 200 - 12 500 наименований	Количество ассортиментных позиций: 3 000-6 200 наименований	Количество ассортиментных позиций: 8 000-27 000 наименований
Расположение: спальные районы	Расположение: шаговая доступность от дома	Расположение: торговые центры

\* Данные на 20.12.2007г.

## ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ

Одним из факторов доминирующего положения Торговой сети «Холидей» на розничном рынке СФО является высокая степень покрытия городской территории. Магазины сети располагаются, как правило, в «спальных районах» и на пересечении транспортных магистралей. Ряд магазинов сети расположен в крупных торговых центрах Новосибирска, Томска, Омска и Барнаула.

**Табл. 4. География присутствия магазинов Торговой сети «Холидей» на 20.12.2007г.**

Регион присутствия	Супермаркет	Магазин у дома	Суперстоп	Гипермаркет
<b>Новосибирская область</b>				
Новосибирск и пригороды*	24	25	1	-
Новосибирская область	1	9	-	-
<b>Алтайский край</b>				
Барнаул	5	5	-	1
Крупные города	2	1	-	-
<b>Томская область</b>				
Томск и пригороды**	4	3	-	-
<b>Омская область</b>				
Омск	1	21	1	-
<b>Итого</b>	<b>37</b>	<b>64</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

\* г. Бердск, пос. Краснообск, пос Кольцово

\*\* г.Северск

Источник: Группа «Холидей»

## ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На сегодняшний день торговая сеть «Холидей» включает в себя 104 магазина, расположенных в Новосибирской, Томской, Омской областях и Алтайском крае. Совокупная торговая площадь магазинов сети составляет 66 тыс. кв.м.

Рис. 10. Динамика роста магазинов сети

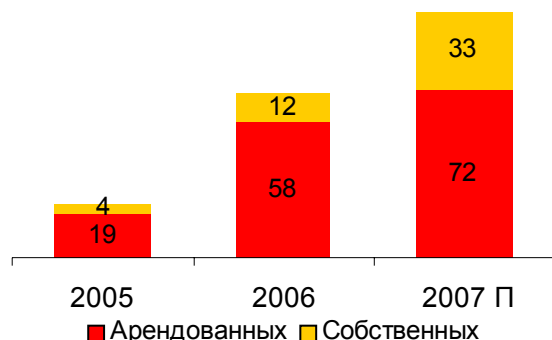
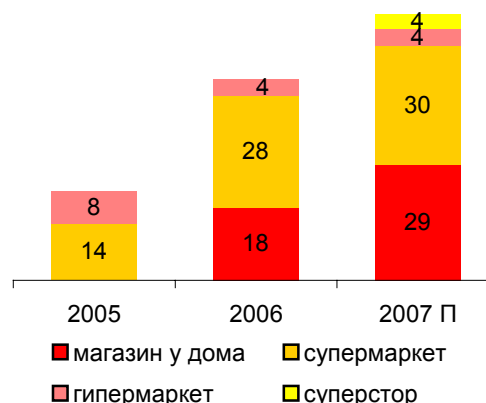


Рис. 11. Изменение торговых площадей, тыс. кв.м.



Источник: Группа «Холидей»

В 2006 году в магазинах Торговой сети «Холидей» было совершено 55 млн. покупок, что на 107% больше, чем годом ранее. В настоящий момент через магазины сети проходит более 180 тыс. покупателей ежедневно.

За 2006 год сопоставимые продажи (Like-for-Like sales)<sup>1</sup> по Группе в целом увеличились на 12,8% за счет роста посещаемости магазинов на 4,6% и увеличения среднего чека на 8,2%.

## ПОРТФЕЛЬ НЕДВИЖИМОСТИ

Портфель недвижимости Компании включает 43 объекта общей площадью 75 тыс. кв.м. и рыночной стоимостью 3.4 млрд. рублей без НДС, в том числе:

- 37 магазинов совокупной площадью 47 тыс. кв.м. (из них 43,1 тыс. кв.м. приходится на работающие объекты, остальные площади находятся в процессе запуска);
- торгово-развлекательный центр «Томь» площадью 10,6 тыс. кв.м.;
- здание офиса в г.Новосибирск площадью 1,7 тыс. кв.м.;
- логистический центр класса «А» в г.Новосибирск площадью 9 тыс. кв.м.;
- складские, производственные и прочие помещения площадью 6,7 тыс. кв.м.

В настоящий момент завершается сделка по приобретению 7 магазинов в г.Новокузнецк общей площадью 7,1 тыс. кв.м.

Кроме того, компания приступила к строительству двух супермаркетов в г.Новосибирск, а также запускает супермаркет в г. Омск (долевое строительство).

## ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

В 2006 году Группа «Холидей» приобрела розничную торговую сеть «Сибириада». Присоединение торговой сети «Сибириада» к Группе было юридически завершено 01 ноября 2006 года, в связи с чем консолидированная финансовая отчетность Группы «Холидей», подготовленная в соответствии с требованиями МСФО, включает в себя результаты торговой сети «Сибириада» лишь начиная с даты завершения сделки, что не отражает реальный масштаб операций Группы в целом.

<sup>1</sup> показатель рассчитан в рублях по супермаркетам «Холидей Классик» и магазинам у дома «Сибириада», открытым до 01.01.2005.

Принимая во внимание данный факт, целесообразно оценивать финансовое состояние Группы на основании данных проформы консолидированной финансовой отчетности Группы «Холидей» по МСФО за 2006 года и финансовых показателей сети «Сибиряда» за 10 месяцев 2006 года (до 01.11.2006).

Ниже представлены основные показатели проформы отчетности Группы «Холидей» за 2006 г.

