



ООО «САН Интербрю Финанс»

Облигационный заем

4 000 000 000 рублей

Организатор



Информационный меморандум

Июль 2006 г.

Важная информация

ООО «САН Интербрю Финанс» («Эмитент») уполномочило ЗАО «Райффайзенбанк Австрия» («Организатор») быть организатором выпуска корпоративных рублевых облигаций (государственный регистрационный номер 4-02-36041-R, «Облигации») на общую сумму 4 000 000 000 рублей. Эмитент уполномочил организатора подготовить прилагаемый информационный меморандум («Меморандум»).

Информация, представленная в первой части меморандума, кратко описывает основные условия и структуру выпуска облигаций («Основные условия»). Основные условия полностью содержатся в проспекте облигаций, зарегистрированном Федеральной службой по финансовым рынкам Российской Федерации 15 июня 2006 г. При принятии решения об инвестировании в облигации инвесторы должны самостоятельно ознакомиться с проспектом эмиссии.

Информация, представленная в частях 2—5 меморандума, предоставлена Эмитентом. Организатор или его представители, или лица, аффилированные с Организатором и/или Эмитентом, не проводили проверку точности и полноты информации, содержащейся в меморандуме. Организатор не несет ответственности за полноту и/или точность информации, предоставленной эмитентом.

Информация, содержащаяся в информационном меморандуме, не является исчерпывающей. Любое лицо, рассматривающее возможность приобретения облигаций, должно провести свой собственный анализ финансового положения эмитента и основных условий на основе информации, содержащейся в проспекте эмиссии.

Организатор не берет на себя обязательства по анализу финансовой и/или другой информации об эмитенте и предоставлению дополнительной информации. Сотрудники Организатора не уполномочены предоставлять информацию, относящуюся к Эмитенту и/или облигациям и не содержащуюся в меморандуме.

Дата, указанная на меморандуме, не означает, что информация, содержащаяся в меморандуме, является полной и/или точной на эту дату. Организатор и Эмитент не берут на себя обязательство обновлять информацию, содержащуюся в меморандуме.

Содержание

1. Краткое описание основных условий выпуска облигаций	4
2. Использование средств, привлекаемых от размещения облигаций	5
3. Эмитент: ООО «САН Интербрю Финанс»	6
4. Поручитель: ОАО «САН Интербрю»	7
4.1. История	8
4.2. Структура владения	8
4.3. Корпоративное управление	9
4.4. Географическая структура деятельности компании	9
4.5. Стратегия	10
4.6. Продажи	10
4.7. Покупатели	12
4.8. Производство	13
4.9. Поставщики	14
4.10. Инвестиции	15
4.11. Затраты	15
4.12. Финансовые результаты	16
4.13. Финансовые обязательства	17
5. Краткий обзор отрасли	18
5.1. Краткая характеристика основных конкурентов САН Интербрю	19
6. Приложения	21
6.1. Отчетность ОАО «САН Интербрю» на 31 декабря 2005 г.	22
6.2. Отчетность ОАО «САН Интербрю» на 31 марта 2006 г.	24
6.3. Краткая версия консолидированной финансовой отчетности ИнБев за 2005 г. по МСФО	26

1. Краткое описание основных условий выпуска облигаций

Эмитент	ООО «САН Интербрю Финанс»
Поручитель	ОАО «САН Интербрю»
Облигации	Документарные процентные (купонные) облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением, с переменным купонным доходом и сроком погашения в 1 092 день с даты начала размещения.
Серия	02
Номинальная стоимость каждой Облигации	1 000 рублей
Количество Облигаций в выпуске	4 000 000 штук
Общая номинальная стоимость Облигаций	4 000 000 000 рублей
Период выплаты купонов	182 дня
Дата погашения	В 1 092 день с даты начала размещения
Процентная ставка первого купона	Процентная ставка первого купона определяется на конкурсе в первый день размещения Облигаций.
Процентная ставка последующих купонов	Процентная ставка купонов, выплачиваемых до Даты погашения (1 092 день с даты начала размещения), устанавливается равной ставке первого купона.
Условия, порядок погашения и выплаты доходов по Облигациям	Погашение Облигаций и выплата купонного дохода по ним производятся Платежным агентом по поручению Эмитента в рублях в безналичном порядке.
Организатор выпуска	ЗАО «Райффайзенбанк Австрия»
Платежный агент	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Депозитарий	Некоммерческое партнерство «Национальный депозитарный центр»
Вторичное обращение Облигаций	Вторичное обращение Облигаций будет организовано на ФБ ММВБ и на внебиржевом рынке.

2. Использование средств, привлекаемых от размещения облигаций

Средства от размещения займа 02-ой серии будут использованы следующим образом:

- Рефинансирование облигационного займа ООО «САН Интербрю Финанс» 1-ой серии номиналом 2,5 млрд руб. со сроком погашения 15 августа 2006 г.;
- Рефинансирование текущей краткосрочной задолженности по банковским кредитам для улучшения структуры задолженности и баланса ОАО «САН Интербрю».

Таким образом, общая доля средств, которые планируется использовать для рефинансирования текущих долговых обязательств, составит 100% общего объема выпуска 02-ой серии.

3. Эмитент: ООО «САН Интербрю Финанс»

Общество с ограниченной ответственностью «САН Интербрю Финанс» («Эмитент», САН Интербрю Финанс) — компания, созданная для деятельности в качестве эмитента Облигаций для финансирования деятельности и проектов ОАО «САН Интербрю». Подробнее см. п. 4. «Поручитель: ОАО «САН Интербрю».

Эмитент зарегистрирован 5 августа 2003 г. инспекцией Министерства Российской Федерации по налогам и сборам по г. Клину Московской области (регистрационный номер – 1035003961068).

Единственным учредителем Эмитента является компания SUN Interbrew Ltd., являющаяся материнской компанией Поручителя по займу ОАО «САН Интербрю».

4. Поручитель: ОАО «САН Интербрю»

ОАО «САН Интербрю» (далее — САН Интербрю, Компания) – вторая по размеру выручки пивоваренная компания в России, и третья — в пищевой отрасли России (согласно рейтингу РА «Эксперт» в 2005 г.).

В структуру САН Интербрю входят 8 пивоваренных заводов, 6 собственных солодовен и более 20 офисов продаж на территории России.

По данным независимого агентства «Бизнес-Аналитика», по результатам 2005 г. доля САН Интербрю на российском рынке пива в натуральном выражении составила 17,7% от общего объема рынка (по сравнению с 15,6% в 2004 г.).

Объем продаж САН Интербрю в 2005 г. составил 15,7 млн гектолитров пива по сравнению с 12,9 млн гектолитров в 2004 г.

Следующая таблица показывает основные финансовые и операционные показатели САН Интербрю в 2004—2005 гг.

Показатель	2004*	Проформа 2004**	2005	% изменения (2005 к Проформа 2004)
Продажи в натуральном выражении, млн гл.	11	12,9	15,7	21%
Выручка, млн руб.	16 559	19 273	23 627	23%
Прибыль от продаж, млн руб.	1 879	2 197	2 300	5%
ЕБИТДА***, млн руб.	2 783	3 319	3 890	17%

Источник: САН Интербрю

* — ОАО «САН Интербрю» было зарегистрировано 02 марта 2004 г. Бухгалтерская отчетность 2004 г. представлена за период с марта по декабрь.