**Табл. 5. Основные статьи Отчета о прибылях и убытках Группы «Холидей», 2006г.**

Данные в млн. руб.	Группа «Холидей» 2006 год*	Торговая сеть «Сибиряда» январь-октябрь 2006г.**	Pro-forma 2006 год
<b>Выручка от реализации</b>	7 405,8	2 538,8	<b>9 944,6</b>
Себестоимость реализации	(5 994,4)	(2 068,7)	<b>(8 063,1)</b>
<b>Валовая прибыль</b>	1 411,4	470,1	<b>1 881,5</b>
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы***	(1 270,3)	(277,3)	<b>(1 547,6)</b>
<b>Прибыль от основной деятельности</b>	141,2	192,8	<b>334,0</b>
Прочие доходы	9,6	101,1	<b>110,7</b>
Финансовые расходы, нетто	(164,3)	(6,3)	<b>(170,6)</b>
Налог на прибыль	14,2	(27,0)	<b>(12,8)</b>
<b>Прибыль (убыток) за год</b>	0,7	260,6	<b>261,3</b>

\* по данным консолидированной финансовой отчетности Группы «Холидей» по МСФО за 2006 год

\*\* по данным управленческой отчетности Торговой сети «Сибиряда» за 10 месяцев года

\*\*\* включая амортизацию

## ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ БАЛАНСА

Консолидированные статьи баланса Группы «Холидей», в соответствии с консолидированной финансовой отчетностью по МСФО, представлены в таблице:

**Табл. 6. Основные балансовые показатели Группы «Холидей», 2006г.**

Данные в млн. руб.	31.12.2006
Внеоборотные активы	4 027
в т.ч. здания и земельные участки	2 095
Оборотные активы	1 983
Долг	3 456
Чистый долг	3150
Собственный капитал	1 036

Источник: консолидированная финансовая отчетность Группы «Холидей» по МСФО за 2006 год

## IV. ТОРГОВАЯ СЕТЬ «КОРА»

### ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В 2006 году торговая сеть «КОРА» закрепила позиции ведущего розничного оператора в Кемеровской области. Совокупная выручка торговой сети по итогам 2006 года составила 4,3 млрд. руб. без НДС. Сумма EBITDA за 2006 года составила 187 млн. руб.

По состоянию на 31 декабря 2006 г. торговая сеть «КОРА» насчитывала 20 магазинов. Совокупная торговая площадь магазинов сети составила 23 тыс. кв.м.

Рис. 12. Динамика выручки, млн. руб.

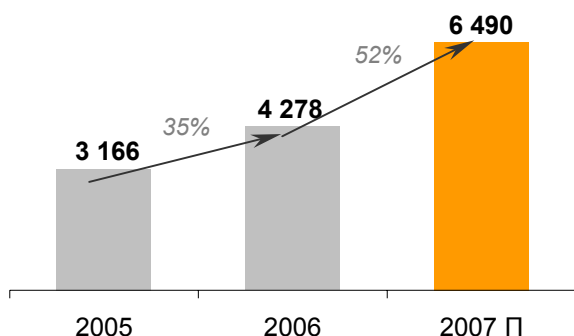
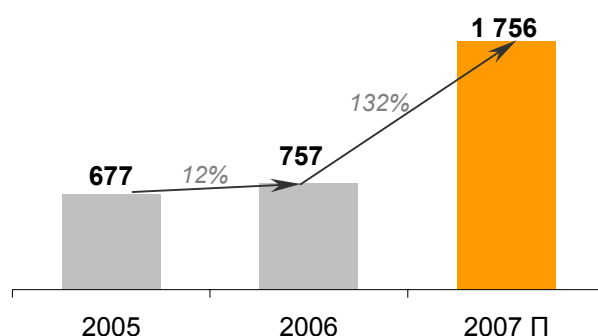


Рис. 13. Динамика валовой прибыли, млн. руб.



Источник: Группа «КОРА»

### ФОРМАТЫ

Компания придерживается мультиформатной стратегии развития, выделяя три основных формата:

- супермаркет;
- гипермаркет;
- магазин у дома.

Форматы определяются торговой площадью, количеством наименований продукции и ценовой категорией товаров.

Табл. 7. Основные характеристики форматов торговой сети

СУПЕРМАРКЕТ	ГИПЕРМАРКЕТ	МАГАЗИН У ДОМА
 СИСТЕМА МАГАЗИНОВ	 ПАЛАТА гипермаркет	 червянец
14 магазинов* Общая торг. площадь 16,9 тыс. кв.м. Торговый зал от 1000 до 3000 кв.м. Количество ассортиментных позиций более 20 000 наименований Расположение: в центральной части города, спальные районы *Данные на 20.12.2007г.	5 магазинов* Общая торг. площадь 21,5 тыс. кв.м. Торговый зал от 4000 до 6000 кв.м. Количество ассортиментных позиций более 30 000 наименований Расположение: в областных центрах на окраине города	7 магазинов* Общая торг. площадь 3,2 тыс. кв.м. Торговый зал от 250 до 600 кв.м. Количество ассортиментных позиций более 5 000 наименований. Расположение: в центральной части города и в спальных районах .

## ГЕОГРАФИЯ ПРИСУТСТВИЯ

За 10 лет существования торговой сети «КОРА» было открыто 25 магазинов в семи городах Кемеровской области и 1 магазин в г.Новосибирск (декабрь 2007г.).

Табл. 8. География присутствия магазинов Торговой сети «КОРА» на 20.12.2007г.

Город	Супермаркет	Гипермаркет	Магазин у дома
<b>Кемеровская область</b>			
Кемерово	9	2	2
Новокузнецк	1	1	3
Ленинск-Кузнецкий	1	1	-
Прокопьевск	-	1	1
Березовский	1	-	-
Киселевск	1	-	-
Полысаево	-	-	1
<b>Новосибирская область</b>			
Новосибирск	1	-	-
<b>Итого</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>7</b>



Источник: Группа «КОРА»

## ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На сегодняшний день торговая сеть «КОРА» включает 26 магазинов. Совокупная торговая площадь магазинов сети составляет 42 тыс. кв.м.

Рис. 14. Динамика роста магазинов сети

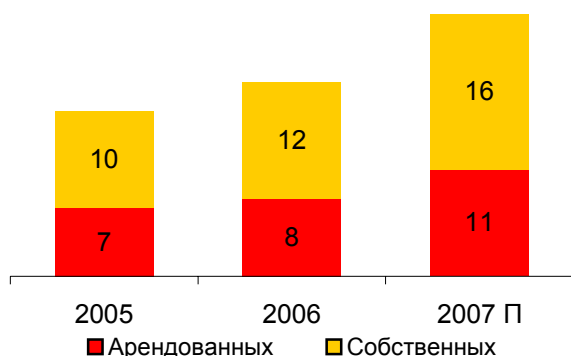
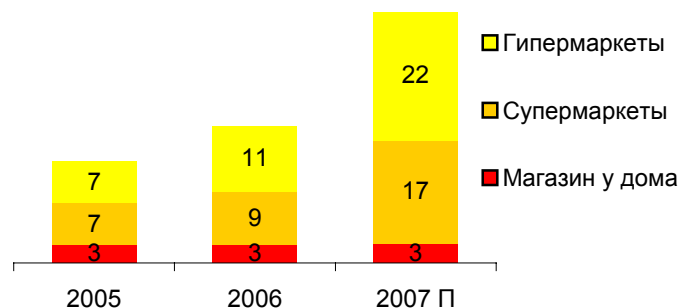


Рис. 15. Изменение торговых площадей, тыс. кв.м.



Источник: Группа «КОРА»

В 2006 году в магазинах сети было совершено 19,5 млн. покупок, что на 26% больше, чем годом ранее. В настоящий момент через магазины сети проходит более 70 тысяч покупателей ежедневно.

В 2006 году средний чек на одного покупателя в магазинах «КОРА» составил 253 рубля, что на 10% выше, чем годом ранее.



За 2006 год сопоставимые продажи (Like-for-Like sales)<sup>2</sup> по Группе в целом увеличились на 10%

## ПОРТФЕЛЬ НЕДВИЖИМОСТИ

Портфель недвижимости Компании включает 17 объектов общей площадью 110,7 тыс. кв.м. и рыночной стоимостью 4 млрд. руб. без НДС, в том числе:

- 13 действующих магазинов совокупной площадью 41.4 тыс. кв.м.;
- 2 торговых центра
  - ТЦ «Фабрика» (общая площадь 23,9 тыс. кв.м., г.Ленинск-Кузнецкий)
  - ТЦ «Максима» (общая площадь 13,9 тыс.кв.м., г.Прокопьевск)
- цех полуфабрикатов в Кемерово общей площадью 0,8 тыс. кв.м.;
- складские помещения общей площадью 30,7 тыс. кв.м.

В настоящий момент оформляется приобретение магазина в г.Киселевск общей площадью 1 тыс. кв.м. Кроме того, компания приступила к строительству суперстора и гипермаркета в г.Новосибирск, а также гипермаркета в г. Новокузнецк. Общая площадь строящихся объектов составляет 25.4 тыс. кв.м. Запуск магазинов планируется в 2008 году.

## ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ

Ниже представлены основные показатели отчета о прибылях и убытках Группы «КОРА» за 2006 год в соответствии с консолидированной финансовой отчетностью по МСФО:

Табл. 9. Основные статья Отчета о прибылях и убытках Группы «КОРА», 2006г.

Данные в млн. руб.	2006
<b>Выручка от реализации</b>	4 278
Себестоимость реализации	(3 521)
<b>Валовая прибыль</b>	757
Коммерческие, общехозяйственные и административные расходы	(664)
Прочие доходы/ расходы	48
<b>Операционная прибыль</b>	141
Финансовые расходы, нетто	(156)
<b>Убыток до налогообложения</b>	(15)
Налог на прибыль	(40)
<b>Прибыль (убыток) за год</b>	(56)

Источник: Консолидированная финансовая отчетность Группы «КОРА» по МСФО за 2006 год

Отрицательный результат деятельности Группы «КОРА» по итогам 2006 года связан с первым применением международных стандартов финансовой отчетности, а также с большими финансовыми расходами компании, вызванными значительной инвестиционной программой 2005-2006 гг., реализация которой позволила достичь высокой динамики выручки и валовой прибыли в 2006-2007 гг.

<sup>2</sup> показатель рассчитан в рублях по магазинам, открытым до 01.01.2005

## ОСНОВНЫЕ СТАТЬИ БАЛАНСА

Ниже представлены основные статьи баланса Группы «КОРА» на 31.12.2006 г. в соответствии с консолидированной финансовой отчетностью по МСФО.

**Табл. 10. Основные балансовые показатели Группы «КОРА», 2006г.**

<b>Данные в млн. руб.</b>	<b>31.12.2006</b>
Внеоборотные активы	4 391
<i>в т.ч. здания и земельные участки</i>	<i>2 185</i>
Оборотные активы	954
Итого активы	5 345
Долг	2 512
Чистый долг	2 346
Собственный капитал	1 698

Источник: Консолидированная финансовая отчетность Группы «КОРА» по МСФО за 2006 год

## V. ОПИСАНИЕ СДЕЛКИ

### СТРУКТУРА СДЕЛКИ И КЛЮЧЕВЫЕ БЕНЕФИЦИАРЫ

Сделка по слиянию Торговых сетей «Холидей» и «КОРА» завершена «20» декабря 2007 года.