** — Проформа бухгалтерской отчетности и операционных результатов ОАО «САН Интербрю» за 12 месяцев 2004 г.

*** — Прибыль до уплаты процентных платежей, налогов и амортизационных отчислений

САН Интербрю является российским дочерним подразделением компании ИнБев — мирового лидера пивоваренной отрасли. По результатам 2005 г. доля ИнБев на мировом рынке пива в натуральном выражении составила около 14% от общего объема рынка.

Кроме ОАО «САН Интербрю» в России ИнБев принадлежит ООО «САН Интербрю Финанс», а так же ЗАО «ИнтерБир» (далее - ИнтерБир). В состав производственных активов ИнтерБир входит завод «Тинькофф» в г. Санкт-Петербурге и портфель брендов сегмента премиум и супер-премиум.

Следующая таблица показывает основные финансовые и операционные показатели ИнБев в 2002—2005 гг.

Показатель	2002	2003	2004	2005
Продажи, млн гл	97,0	107,7	162,1	223,5
Выручка, млн Евро	6 992	7 044	8 568	11 656
ЕБИТДА, млн Евро	1 394	1 498	2 329	3 132

Источник: ИнБев

Дополнительную информацию о компании САН Интербрю можно найти в сети Интернет на сайте www.suninterbrew.ru, о компании ИнБев — на сайте www.inbev.com.

4.1. История

SUN Interbrew Ltd., материнская компания ООО «САН Интербрю Финанс» и ОАО «САН Интербрю», была образована в апреле 1999 г. в результате объединения активов, принадлежащих компании ИнБев (Inbev) (ранее называвшейся Интербрю (Interbrew)) и Группе «САН» (SUN Group).

На территории Российской Федерации в SUN Interbrew Ltd. вошли пивоваренные заводы, расположенные в Клину, Волжском, Омске, Перми, Саранске, Иванове, Курске и Новочебоксарске, а так же ряд офисов продаж, расположенных в разных частях страны.

В марте 2004 г. процесс объединения вышеуказанных пивоварен был оформлен созданием ОАО «САН Интербрю». С юридической точки зрения, ОАО «САН Интербрю» было создано в результате реорганизации в форме слияния следующих юридических лиц:

- ЗАО «Стар Дистрибьюшн Компани»,
- ЗАО «Клинский пивокомбинат»,
- ЗАО «Саранская пивоваренная компания»,
- ЗАО «Росар»,
- ОАО «Курская пивоваренная компания»,
- ОАО «Поволжье»,
- ОАО «Пермская Пивоваренная Компания»,
- ЗАО «Ивановская Пивоваренная Компания»,
- ЗАО «Комбинат напитков».

Основными владельцами SUN Interbrew Ltd. до 2004 г. являлись компания ИнБев и Группа «САН». В августе 2004 г. Группа «САН» объявила о желании продать главному партнеру свою долю в SUN Interbrew Ltd. В результате этой сделки, а также сделки с компанией «Альфа-Эко», доля компании ИнБев в акционерном капитале SUN Interbrew Ltd. выросла до 99,3%. В течение 2005 г. компания ИнБев увеличила долю в акционерном капитале SUN Interbrew Ltd. до 99,8% за счет выкупа миноритарных пакетов акций.

ИнБев ведет свою историю с 1366 г. Штаб-квартира компании находится в Лёвене, Бельгия. В подразделениях компании более чем в 30 странах Северной и Латинской Америки, Европы и Тихоокеанского региона работают порядка 77 000 сотрудников. В настоящее время портфель брендов ИнБев насчитывает более 200 торговых марок, включая такие как Stella Artois®, Brahma®, Beck's®, Leffe® and Skol®. Торговые марки ИнБев представлены более чем в 120 странах мира. По объемам продаж компания занимает первые или вторые места на рынках более чем 20 стран.

4.2. Структура владения

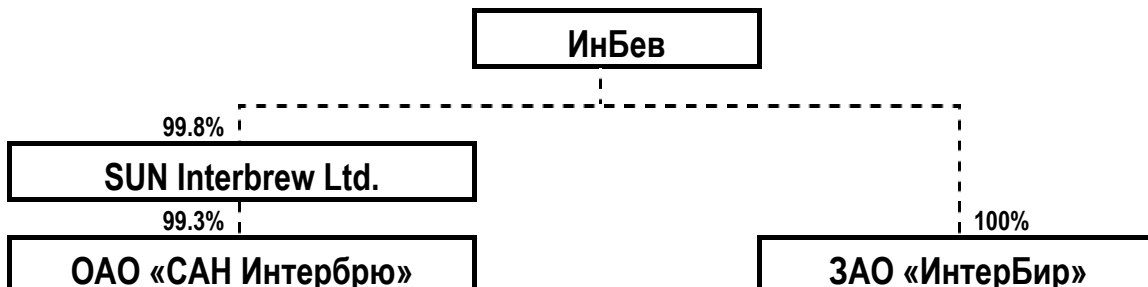
ИнБев осуществляет свою деятельность в России через две основных дочерних компании: ОАО «САН Интербрю» и ЗАО «ИнтерБир».

ОАО «САН Интербрю» — основная компания ИнБев в России, владеющая всеми существенными активами ИнБев на территории страны, включая собственную дистрибьюторскую сеть, состоящую из офисов продаж, расположенных на всей территории России, и 8 пивоваренных заводов, имеющих статус филиалов компании.

ЗАО «ИнтерБир» — вторая компания ИнБев в России, в состав производственных активов которой входит пивоваренный завод в г. Санкт-Петербурге, и портфель брендов сегмента премиум и супер-премиум. ОАО «САН Интербрю» является эксклюзивным дистрибьютором продукции, выпускаемой ЗАО «ИнтерБир».

ИнБев намерен объединить свои активы в России до конца 2006 г. посредством слияния САН Интербрю и ИнтерБир, за счет внесения 100% долей последнего в уставной капитал САН Интербрю.

Следующая диаграмма показывает текущую структуру владения ИнБев компаний САН Интербрю и ИнтерБир на настоящее время.



Источник: САН Интербрю

Дочерние предприятия САН Интербрю не являются существенными для хозяйственной деятельности.

4.3. Корпоративное управление

ИнБев осуществляет централизованное управление основными службами и процессами, происходящими в Компании. Структура корпоративного управления построена по функциональному признаку. Основные подразделения компании — продажи, производство, маркетинг, персонал, логистика, финансы, юридическая служба, администрация и служба технической поддержки. Во главе каждой из служб стоит Исполнительный директор ИнБев, который входит в Высший исполнительный орган управления ИнБев.

Такая структура управления позволяет принимать наиболее эффективные и сбалансированные решения, руководствуясь стратегией развития компании ИнБев.

С юридической точки зрения, согласно уставу, высшим управляющим органом ОАО «САН Интербрю» является Общее собрание акционеров. Общее руководство деятельностью Общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к компетенции Общего собрания акционеров, осуществляет Совет директоров, который состоит из 6 человек, включая Председателя Совета.