В результате слияния акционеры «Холидей» сохранили за собой 83% акций компании, а акционеры «КОРА» приобрели 17% акций объединенной компании и получили 80 млн. долл. Эти деньги были направлены на выкуп акций «КОРА» у Фонда Прямых Инвестиций под управлением ИФК «Алемар» и миноритарных акционеров «КОРА». Таким образом, ключевыми бенефициарами объединенной компании стали Скороходов Н.А., Брыкин А.Н., Аксенов Ю.В., Дубейко А.П., Степанов С.В., Иванов И.А. и фонд Russian Retail Growth Fund под управлением Renova Capital.

**Скороходов Николай Александрович** – председатель совета директоров. Имеет существенный опыт работы в инвестиционной и банковской сфере. С 1997 года осуществлял руководство группой компаний «Лэнд». Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.

**Брыкин Александр Николаевич** – член совета директоров. Курирует стратегическое финансирование Группы «Холидей». Имеет большой опыт работы на руководящих постах в инвестиционной и банковской сфере. Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.

**Аксенов Юрий Вячеславович** – член совета директоров. Курирует стратегическое управление Группы «Холидей». Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.

**Дубейко Анатолий Петрович** – Председатель Совета директоров ОАО «Инвестиционный Городской Банк». Работает в банке с 2002 года. Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.

**Степанов Сергей Владимирович** – член Совета директоров ОАО «УК «КОРА», генеральный директор ОАО «УК «КОРА». Работает в Группе «КОРА» с 1999 года. Имеет опыт работы на руководящих постах в сфере розничной торговли более 15 лет. Окончил Орджоникидзево высшее зенитное ракетное командное училище ПВО.

**Иванов Игорь Алексеевич** - председатель Совета Директоров ОАО УК «КОРА», заместитель генерального директора ОАО «УК «КОРА». Работает в Группе «КОРА» с 1993 года. Имеет значительный опыт работы на руководящих постах в сфере розничной торговли. Окончил физический факультет Кемеровского государственного университета.

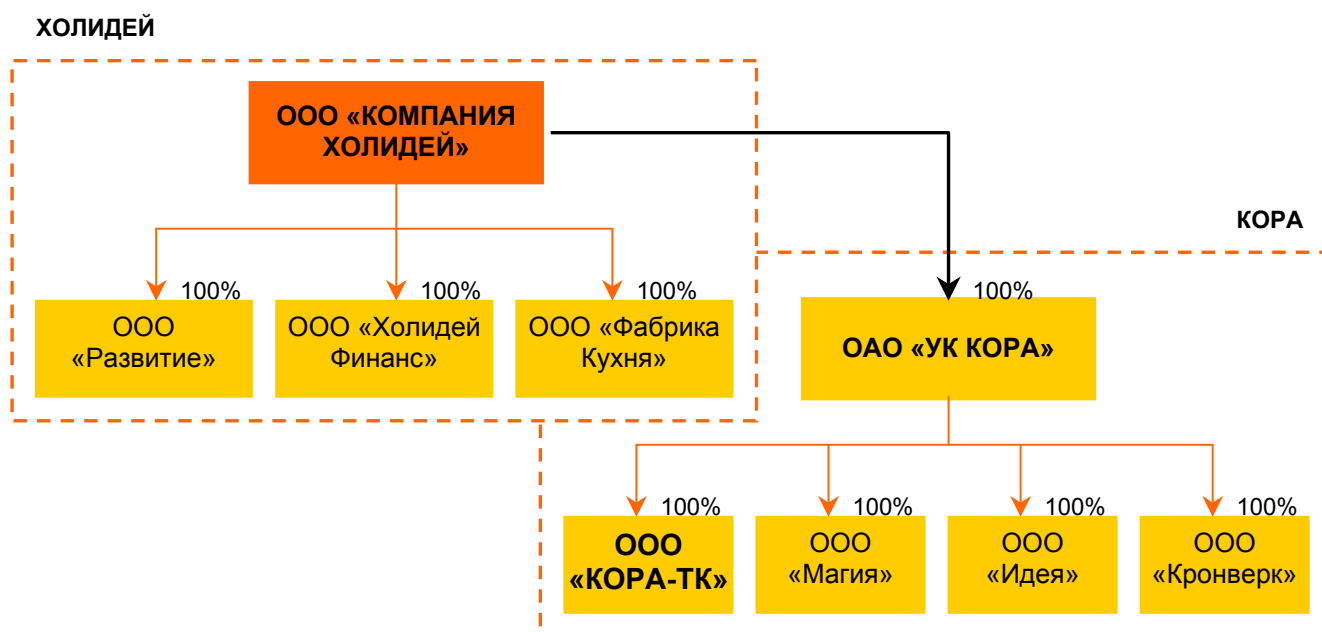
**Renova Capital** – одна из ведущих российских компаний, управляющих фондами прямых инвестиций. В настоящее время имеет два фонда под управлением: Renova Capital One и Russian Retail Growth Fund.

Renova Capital One - фонд с капиталом \$200 млн., сформированный в 2004 г. Фонд полностью проинвестирован в 2004-2006 гг. Инвестиции фонда были направлены на приобретение акций фармацевтической компании Натур Продукт, телекоммуникационной компании Корбина Телеком, логистического оператора Relogix, складской девелоперской компании Международное логистическое партнерство (МЛП), а также доли в канадской золотодобывающей компании Евразия Голд с активами в Казахстане.