Члены Совета директоров общества избираются Общим собранием акционеров кумулятивным голосованием на срок до следующего годового Общего собрания акционеров.

Действующий в настоящее время Совет директоров, состоящий из сотрудников ОАО «САН Интербрю», был избран годовым общим собранием акционеров ОАО «САН Интербрю», состоявшимся 17 мая 2005 г.

Функции единоличного исполнительного органа ОАО «САН Интербрю», согласно уставу Общества, исполняет Президент Общества, Джозеф Стрелла, который отвечает за всю операционную деятельность ИнБев в России.

4.4. Географическая структура деятельности компании

Сеть офисов продаж САН Интербрю расположена в следующих городах: Волжский (Волгоградская область), Курск, Москва, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Самара, Ростов-на-Дону,

Санкт-Петербург, Саранск, Екатеринбург, Уфа, Иркутск, Хабаровск, Тюмень, Сургут, Челябинск, Кемерово, а также на территории Республики Казахстан в Астане.

САН Интербрю владеет рядом производственных активов, которые расположены в Волжском (Волгоградская область), Иваново, Клину, Курске, Новочебоксарске, Омске, Перми и Саранске. Кроме того, в настоящее время Компания ведёт строительство завода в г. Ангарске Иркутской области. Все производственные активы САН Интербрю имеют юридический статус филиалов. Завод «Тинькофф», принадлежащий ЗАО «ИнтерБир», расположен в г. Пушкин (Санкт-Петербург).

Центральный офис Компании, расположенный в Москве, осуществляет централизованное управление деятельностью САН Интербрю и ИнтерБир в России.

4.5. Стратегия

Стратегическая цель САН Интербрю заключается в сохранении лидирующих позиций на пивном рынке России при поддержании высокой прибыльности для акционеров и высокого качества продукции для потребителей. Для реализации этих задач САН Интербрю предпринимает следующие шаги:

- внедрение передовых технологий и методик в сфере производства пива, маркетинга, логистики и управления;
- привлечение лучших специалистов самого разного профиля;
- реализация программы инвестиций, ориентированной на обеспечение высоких стандартов качества на всех пивоваренных заводах компании, а также наращивание объемов производства в тех случаях, где это гарантирует максимальную окупаемость;
- развитие дистрибьюторской сети;
- оптимизация прибыльности существующего портфеля торговых марок;
- развитие ведущих национальных и региональных брэндов с целью увеличения продаж;
- поддержка активной маркетинговой программы и проведение рекламных кампаний.

По итогам 2002—2005 гг. продажи САН Интербрю стабильно росли опережающими темпами по сравнению с рынком в целом. Такие результаты были достигнуты, несмотря на увеличившуюся конкуренцию и замедление темпов роста рынка. Руководство САН Интербрю полагает, что следование вышеописанной стратегии позволит САН Интербрю и в будущем увеличивать долю рынка.

4.6. Продажи

В условиях насыщения пивного рынка продукцией достаточно высокого, стабильного качества основное внимание производителей фокусируется на продажах. Реализация стратегических целей САН Интербрю в первую очередь направлена на развитие и повышение эффективности продаж компании.

В следующей таблице представлено сравнение темпов роста российского рынка пива и продаж САН Интербрю в России, млн гл.

Показатель	2002	2003	2004	2005
Объем рынка пива в России	67,0	73,0	81,0	86,2
Изменение объема рынка, %		+9,0%	+10,9%	+6,4%
Объем продаж САН Интербрю в России*	8,0	10,6	12,7	15,3
Изменение объема продаж САН Интербрю, %		+32,6%	+19,2%	+20,8%

Источник: Бизнес-Аналитика, САН Интербрю

* — объем экспорта в 2004 г. составил 0,3 млн гл, в 2005 г. — 0,4 млн гл

Опережающие рынок темпы роста продаж, а так же созданные за 2002—2005 гг. предпосылки для дальнейшего укрепления позиций САН Интербрю на российском рынке, позволяют руководству прогнозировать продолжение роста продаж Компании и её доли рынка на ближайшие годы.

ОАО «САН Интербрю» классифицирует пиво по следующим ценовым сегментам:

- Супер-премиум;
- Премиум;
- Основной;
- Экономичный;
- Дешёвый.

Торговые марки САН Интербрю представлены во всех ценовых сегментах, удовлетворяющий полный спектр запросов потребителей. Следующая таблица показывает позиционирование торговых марок САН Интербрю по ценовым категориям.

Ценовые категория	Торговая марка
Супер-премиум	«Стелла Артуа», «Старопрамен», «Бекс», «Брама», «Хугарден», «Леффе», «Ловенброй», «Тинькофф»
Премиум	«Сибирская корона», «Т»
Основной	«Клинское»
Экономичный	«Толстяк»
Дешёвый	«BagBier», «Волжанин», «Пикур», «Премьер», «Рифей»

Источник: САН Интербрю

Основная доля продаж Компании в 2003—2005 гг. приходилась на пиво класса основного ценового сегмента (28,6% от общего объема продаж в 2005 г.). В то же время наиболее быстрорастущий сегмент продаж САН Интербрю — супер-премиум, доля которого в общем объеме продаж в стоимостном выражении повысилась с 5,3% в 2003 г. до 13,4% в 2005 г.

В следующей таблице приводятся данные по долям разных ценовых сегментов в продажах САН Интербрю в стоимостном выражении в 2003-2005 гг., % от общего объема продаж.

Показатель	2003	2004	2005
Супер-премиум	5,3%	7,3%	13,4%
Премиум	18,5%	20,5%	18,4%
Основной	33,7%	33,9%	28,6%
Экономичный	20,2%	17,0%	18,2%
Дешёвый	22,3%	21,2%	21,4%

Источник: САН Интербрю

Прогнозы аналитиков говорят о дальнейшем росте доли дешёвого и супер-премиум сегментов в среднесрочном периоде. Учитывая эти тенденции, САН Интербрю развивает сбалансированный портфель брендов, уделяя особое внимание торговым маркам в супер-премиум сегменте.

Так, в 2005 г. были выпущены новый сорт «Брама» и начато производство пива «Хугарден». В конце 2005 г. Компания выкупила лицензию на производство и реализацию пива «Ловенброй» у компании «Хейнекен». С 2006 г. это пиво производится на заводе «Тинькофф» в Санкт-Петербурге.

Кроме того, в 2005 г. Компания представила рынку новые марки «Клинское Ультра» и «Сибирская Корона Золотистое». Весной 2006 г. САН Интербрю представило на рынке новую марку «Клинское Чайна Таун», пиво со вкусом белого чая.

Торговые марки «Сибирская корона», «Клинское» и «Толстяк» — основные национальные торговые марки САН Интербрю. Их доля в общем объеме продаж Компании в стоимостном выражении составила 63,4% в 2005 г. (по сравнению с 71,4% в 2004 г.). Снижение доли этих сортов в общем объеме продаж вызвано как запуском новых популярных брендов, так и ростом продаж в сегменте супер-премиум.

Структура продаж ОАО «САН Интербрю» по видам упаковки и её изменение во времени в целом соответствует рыночным тенденциям.