Russian Retail Growth Fund (RRGF) - фонд с капиталом \$300 млн., формируемый в настоящее время. Фонд ориентируется на работу со средними и крупными компаниями, занимающими лидирующие позиции на рынках России и СНГ. Приоритетными направлениями для инвестиций являются быстрорастущие компании потребительского сектора и сектора услуг, а также компании из отраслей, обладающих потенциалом консолидации. На сегодняшний день фонд инвестировал более \$100 млн. в компании SPAR (розничная торговля в Центральной России), СПСР-Экспресс (экспресс доставка) и Холидей (розничная торговля в Сибирском регионе).

## СТРУКТУРА ОБЪЕДИНЕННОЙ КОМПАНИИ

Рис. 16. Структура объединенной компании



Ниже приведено описание компаний, входящих в состав Группы:

Табл. 11. Описание вида деятельности юридических лиц объединенной компании

Юридическое лицо	Вид деятельности
ООО «Компания Холидей»	Розничная торговля продовольственными и сопутствующими товарами через магазины торговой сети «Холидей» (бренды «Холидей Классик», «Сибиряда», «Турне»). Собственник активов (зданий, оборудования).
ООО «Развитие»	Собственник недвижимости (сдача помещений в аренду ООО «Компания Холидей»)
ООО «Холидей Финанс»	Осуществление заёмного финансирования через выпуск долговых ценных бумаг и организация централизованного финансирования развития Группы «Холидей»
ООО «Фабрика-кухня»	Производство кулинарной продукции для реализации в магазинах торговой сети «Холидей».
ОАО «УК КОРА»	Осуществление заёмного финансирования через выпуск долговых ценных бумаг Собственник юридических лиц.
ООО «КОРА-ТК»	Розничная торговля продовольственными и сопутствующими товарами через магазины торговой сети «КОРА» (бренды «КОРА», «Палата», «Червонец»). Собственник активов (зданий, оборудования).
ООО «Магия»	Производство кондитерских изделий, реализуемых в магазинах Торговой сети «КОРА»
ООО «Идея»	Производство хлебопекарной продукции, салатов и продукции гриль
ООО «Кронверк»	Собственник недвижимости (сдача помещений в аренду ООО «КОРА-ТК»)

Источник: данные компании

## КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Высшим органом управления Компании является **Общее собрание участников**. К компетенции Общего собрания участников относится определение основных направлений деятельности Компании и избрание членов Совета директоров.

К компетенции **Совета директоров** относится общее руководство деятельностью компании. Совет директоров действует на основании Устава и Положения о Совете директоров, утверждаемого Общим собранием участников.

В состав Совета директоров входят:

**Скороходов Николай Александрович** – председатель совета директоров.

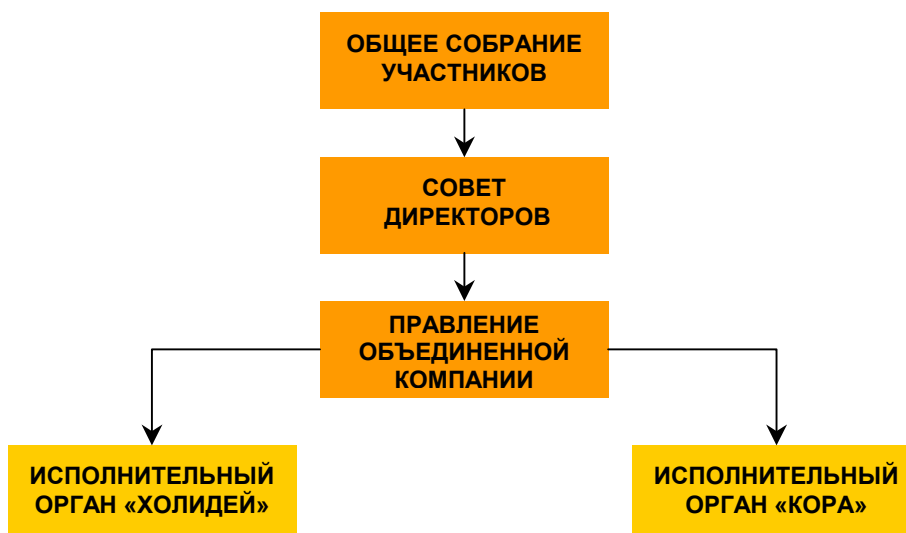
**Брыкин Александр Николаевич**

**Аксенов Юрий Вячеславович**

**Степанов Сергей Владимирович**

**Царьков Олег Игоревич**

Рис. 17. Структура корпоративного управления



Источник: Данные компании

Управление объединенной компанией возложено на Правление, в состав которого входят члены Совета Директоров и менеджеры компаний.

Правление объединенной компании решает следующие задачи:

- Обеспечение роста эффективности и улучшения финансовых показателей компании в период подготовки организационного объединения компаний «Холидей» и «КОРА».
- Анализ и организация технологического обмена между компаниями, организация изменений в каждой из компаний для приведения основных технологических процессов к единым стандартам.
- Получение синергетического эффекта от объединения закупочных подразделений.

Руководство образовавшейся объединенной компании – одно из ее основных преимуществ. Опыт менеджмента компании является залогом успешной реализации ее стратегии.

Табл. 12. Состав Правления объединенной компании

ФИО	Должность	Опыт работы
Степанов Сергей Владимирович	Председатель Правления Член Совета директоров	Работает в Группе «КОРА» с 1999 года. Имеет опыт работы на руководящих постах в сфере розничной торговли более 15 лет. Окончил Орджоникидзевское высшее зенитное ракетное командное училище ПВО.
Брыкин Александр Николаевич	Член Совета директоров	Курирует стратегическое финансирование Группы «Холидей». Имеет большой опыт работы на руководящих постах в инвестиционной и банковской сфере. Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.
Вершинин Константин Сергеевич	Директор по закупке и логистике	Руководит закупками и логистикой объединенной компании. Работает в Группе «КОРА» с 2001 года. Имеет десятилетний опыт работы в логистике дистрибуционных компаний и торговых сетей. Окончил экономический факультет Кемеровского государственного университета. Кандидат экономических наук.
Захаров Алексей Владимирович	Генеральный директор ООО «Компания Холидей»	Работает в Группе «Холидей» со дня ее основания. Окончил Государственную академию управления имени Серго Орджоникидзе (г. Москва) по специальности «Информационные системы в управлении»
Забалуева Наталья Георгиевна	Директор по персоналу и организационному развитию	Работает в Группе «КОРА» с 2003 года. Окончила химический факультет Кемеровского государственного университета. Имеет второе высшее образование по специальности «практический психолог» и большой опыт работы в данной сфере деятельности и в сфере управления персоналом.
Люльль Татьяна Раисовна	Директор по маркетингу	Работает в Группе «КОРА» с 2001 года. Окончила Кемеровский технологический институт пищевой промышленности по специальности «Экономика и управление на Предприятии».
Саженова Татьяна Григорьевна	Генеральный директор ООО «КОРА-ТК»	Работает в Группе «КОРА» с 1997 года. Окончила Биологический факультет Кемеровского государственного университета. Имеет второе высшее образование по специальности «Экономика и управление на предприятии (торговли)»
Трунов Владимир Александрович	Директор по организационному развитию	Занимает пост директора по организационному развитию с момента объединения Торговых сетей «Холидей» и «Сибириада» в 2006 году. С 2004 года работал на руководящих постах в Торговой сети «Сибириада». Окончил физический факультет Новосибирского государственного университета.
Яблоков Роман Юрьевич	Финансовый директор	Работает в Группе «Холидей» с 2002 года. Имеет опыт работы на руководящих постах в области экономики и финансов крупных торговых сетей более 10 лет. Окончил экономический факультет Новосибирского государственного университета.

## СИНЕРГЕТИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Слияние торговых сетей «Холидей» и «КОРА» стало существенным шагом в развитии обеих сетей. Важнейшим итогом слияния стало создание мультиформатного ритейлера, покрывающего значительную часть территории СФО, обладающего значительными возможностями для дальнейшего развития. Использование преимуществ локальных лидеров позволит объединенной компании стать основным консолидатором отрасли, абсолютным лидером розничной торговли за Уралом и войти в десятку крупнейших ритейлеров России.

Синергетические преимущества слияния заключаются в следующем:

- **Расширение географии присутствия**

Объединенная компания покрывает значительную часть территории СФО и является безусловным лидером Новосибирской (торговая сеть «Холидей») и Кемеровской (торговая сеть «КОРА») областей и имеет все предпосылки для завоевания лидерства в других целевых регионах развития.

Следует отметить, что до объединения торговые сети «Холидей» и «КОРА» не конкурировали территориально – магазины торговых сетей размещались в разных географических регионах Сибирского федерального округа.

В настоящий момент сети «КОРА» и «Холидей» вместе насчитывают 130 магазинов в Кемеровской, Новосибирской, Томской, Омской областях и в Алтайском крае. Их совокупная торговая площадь составляет 108 тыс. кв. м.

До конца 2007 года компания планирует открыть еще 2 магазина совокупной торговой площадью 1,3 тыс. кв.м.

- **Мультиформатность**

После объединения компания представлена следующими форматами:

- супермаркет,
- магазин у дома,
- суперстор,
- гипермаркет.

Торговая сеть «Холидей» объединяет супермаркеты «Холидей Классик», магазины у дома «Сибиряда» и суперсторы «Турне».

Торговая сеть «КОРА» представлена гипермаркетами «Палата», супермаркетами «КОРА» и магазинами у дома «Червонец».

Мультиформатность торговой сети является важнейшим конкурентным преимуществом, позволяющим развиваться в полном соответствии с потребностями рынка в различных регионах присутствия и удовлетворять потребности различных целевых групп потребителей.

- **Единая система закупок и объединенные возможности в работе с поставщиками**

Работа в области централизации системы закупок началась в октябре 2007 года. Объединение объемов закупок позволит компании получить экономический эффект масштаба в виде наиболее выгодных товарных предложений. Компания ведет единую переговорную кампанию с поставщиками практически всех уровней: региональных, федеральных, транснациональных.

В настоящий момент ведется работа по выравниванию закупочных цен - перезаключаются договора с поставщиками по ценам, соответствующим меньшим



ценам, ранее применяемым к одной из двух сетей, входящих в состав объединенной компании.

▪ **Развитая система логистики**

Развитая система логистики является фактором, во многом предопределяющим успех Компании в регионах присутствия. Логистика объединенной компании построена на базе трех современных распределительных центров:

- РЦ в Новосибирске площадью 9000 кв. м. обслуживает территории Новосибирской, Томской областей и Алтайского края.
- РЦ в Кемерово площадью 7000 кв.м. покрывает всю территорию Кузбасса.
- РЦ в Омске площадью 4 000 кв.м. работает на Омскую область.

Один РЦ может эффективно обслуживать территорию радиусом до 400 км.

Следует отметить, что Торговая сеть «КОРА» выросла из дистрибуционной оптовой компании, поэтому имеет большой опыт работы с РЦ, который позволит объединенной компании увеличить степень централизации поставок.

▪ **Значительный портфель недвижимости**

Портфель недвижимости объединенной компании включает 60 объектов общей площадью 185,7 тыс. кв.м. и рыночной стоимостью 7,4 млрд. рублей без НДС, в том числе:

- 45 действующих магазинов (*общая площадь 84,5 тыс. кв.м.*);
- 3 торговых центра (*общая площадь 48,4 тыс. кв.м.*);

*Более 50% общей площади действующих магазинов находятся в собственности объединенной компании.*

- 5 торговых площадок в процессе запуска (*общая площадь 3,9 тыс. кв.м.*);
- распределительный центр в г.Новосибирск (*9 тыс. кв.м.*);
- здание офиса в г.Новосибирск (*1,7 тыс. кв.м.*);
- складские, производственные и прочие помещения (*общая площадь 38,2 тыс. кв.м.*).