Объем продаж пива в пластиковой бутылке растет опережающими темпами. Доля пива, разлитого в пластиковую бутылку, в общем объеме продаж выросла с 42,5% в 2003 г. до 49,5% в 2005 г. Одной из причин такого изменения структуры продаж был успешный запуск новой упаковки — ПЭТ 2.5 литра в 1 кв. 2005 г.

Популярность пива в стеклянной бутылке постепенно снижается — с 44,7% от общего объема продаж в 2003 г. до 41,6% в 2005 г. Такие изменения структуры продаж соответствует отраслевым тенденциям (более подробно см. п. 5. «Краткий обзор отрасли»).

Структура продаж САН Интербрю по основным видам упаковки в 2003—2005 гг., % от общего объема продаж в натуральном выражении

Показатель	2003	2004	2005
Стеклянные бутылки	44,7%	45,2%	41,6%
Кеги	6,6%	4,8%	3,9%
Алюминиевые банки	6,2%	6,1%	4,9%
Пластиковые бутылки	42,5%	43,9%	49,5%

Источник: САН Интербрю

САН Интербрю стремится оперативно реагировать на изменения в структуре потребительских предпочтений, обеспечив за последний год значительные инвестиции в мощности по розливу в банку и в бутылки ПЭТ.

Весной 2006 г. марки «Бекс» и «Стелла Артуа», помимо существующей стеклянной бутылки и алюминиевой банки, также были предложены и в алюминиевых бутылках – самой инновационной упаковке для российского рынка.

В целом, высокий рост продаж за 2003—2005 гг., постоянное развитие торговых марок согласно новейшим тенденциям рынка, а также успешные запуски новых брендов с привлечением последних разработок в этой отрасли, позволяет прогнозировать продолжение роста продаж компании на ближайшие годы.

4.7. Покупатели

Продукция САН Интербрю реализуется оптовым покупателям (дистрибуторам) во всех областях и регионах страны. Дистрибуторы обеспечивают продажи и конечную доставку продукции в сети супермаркетов, магазины розничной торговли, бары и рестораны. Продукция реализуется дистрибуторам на условиях товарного кредита, расчёты за продукцию производятся денежными средствами в безналичной форме. Объем реализации оптовым покупателям (дистрибуторам) составил в 2005 г. более 70% от общего объема продаж Компании.

В настоящее время компания работает с примерно 200 партнёрами. С наиболее крупными и надёжными партнерами с 2005 г. была начата работа на условиях консигнации. Уже в 2005 г. продажи на условиях консигнации составили более 26% от общего объема продаж. Компания полагает, что доля реализации продукции по такой схеме будет увеличиваться.

Объем продаж 10 крупнейшим покупателям в 2005 г. составил 27,5% от общего объема продаж Компании в стоимостном выражении. При этом доля ни одного из покупателей не превышает 5% от общего объема отгрузок.

Следующая таблица показывает объем продаж 10 крупнейшим покупателям САН Интербрю в 2003—2005 гг. в натуральном и стоимостном выражении, млрд руб. и тыс. гл.

Показатель	2003	2004	2005
В стоимостном выражении, млрд руб.	4,6	5,5	7,6
В натуральном выражении, млн гл	2,9	3,2	4,1

Источник: САН Интербрю

Наиболее быстрорастущим сегментом покупателей САН Интербрю являются торговые сети современных форматов. Тем не менее, доля прямых поставок торговым сетям в 2005 г. составила около 2% от общего объема продаж САН Интербрю.

Продукция САН Интербрю широко представлена в торговых точках России, что является результатом работы отлаженной системы дистрибуции.

Следующая таблица показывает уровень дистрибуции национальных торговых марок САН Интербрю, % торговых точек, в которых представлены марки САН Интербрю, от общего количества торговых точек в 2004—2005 гг.

Показатель	2004	2005
Клинское	68%	76%
Сибирская Корона	54%	61%
Толстяк	47%	47%
БагБир	14%	28%

Источник: САН Интербрю

Для дальнейшего увеличения представленности марок САН Интербрю в торговых точках, компания использует схему доставки продукции непосредственно в розничные точки (прямая дистрибуция). Проект «прямой дистрибуции» был запущен впервые в г. Омск. В настоящее время компания продолжает расширять проект «прямой дистрибуции» в Москве. Объем «прямых продаж» составил чуть менее 2% от общего объема продаж компании в 2005 г.

4.8. Производство

Производственный процесс пивоварения

В производстве основного вида продукции компании — пива — используют хмель нескольких сортов, специально очищенную и обработанную воду, качественный солод, пивные дрожжи. Процесс пивоварения состоит из следующих стадий:

- получение пивного сусла;
- сбраживание сусла;
- дображивание пива;
- фильтрация;
- розлив.

Солод производится компанией на собственных солодовнях из ячменя, закупаемого у российских поставщиков. В рамках программы по увеличению мощностей собственных солодовен и улучшению качества используемого в производстве солода, которая была завершена в 2005 г., компания достигла уровня производства солода, позволяющего полностью самостоятельно обеспечивать собственное производство основным сырьём, не прибегая к закупкам солода у третьих сторон.

Качество продукции

Особое внимание компания уделяет качеству производимого пива. Качество пива зависит как от качества исходных материалов, так и от точности соблюдения производственного процесса. На

производственных площадках САН Интербрю все этапы приготовления пива контролируются приборами автоматического управления, что, вкупе с высоким профессионализмом обслуживающего персонала, позволяет обеспечить высокие стандарты качества производимого продукта.

Обязательная сертификация пива была отменена в Российской Федерации в середине 2005 г., но САН Интербрю на добровольной основе приняло решение продолжать сертифицировать всю выпускаемую продукцию. Сертификация осуществляется локально каждой производственной площадкой в местных органах, аккредитованных на осуществление данного вида деятельности. Сертификат выдаётся на каждый вид продукции компании сроком действия от 1 до 3 лет. Так же вся продукция компании проходит проверку в санитарно-эпидемиологических службах с выдачей заключения сроком действия на 5 лет.

Кроме того, в Компании действует корпоративная система управления производственными процессами, органической частью которой является система обеспечения качества. Данная система является комбинацией требований систем качества ISO, подходов TQM (Total Quality Management) и конкретных требований по обеспечению качества. Эти стандарты выработаны на основе разнообразного опыта заводов международной компании ИнБев.

На каждый вид деятельности предприятие имеет санитарно-эпидемиологическое заключение, подтверждающее безопасность производства и соответствие нормам промышленной безопасности.

4.9. Поставщики

Основным сырьем для производства пива являются солод (пророщенный ячмень) и хмель. САН Интербрю придерживается политики сотрудничества с российскими поставщиками сырья и материалов. Импорт составляет менее 4% в объеме закупок сырья и материалов Компании.

Так, солод производится на собственных солодовнях из ячменя, закупаемого у российских поставщиков. Объем закупок ячменя урожая 2005 г. составил более 333 тыс. тонн. САН Интербрю осуществляет программу поддержки и развития отечественных производителей сельскохозяйственной продукции с целью создания надёжной сырьевой базы, а так же достижения и поддержания высокого, стабильного уровня качества пивоваренного ячменя.