Доля объектов недвижимости, свободных от обременений (не являющихся обеспечением по банковским кредитам), составляет 37% в общей стоимости портфеля недвижимости.

В настоящее время компания оформляет приобретение 8 магазинов общей площадью 8.1 тыс. кв.м.

В процессе строительства находятся два супермаркета, один гипермаркет и один суперстор в г.Новосибирск, супермаркет в г. Омск, а также гипермаркет в г. Новокузнецк.

▪ **Объединение опыта в области строительства новых объектов**

Компании «Холидей» и «КОРА» постоянно расширяют свои сети за счёт ввода новых объектов в эксплуатацию. Торговые сети увеличиваются за счёт строительства новых объектов различных форматов, реконструкции и перепланировки собственных, вновь приобретённых помещений, подходящих по формату, а так же арендованных площадей.

Развитие строительства обеих компаний было обосновано отсутствием на рынке Сибирского федерального округа готовых площадей под современные форматы магазинов розничной торговли.

Объединение опыта компаний в области проектирования, строительства и реконструкции магазинов позволит объединенной компании строить и вводить в

эксплуатацию объектов, отвечающие высоким требованиям к качеству с учётом современного подхода к строительству магазинов.

▪ **Развитие собственного производства и private label**

Компания «КОРА» с 2001 года, а компании «Холидей» с 2005 года развивают собственное производство, которое представлено рядом направлений:

- производство продукции гриль,
- хлебопекарное производство,
- производство салатов и кулинарии,
- кондитерское производство.

В ряде товарных групп Торговая сеть «КОРА» использует private label. Развитие новых линий товаров private label и интеграции собственных производств с высокой нормой прибыли в основной бизнес позволит объединенной компании увеличить рентабельность розничного бизнеса.

▪ **Объединение двух высококвалифицированных команд менеджеров**

Обмен опытом и знаниями двух команд менеджеров «Холидей» и «КОРА» будет во многом способствовать успеху объединенной компании.

▪ **Централизованное управление финансовыми ресурсами**

Централизованное управление финансовыми ресурсами позволит объединенной компании оптимизировать структуру кредитного портфеля и снизить стоимость заемных ресурсов для объединенной компании по сравнению со стоимостью заемных ресурсов для компаний «Холидей» и «КОРА» в отдельности.

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

Компания планирует осуществлять активную региональную экспансию и к 2010 году занять лидирующие позиции в следующих регионах Сибирского федерального округа: Новосибирской, Омской, Томской, Кемеровской, Иркутской областях, Красноярском и Алтайском крае, Ханты-Мансийском автономном округе.

Рис. 18. Целевые регионы присутствия



Ниже представлена характеристика приоритетных регионов развития по данным на 2006 год:

Табл. 13. Основные характеристики целевых регионов присутствия

Регион	Население на 01.01.2007, тыс. человек	Площадь, млн. кв.м.	Объем рынка (оборот розничной торговли), млн. руб.
Кемеровская область	2 826	95,5	178 978,9*
Новосибирская область	2 641	178,2	176 559,3*
Ханты-Мансийский автономный округ	1 488	534,8	172 428,3
Красноярский край	2 894	2 339,7	148 700,4
Иркутская область	2 514	767,9	128 017,0
Алтайский край	2 523	169,1	105 612,1
Омская область	2 026	141,1	101 514,1
Томская область	1 033	316,9	56 651,2

\* Регионы, в которых объединенная компания «Холидей» и «КОРА» занимает лидирующее положение

Источник: Росстат

Компания планирует развиваться в следующих форматах:

**Гипермаркет** – магазин большой площади (от 4 000 до 6 000 кв.м), расположенный в хорошей транспортной доступности для большинства покупателей, предлагающий широкий ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров (65/35) по низким ценам.

**Суперстор** – магазин большой площади (от 2 000 до 4 000 кв.м), расположенный в торговом центре, предлагающий широкий и глубокий ассортимент продовольственных и сопутствующих товаров по ценам среднего уровня.

**Супермаркет** – магазин средней площади (от 500 до 1 500 кв.м), расположенный на транспортной магистрали, рядом с большим спальным районом, предлагающий широкий и средний по глубине ассортимент продовольственных и сопутствующих товаров по ценам среднего уровня.

**Дискаунтер** – магазин малой площади (от 300 до 600 кв.м), расположенный в спальном районе, предлагающий узкий и не глубокий ассортимент продовольственных товаров при низких ценах.

**Магазин у дома** - магазин малой площади (от 200 до 500 кв.м), расположенный в удобном месте спального района, предлагающий средний по ширине и не глубокий ассортимент продовольственных и сопутствующих товаров по ценам выше среднего уровня.

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА

Основными направлениями долгосрочной инвестиционной программы объединенной компании являются:

- Развитие мультиформатной розничной сети путем органического роста и сделок M&A;
- Строительство и приобретение объектов розничной недвижимости;
- Развитие собственного производства и private-label;
- Открытие региональных офисов в центральных городах целевых регионов;
- Развитие логистической структуры путем запуска распределительных центров;
- Вложения в информационные технологии.

Освоение инвестиционной программы в 2008 году начнется только после утверждения финансового плана объединенной компании, определяющего конкретные источники финансирования и их объемы.

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Реализация инвестиционной программы планируется за счет следующих источников финансирования.

- *Продажа непрофильных объектов незавершенного строительства и объектов с большими неторговыми площадями (по схеме sale and lease back).*

Реализация схемы *sale and lease back* позволяет перераспределить денежные средства для наиболее интенсивного роста основного бизнеса.

По данной схеме в апреле 2007 года был продан Торгово-Выставочный комплекс «Алтай», находящийся на балансе ООО «Компания Холидей». После продажи ТВК «Алтай», компания заключила договора аренды гипермаркета на срок 20 лет.

На данный момент на балансе объединенной компании находятся 3 крупных торговых центра общей площадью 48,4 тыс. кв.м., которые планируется продать в 2008 году с последующей арендой:

- ТВК «Томь» (общая площадь 10,6 тыс. кв.м., г. Томск);
- ТЦ «Фабрика» (общая площадь 23,9 тыс. кв.м., г. Ленинск-Кузнецкий);
- ТЦ «Максима» (общая площадь 13,9 тыс. кв.м., г. Прокопьевск).

- *Увеличение акционерного капитала путем привлечения финансовых инвесторов*

Компания уже имеет опыт по работе с финансовыми инвесторами. В марте 2007 года в состав бенефициаров Группы «Холидей» вошел Фонд прямых инвестиции под управлением Repova Capital.

В 2006 году Группа «КОРА» привлекла Фонд прямых инвестиций под управлением ИФК «Алемар» в качестве финансового инвестора.

- *Выпуск публичных займов*

Объединенная компания уже присутствует на рынке публичного капитала. В обращении на фондовом рынке ММВБ находится облигации ООО «Холидей Финанс» объемом 1 500 млн. рублей и облигации ОАО «УК КОРА» объемом 1 000 млн. рублей

- *Реинвестирование 100% чистой прибыли*
- *Привлечение заемных средств.*

Компания построила стабильные долгосрочные отношения с крупнейшими российскими и западными банками, что позволяет компании даже в условия банковского кризиса поддерживать высокий уровень устойчивости и быть независимой от конкретного банка. На текущий момент объединенная компания имеет более 3 млрд. рублей неиспользованных открытых лимитов в крупных банках, 50% из которых - беззалоговые.

## ПУБЛИЧНЫЕ ЗАЙМЫ

В апреле 2007 года Торговая сеть «Холидей» разместила дебютный облигационный займ объемом 1 500 млн. рублей сроком обращения 3 года. По выпуску предусмотрена оферта сроком исполнения 1,5 года. Эмитентом облигаций выступила дочерняя компания ООО «Холидей Финанс».

В июле 2006 года Торговая сеть «КОРА» разместила дебютный облигационный займ объемом 1 000 млн. рублей сроком обращения 3 года. По выпуску предусмотрена оферта сроком исполнения 1,5 года. Эмитентом облигаций выступила управляющая компания ОАО «УК КОРА».

С целью оптимизации процентных расходов Компания «Холидей» выкупила облигации ОАО «УК КОРА» в размере 436,8 млн. рублей. Таким образом, на момент наступления оферты по облигациям ОАО «УК КОРА» в январе 2008 года в свободном обращении на фондовой бирже ММВБ будут находиться облигации объемом 563,2 млн. руб.

## ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ПРОЗРАЧНОСТИ

С 1 января 2005 года Группа «Холидей» перешла на стандарты МСФО бухгалтерского учета и отчетности. Первая консолидированная финансовая отчетность Группы «Холидей» в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности была составлена за 2006 год. Независимым аудитором компании выступила международная аудиторская компания Deloitte & Touche.

Группа «КОРА» перешла на стандарты МСФО бухгалтерского учета и отчетности с 1 января 2006 года. В качестве независимого аудитора Группа «КОРА» была выбрана компания Ernst & Young.

До конца 2007 года объединенная компания определится с выбором международной аудиторской компании для проведения аудита консолидированной финансовой отчетности по международным стандартам.

## ФИНАНСОВЫЕ ПРОГНОЗЫ

Торговые сети «Холидей» и «КОРА» являются динамично развивающимися компаниями, демонстрирующим ежегодный рост выручки. По оценкам компании, выручка объединенной компании за 2007 год составит 19 млрд. руб. без НДС, а EBITDA достигнет значения 1,1 млрд. руб. или 6%

В результате объединения торговых сетей «Холидей» и «КОРА» чистый долг объединенной компании на конец 2007 года составит 6,7 млрд. руб., а показатель Чистый долг/EBITDA – 5,9х.

Высокая долговая нагрузка компании связана с крупными инвестициями в развитие торговой сети путем органического роста и сделок M&A.

В 2008 год компания планирует снижение долга за счет продажи объектов недвижимости с большими неторговыми площадями (по схеме sale and lease back), привлечения финансовых инвесторов, а также за счет роста выручки и рентабельности.

Компания планирует снижение показателя Чистый долг/EBITDA в 2008 году до 3,4х, а в 2009-2010 гг. до 3х.

Табл. 15. Прогноз финансовых показателей объединенной компании, 2007-2010 гг.

Млн. рублей	2007П	2008П	2009П	2010П
Выручка	18 800	26 512	37 496	53 030
EBITDA	1 135	1 770	2 635	3 686
Чистый долг	6 700	5 993	7 914	11 370
EBITDA margin (%)	6,0%	6,7%	7%	7%
EBITDA / проценты (x)	1,9	2,5	3,2	3,2
Чистый долг / EBITDA (x)	5,9	3,4	3	3

## КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

**ООО «Компания Холидей»**

630025, г. Новосибирск, ул. Бердское Шоссе, 61

Тел. (383) 3-340-290, 3-340-291, 3-340-292

Электронная почта: [fin@hclass.ru](mailto:fin@hclass.ru)

**ООО «Управляющая компания КОРА»**

650070, г. Кемерово, ул. Тухачевского, д. 58

Тел. (384-2) 777-012