Компания придерживается принципа диверсификации поставок сырья и материалов с целью минимизации рисков, связанных с возможными перебоями в поставках каких-либо материалов. Кроме основных поставщиков, по каждой категории приобретаемых материалов существует 3—5 альтернативных источников, что дает компании возможность обеспечить бесперебойное производство продукции.

Суммарная доля поставок трёх крупнейших поставщиков составила около 13% от общего объема закупок САН Интербрю в стоимостном выражении в 2005 г.

Следующая таблица показывает долю двух крупнейших поставщиков по основным группам сырья и материалов по результатам 2005 г., % от общего объема закупок по каждой группе.

Показатель	2005
Ячмень	34%
Хмель	83%
Банка	85%
Бутылка	33%
Кронен-пробка	61%
Преформа PET и PETB	47%
Этикетка	54%

Источник: САН Интербрю

САН Интербрю заключает договоры с поставщиками сырья и материалов сроком на один год и более, поэтому в течение года цены на большую часть материалов не изменяются. Более того, укрепление курса рубля по отношению к доллару и евро в 2003—2005 гг. оказало позитивное влияние на цены импортных материалов.

САН Интербрю закупает большую часть сырья и материалов на условиях 100% оплаты по факту получения сырья и материалов. Отсрочка платежа варьируется в зависимости от вида материалов и составляет 10—60 календарных дней.

Политика САН Интербрю по закупкам предусматривает возможность осуществления авансового платежа (до 20%) от суммы договора при оплате долгосрочных и ресурсоёмких работ. Авансовые платежи по импортным контрактам производятся только после предоставления поставщиком банковской гарантии высокочассного международного банка.

4.10. Инвестиции

Российский рынок является одним из трёх наиболее значительных и перспективных рынков для ИнБев, о чём свидетельствуют значительные инвестиции в приобретение и развитие российских предприятий за 1999—2005 гг.

Основными направлениями инвестирования в 2003—2005 гг. были реконструкция и модернизация производства, нацеленные на следующие цели:

- улучшение качества выпускаемой продукции;
- увеличение производственных мощностей компании по производству и розливу пива;
- расширение собственного производства солода;
- увеличение логистических мощностей компании (склады и складская техника и оборудование).

В 2003 г. SUN Interbrew Ltd. приобрело компанию ООО «Комбинат напитков», в производственные фонды которого входил пивоваренный завод в г. Новочебоксарске.

Структура капитальных вложений САН Интербрю в 2003—2005 гг., млн руб.

Показатель	2003*	2004**	2005
Производство	1 907	3 469	3 397
Прочее (логистика, коммерция, административные расходы)	413	1 292	1 672
Итого	2 320	4 761	5 068

Источник: САН Интербрю

* — Стоимость приобретения ООО «Комбинат напитков» исключена из расчета

** — ОАО «САН Интербрю» было зарегистрировано 02 марта 2004 г. Для целей расчета представлена проформа бухгалтерской отчетности ОАО «САН Интербрю» за 2003 и 2004 г.

Главными проектами инвестиционной программы в 2006—2008 гг. станут строительство завода в г. Ангарск и значительные инвестиции в коммерческое оборудование, призванные поддержать рост продаж компании и доли рынка. Кроме того, в течение следующих 3 лет планируется увеличение производственных и логистических мощностей существующих заводов и солодовен, и будет проводиться их дальнейшая модернизация с целью повышения технологичности производств.

САН Интербрю планирует вложить в инвестиционные проекты 2006—2008 гг. более 20 млрд руб., из которых в увеличение и модернизацию производственных мощностей — более 13 млрд руб.

4.11. Затраты

Основную часть операционных затрат САН Интербрю составляют производственные затраты, входящие в себестоимость продукции (58,9% от суммы операционных затрат в 2005 г.). К таким

затратам относятся расходы на закупку сырья и материалов, затраты на оплату труда производственного персонала, расходы на оплату коммунальных услуг и др.

Второй по значению статьёй расходов САН Интербрю (26,7% от суммы операционных затрат в 2005 г.) являются коммерческие расходы и расходы на дистрибьюцию (погрузо-разгрузочные работы, доставка продукции покупателям, содержание складов, расходы отделов продаж и пр.).

Основные статьи затрат САН Интербрю, % от суммы операционных затрат.

Показатель	2004*	2005	1 кв. 2006
Себестоимость продукции	63,8%	58,9%	75,0%
Коммерческие расходы	23,5%	26,7%	9,5%
Управленческие расходы	10,7%	12,2%	9,9%
Прочие операционные расходы	2,0%	2,1%	5,5%
Итого	100,0%	100,0%	100,0%

Источник: САН Интербрю

* — ОАО САН Интербрю было зарегистрировано 02 марта 2004 г. Бухгалтерская отчетность 2004 г. представлена за период с марта по декабрь.

Процентные расходы и объем амортизационных отчислений САН Интербрю, млн руб.

Показатель	2004*	Проформа 2004**	2005	1 кв. 2006
Амортизационные отчисления	1 621	1 866	1 894	414
Процентные расходы	1 010	1 109	1 274	332

Источник: САН Интербрю

* — ОАО «САН Интербрю» было зарегистрировано 02 марта 2004 г. Бухгалтерская отчетность 2004 г. представлена за период с марта по декабрь.

** — Проформа бухгалтерской отчетности ОАО «САН Интербрю» за 12 месяцев 2004 года

4.12. Финансовые результаты

ОАО «САН Интербрю» готовит аудированную финансовую отчетность в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ). Финансовая отчетность ОАО «САН Интербрю» за 2005 г. и за 1-ый квартал 2006 г., подготовленная в соответствии с РСБУ, прилагается к настоящему Меморандуму.

В следующей таблице представлены основные данные бухгалтерского баланса ОАО «САН Интербрю», подготовленные в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета по состоянию на 31 декабря 2004—2005 гг. и на 31 марта 2006 г. (млн. руб.).

Показатель	2004	2005	31.03.06
Оборотные активы	4 579	6 490	7 434
Внеоборотные активы	13 428	15 906	16 224
Долгосрочные обязательства, в т.ч.	9 990	8 038	8 208
Кредиты и займы*	9 877	7 860	8 010
Краткосрочные обязательства, в т.ч.	5 629	11 471	12 316
Кредиты и займы*	4 178	8 950	8 943
Всего обязательств	15 618	19 510	20 524

Источник: САН Интербрю

* — см также п. 4.13. «Финансовые обязательства»

В следующей таблице представлены основные данные отчета о прибылях и убытках ОАО «САН Интербрю» за 2004—2005 гг. (млн руб.).

Показатель	2004*	Проформа 2004**	2005	% изменения (2005 к Проформа 2004)
Выручка	16 559	19 273	23 627	23%

Валовая прибыль	7 002	8 118	10 790	33%
Прибыль от продаж	1 879	2 197	2 300	5%
Чистая прибыль	65	244	497	104%

Источник: САН Интербрю

* — ОАО «САН Интербрю» было зарегистрировано 02 марта 2004 г. Бухгалтерская отчетность 2004 г. представлена за период с марта по декабрь.

** — Проформа бухгалтерской отчетности ОАО «САН Интербрю» за 12 месяцев 2004 года

В следующей таблице представлены основные данные отчета о прибылях и убытках ОАО «САН Интербрю» за 1 кв. 2005 г. и 1 кв. 2006 г. (млн руб).

Показатель	1 кв. 2005	1 кв. 2006	% изменения (1 кв. 2006 к 1 кв. 2005)
Выручка	4 142	4 959	20%
Валовая прибыль	1 746	1 600	-8%
Прибыль от продаж	79	729	823%
Чистая прибыль	(424)	247	н/д

Источник: САН Интербрю

4.13. Финансовые обязательства

Общая сумма финансовой задолженности САН Интербрю (за исключением займа, предоставленного компанией группы SUN Interbrew Ltd. в размере 8,0 млрд руб. — см. также ниже) составляет 8,9 млрд руб. Средневзвешенная процентная ставка по внешним заимствованиям по итогам 2005 г. составляет 8,3% год.

Для финансирования своей деятельности САН Интербрю использует кредитные линии международных банков, действующих в России. Кредиторами САН Интербрю являются дочерние российские структуры международных банковских групп ABN Amro, CALYON, ING и Raiffeisenbank.

Кредитные линии, открытые банками, — мультивалютные. По ним компания может получать кредиты как в российских рублях, так и в евро и долларах США. Сроки открытых кредитных линий — до нескольких лет.

Следующая таблица отражает перечень внешних финансовых обязательств САН Интербрю по состоянию на 31 марта 2006 г.

Показатель	Наименование кредитора	Сумма долга, млрд руб.	Срок погашения
Банковские кредиты	Банки	6,3	2007—2008
Облигационный заем, переданный в виде займа ОАО «САН Интербрю»	ООО «САН Интербрю Финанс»	2,6	2006

Источник: САН Интербрю

Следующая таблица отражает внутригрупповые финансовые обязательства САН Интербрю по состоянию на 31 марта 2006 г.

Показатель	Наименование кредитора	Сумма долга, млрд руб.	Срок погашения
Долгосрочный заем	Канторн Трейдинг Лимитед*	8,0	2019

Источник: САН Интербрю, * — компания группы SUN Interbrew Ltd.

Значительную часть долговых обязательств САН Интербрю составляет внутригрупповой заем от компании группы SUN Interbrew Ltd. на срок до 2019 г., предназначенный для обеспечения долгосрочной программы экономического развития компании в России.

5. Краткий обзор отрасли

Российский пивной рынок в 2005 г. составил 86,2 млн гектолитров и продемонстрировал меньшие темпы роста по сравнению с предыдущим годом — 6,4% по сравнению с 10,9% в 2004 г. Результаты 2005 г. подтвердили прогнозы аналитиков рынка о снижении темпов роста потребления и производства до уровня 5—7% в год.

Следующая таблица показывает объемы продаж пива в России в 2003—2007 гг., 2006—2007 гг. — прогноз

Показатель	2003	2004	2005	П2006	П2007
Объем рынка пива (млн гектолитров)	73,0	81,0	86,2	90,0	93,2
Изменение объемов продаж, %		+11,0%	+6,4%	+4,4%	+3,6%

Источник: Бизнес Аналитика

По прогнозам аналитиков, в 2006 г. российский рынок пива вырастет не более чем на 4—4,5%. При этом прогнозируется увеличение потребления пива с 60 литров на душу населения в 2005 г. до 63 литров в 2006 г. В результате потребление пива в России приблизится к среднему уровню Центральной Европы. На опыте стран Центральной и Восточной Европы можно прогнозировать, что рост потребления пива будет обеспечиваться, в том числе, за счет изменения вкусовых пристрастий потребителей, которые все больше отказываются от крепких спиртных напитков в пользу пива.

На российском пивном рынке можно выделить 5 ценовых сегментов:

- Супер-премиум (включая лицензионное пиво);
- Премиум;
- Основной ценовой сегмент;
- Экономичный ценовой сегмент;
- Дешевый ценовой сегмент.

Развитие пивного рынка сопровождается изменением его структуры. Продолжает расти доля потребления в более дорогих сегментах рынка. В частности, показателен рост доли продаж лицензионного пива в России с 3,8% в 2003 г. до 7,4% в 2005 г. (по данным Бизнес Аналитики), чему способствуют активные рекламные кампании и запуск таких марок пива, как Heineken, Warsteiner, Foster's, Brahma, Zlatopramen и др.

Также выросло потребление в сегменте дешевого пива (с 10% доли рынка в 2003 г. до 17% в 2005 году), в том числе за счет успешного запуска пива «Жигулевское» (Балтика) и роста марки «Баб Бир» (САН Интербрю).

Доля рынка «премиум», основного и экономичного сегментов, начиная с 2004 г., снижается.

Следующая таблица показывает продажи отрасли по основным ценовым сегментам в 2003—2005 гг. в натуральном выражении, млн гл.

Показатель	2003	2004	2005
Супер-премиум	2,9	4,7	7,3
Премиум	15,4	16,6	14,7
Основной	20,5	20,6	20,6
Экономичный	26,7	27,2	28,9
Дешевый	7,5	12,0	14,6
Итого	73,0	81,0	86,2

Источник: Бизнес Аналитика

С точки зрения упаковки, самый быстрорастущий сегмент продаж последних лет – пластиковая бутылка. По данным Бизнес Аналитики, доля продаж пива в пластиковой бутылке в натуральном

выражении выросла с 32% до 40% от общего объема рынка. Этот рост происходил в основном за счет снижения доли продаж пива в стеклянной бутылке. За тот же период доля продаж пива в такой таре снизилась с 50% до 41% от общего объема продаж.

Результаты деятельности Компании в целом соответствуют тенденциям развития рынка. Более того, результаты САН Интербрю в некоторой степени определяют данные тенденции развития отрасли, поскольку компания является одним из лидеров рынка в России (см. также п. 4.6. «Продажи»).

Структура продаж по основным видам упаковки в России в 2003—2005 гг. в натуральном выражении, % от общего объема рынка

Показатель	2003	2004	2005
Стеклянные бутылки	50%	45%	41%
Кеги	6%	6%	6%
Алюминиевые банки	12%	13%	12%
Пластиковые бутылки	32%	37%	40%
Итого	100%	100%	100%

Источник: Бизнес Аналитика

Независимые эксперты прогнозируют незначительный рост доли баночного пива и пива в кегах за счёт сокращения доли пива в пластиковых и стеклянных бутылках.

5.1. Краткая характеристика основных конкурентов САН Интербрю

Одной из основных тенденций развития рынка в 2000-х гг. стала консолидация пивного рынка. В 2005 г. продолжилось сокращение доли малых и средних предприятий и укрепление позиций флагманов индустрии.

Основной конкурент САН Интербрю по объемам продаж и доле рынка — холдинг Baltic Beverages Holding AB (BBH) и его ведущая компания ОАО «Пивоваренная компания «Балтика». BBH является совместным предприятием международных пивоваренных гигантов Carlsberg Breweries A/S и Scottish & Newcastle PLC. В рамках консолидации активов, BBH в 2005 году продолжила выкуп пакетов акций у миноритарных держателей и начала процесс консолидации заводов в единое юридическое лицо. Холдинг BBH исторически контролирует первоклассные пивоваренные заводы, дистрибьюторские центры и имеет географически разветвленную сеть офисов продаж, что позволяет холдингу играть значительную роль в пивоваренной отрасли России.

Компания Heineken на протяжении 2004—2005 гг. приложила значительные усилия по приобретению контрольных пакетов акций заводов «Патра», «Степан Разин», завода в Иркутске, компании «ПИТ» и пр. За значительным количеством приобретений, осуществленным за столь рекордно короткий срок, следует, как показывает практика, довольно длительный процесс воплощения единой стратегии и тактики эффективного управления новыми производственными активами. Успешная реализация этих задач позволит компании занять существенную устойчивую позицию на российском рынке.

В начале 2006 г. компания Efes Breweries International увеличила свою рыночную долю за счет покупки заводов и брендов компании «Красный Восток». Эта покупка позволила ей создать географически диверсифицированный бизнес с полноценным портфелем брендов и подтвердило серьезность намерений и важность российского рынка для акционеров Efes Breweries International.

Российское подразделение SAB Miller проводит сфокусированную политику по увеличению продаж в премиальном и супер-премиальном сегментах рынка, что позволяет компании занимать значительную нишу в указанных сегментах, однако ограничивает потенциал роста доли рынка, занимаемой компанией.

Основной показатель, позволяющий сделать выводы о состоянии консолидации российского пивного рынка, — растущая общая доля рынка двух лидирующих в отрасли компаний и пятерки крупнейших игроков рынка.

Так, общая доля рынка крупнейших игроков российского пивного рынка — компаний ВВН (Baltic Beverage Holding) и САН Интербрю — по итогам 2005 г. составила 54,5% по сравнению с 46,0% в 2002 г.

Общая доля пяти международных игроков российского пивного рынка – компаний ВВН (Baltic Beverage Holding), САН Интербрю, Efes, Heineken и SAB Miller также выросла. По итогам 2005 г. доля этих компаний составила 79,6% по сравнению с 63,8% в 2002 г.

Следующая таблица показывает доли российского пивного рынка основных производителей в 2002—2005 гг., % от общего объема рынка в натуральном выражении.

Показатель	2002	2003	2004	2005
ВВН	34,1%	33,5%	34,8%	36,8%
САН Интербрю	11,9%	14,5%	15,6%	17,7%
Efes*	10,5%	11,6%	13,3%	12,9%
Heineken	4,2%	4,5%	5,7%	7,2%
SAB Miller	3,1%	3,9%	4,6%	4,9%
Очаково	8,5%	7,3%	6,5%	5,8%
Итого	72,3%	75,3%	80,4%	85,4%

Источник: Бизнес Аналитика

* — включая Красный Восток

САН Интербрю прогнозирует, что конкуренция в пивной отрасли в дальнейшем будет усиливаться, что связано со следующими факторами:

- консолидация пивоваренного рынка России подходит к стадии завершения, что сфокусирует усилия основных игроков на органическом росте бизнеса;
- можно прогнозировать дальнейший рост доли продаж крупнейших производителей благодаря активному внедрению современных методов осуществления продаж и инновационных маркетинговых инструментов;
- широкое использование современных технологий при производстве пива способствует увеличению сроков его хранения, что позволяет проводить более гибкую сбытовую и маркетинговую политики;
- по мере улучшения социально-экономической ситуации, ведущие международные компании будут продолжать наращивать свое присутствие на российском рынке, в том числе за счет увеличения объемов продаж лицензионных сортов пива.

6. Приложения

- 6.1. Бухгалтерская отчетность ОАО «САН Интербрю» за 1 квартал 2006 г. (Форма №1 и №2), подготовленная в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета.
- 6.2. Бухгалтерская отчетность ОАО «САН Интербрю» за 2005 г. (Форма №1 и №2), подготовленная в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета.
- 6.3. Краткая версия консолидированной финансовой отчетности ИнБев за 2005 г., подготовленная в соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета.

6.1. Отчетность ОАО «САН Интербрю» на 31 декабря 2005 г.

Бухгалтерский баланс ОАО «САН Интербрю» на 31 декабря 2005 г., тыс. руб.			
	Код	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	17,133	15,785
Основные средства	120	9,413,171	11,852,028
Незавершенное строительство	130	3,871,909	3,961,039
Долгосрочные финансовые вложения	140	15,289	15,290
Отложенные налоговые активы	145	110,523	61,372
Итого по разделу I	190	13,428,024	15,905,513
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	2,742,459	3,495,033
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	1,935,461	2,387,936
затраты в незавершенном производстве	213	468,968	529,408
готовая продукция и товары для перепродажи	214	312,483	479,576
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	25,547	98,113
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	442,877	670,044
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	-	259,280
в том числе покупатели и заказчики	231	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	1,355,916	2,051,055
в том числе покупатели и заказчики	241	631,105	583,739
Краткосрочные финансовые вложения	250	318	-
Денежные средства	260	37,889	14,998
Прочие оборотные активы	270	-	-
Итого по разделу II	290	4,579,459	6,490,410
БАЛАНС	300	18,007,483	22,395,923
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	1,791,401	1,791,401
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	533,072	533,072
Резервный капитал	430	3,288	28,089
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	3,228	28,089
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	0	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	61,329	533,679
Итого по разделу III	490	2,389,030	2,886,241
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	9,877,086	7,859,757
Отложенные налоговые обязательства	515	112,656	178,503
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
Итого по разделу IV	590	9,989,742	8,038,260
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	4,177,526	8,949,974
Кредиторская задолженность	620	1,451,113	2,521,364
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	1,143,167	2,006,190
задолженность перед персоналом организации	622	14,479	25,807
задолженность перед государственными и внебюджетными фондами	623	3,045	5,914
задолженность по налогам и сборам	624	238,446	407,018
прочие кредиторы	625	51,976	76,434
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате	630	36	29

доходов			
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	36	54
Итого по разделу V	690	5,628,711	11,471,422
БАЛАНС	700	18,007,483	22,395,923

**СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ,
УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ**

Арендованные основные средства	910	24,645	257,314
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение	920	-	-
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940	44,087	89,539
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	-	-
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	-	-
Износ жилищного фонда	970	-	-

Генеральный директор
Джозеф Стрелла

Главный бухгалтер
Алексей Новиков

Отчет о прибылях и убытках ОАО «САН Интербрю» за 2005 г., тыс. руб.

	Код	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
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	23,626,856	16,558,512
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(12,836,986)	(9,556,434)
Валовая прибыль	029	10,789,870	7,002,078
Коммерческие расходы	030	(5,822,188)	(3,514,678)
Управленческие расходы	040	(2,667,524)	(1,608,829)
Прибыль (убыток) от продаж	050	2,300,158	1,878,571
ПРОЧИЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ			
Проценты к получению	060	172	1,556
Проценты к уплате	070	(1,273,580)	(1,009,871)
Доходы от участия в других организациях	080	2	16
Прочие операционные доходы	090	232,345	123,415
Прочие операционные расходы	100	(451,452)	(306,105)
Внерезультативные доходы	120	182,355	462,602
Внерезультативные расходы	130	(268,032)	(997,700)
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	140	721,968	152,484
Отложенные налоговые активы	141	(49,151)	(14,825)
Отложенные налоговые обязательства	142	(65,847)	(59,101)
Текущий налог на прибыль	150	(109,746)	(14,000)
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА	190	497,224	64,559
СПРАВОЧНО.	200	51,472	73,239

Расшифровка отдельных прибылей и убытков ОАО «САН Интербрю» за 2005 г., тыс. руб.

	За отчетный период		За аналогичный период предыдущего года	
	Прибыль	Убыток	Прибыль	Убыток
Штрафы, пени и неустойки, признанные или по которым получены решения суда (арбитражного суда) об их взыскании	1,321	4,964	-	3,296
Прибыль (убыток) прошлых лет	4,858	44,115	2,249	37,253
Возмещение убытков, причиненных неисполнением или ненадлежащим исполнением обязательств	-	20,746	-	-
Курсовые разницы по операциям в иностранной валюте	135,862	81,291	404,457	439,109
Отчисления в оценочные резервы	23,296	-	-	212,817
Списание дебиторских и кредиторских задолженностей, по которым истек срок исковой давности	4,753	89,539	2,990	44,087

6.2. Отчетность ОАО «САН Интербрю» на 31 марта 2006 г.**Бухгалтерский баланс ОАО «САН Интербрю» на 31 марта 2006 г., тыс. руб.**

	Код	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	110	15,785	15,338
Основные средства	120	11,852,028	12,673,782
Незавершенное строительство	130	3,961,039	3,493,432
Долгосрочные финансовые вложения	140	15,290	15,285
Отложенные налоговые активы	145	61,372	26,182
Итого по разделу I	190	15,905,513	16,224,019
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	210	3,495,033	3,487,609
в том числе:			
сырье, материалы и другие аналогичные ценности	211	2,387,936	2,127,076
затраты в незавершенном производстве	213	529,408	664,200
готовая продукция и товары для перепродажи	214	479,576	603,494
товары отгруженные	215	-	-
расходы будущих периодов	216	98,113	92,838
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	220	670,044	529,186
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной даты)	230	259,280	394,834
в том числе покупатели и заказчики	231	-	-
Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты)	240	2,051,055	2,965,864
в том числе покупатели и заказчики	241	985,759	1,261,724
Краткосрочные финансовые вложения	250	-	-
Денежные средства	260	14,998	56,213
Прочие оборотные активы	270	-	-
Итого по разделу II	290	6,490,410	7,433,707
БАЛАНС	300	22,395,923	23,657,726
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	410	1,791,401	1,791,402
Собственные акции, выкупленные у акционеров	411	-	-
Добавочный капитал	420	533,072	533,072
Резервный капитал	430	28,089	28,049
в том числе:			
резервы, образованные в соответствии с законодательством	431	28,089	28,089
резервы, образованные в соответствии с учредительными документами	432	0	-
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	470	533,679	781,170
Итого по разделу III	490	2,886,241	3,133,733
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	510	7,859,757	8,009,941
Отложенные налоговые обязательства	515	178,503	197,952
Прочие долгосрочные обязательства	520	-	-
Итого по разделу IV	590	8,038,260	8,207,893
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Займы и кредиты	610	8,949,974	8,943,146
Кредиторская задолженность	620	2,521,364	3,372,876
в том числе:			
поставщики и подрядчики	621	2,006,190	2,768,226
задолженность перед персоналом организации	622	25,807	57,620
задолженность перед государственными и внебюджетными фондами	623	5,914	12,003
задолженность по налогам и сборам	624	407,018	464,340
прочие кредиторы	625	76,434	70,688
Задолженность перед участниками (учредителями) по выплате	630	29	36

доходов			
Доходы будущих периодов	640	-	-
Резервы предстоящих расходов	650	-	-
Прочие краткосрочные обязательства	660	54	41
Итого по разделу V	690	11,471,422	12,316,099
БАЛАНС	700	22,395,923	23,657,726

**СПРАВКА О НАЛИЧИИ ЦЕННОСТЕЙ,
УЧИТЫВАЕМЫХ НА ЗАБАЛАНСОВЫХ СЧЕТАХ**

Арендованные основные средства	910	257,314	257,314
Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение	920	-	-
Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов	940	89,539	89,539
Обеспечения обязательств и платежей полученные	950	-	-
Обеспечения обязательств и платежей выданные	960	-	-
Износ жилищного фонда	970	-	-
Износ объектов внешнего благоустройства и других аналогичных объектов (015)	980	-	-

Генеральный директор
Джозеф Стрелла

Главный бухгалтер
Алексей новиков

Отчет о прибылях и убытках ОАО «САН Интербрю» за 1 кв. 2006 г., тыс. руб.

	Код	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года
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	4,959,214	4,141,517
Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг	020	(3,359,170)	(2,395,754)
Валовая прибыль	029	1,600,044	1,745,763
Коммерческие расходы	030	(427,174)	(832,190)
Управленческие расходы	040	(443,792)	(834,678)
Прибыль (убыток) от продаж	050	729,078	78,895
ПРОЧИЕ ДОХОДЫ И РАСХОДЫ			
Проценты к получению	060	30	19
Проценты к уплате	070	(332,189)	(300,432)
Доходы от участия в других организациях	080	0	0
Прочие операционные доходы	090	180,575	-1,798
Прочие операционные расходы	100	(248,513)	(77,455)
Внерезультационные доходы	120	46,744	40,305
Внерезультационные расходы	130	(39,773)	(145,421)
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ	140	335,953	(405,888)
Отложенные налоговые активы	141	(35,190)	(1,707)
Отложенные налоговые обязательства	142	(19,449)	(16,032)
Текущий налог на прибыль	150	(33,822)	(0)
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТЧЕТНОГО ПЕРИОДА	190	247,492	(423,626)
СПРАВОЧНО.	200	7,833	24,420
Постоянные налоговые обязательства (активы)			

6.3. Краткая версия бухгалтерской отчетности ИнБев за 2005 г. по МСФО

Основные финансовые показатели отчета о прибылях и убытках
ИнБев в 2004—2005 гг. (млн Евро).

Показатель	2004	2005
Выручка	8 568	11 656
ЕВИТДА	2 329	3 132
Чистая прибыль	898	1 402

Источник: финансовая отчетность ИнБев по МСФО

Основные финансовые показатели бухгалтерского баланса
ИнБев в 2004—2005 гг. (млн Евро).

Показатель	2004	2005
Текущие активы	3 932	4 263
Долгосрочные активы	14 712	19 298
Итого активов	18 644	23 561
Собственный капитал	8 693	11 850
Долгосрочные обязательства	4 102	6 522
Краткосрочные обязательства	5 849	5 189
Итого пассивов	18 644	23 561

Источник: финансовая отчетность ИнБев по МСФО

Полную версию финансовой отчетности ИнБев по международным стандартам можно найти на сайте ИнБев — www.inbev.com.