

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО «ЖИВОЙ ОФИС»

Компания входит в тройку лидеров офисного обеспечения
на рынке Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Основные показатели инвестиционной привлекательности Компании

■ **С 1996 г.** Компания заняла значительную долю стабильно растущего рынка в Санкт-Петербурге, подготовила инфраструктуру и маркетинговую стратегию для прорыва на федеральный уровень:

- В 2012 г. объем рынка товаров для офиса оценивается более чем в 72 млрд. руб. с прогнозом ежегодного прироста более 10%.

■ **Основной регион присутствия** — Санкт-Петербург, где доля рынка составляет более 14%. Также открыты филиалы в Москве и Смоленске (франчайзи).

■ **Ассортиментная матрица** Компании включает в себя **более 10 тыс. позиций офисных товаров**, основные товарные категории — бумага и хозтовары для офиса.

- Компания активно дополняет ассортимент новыми товарами под собственным брендом.

■ Компания использует **агрессивные маркетинговые стратегии** на активно развивающемся рынке:

- Инновационные технологии Интернет-продаж, формирующие в 2012 г. до 20% от объема выручки (рост в 2 раза по сравнению с 2011 г.).
- Собственный бренд Компании «Живой офис» обладает высоким рыночным потенциалом.

■ **Отлаженные бизнес-процессы** позволяют предоставлять клиентам **высокий уровень сервиса**.

■ Компания обладает складскими мощностями, которые позволяют обеспечивать расширение ее деятельности, в том числе в регионы, в достаточном объеме на ближайшие 5 лет.

Стратегия развития и инвестиционная программа

Стратегия Компании до 2017 г. предусматривает:

- Увеличение суммарного оборота до 7 млрд. руб./год
- Укрепление позиций в регионах присутствия: в Санкт-Петербурге 25-30%, в Москве 7-10% рынка.
- Развитие региональных проектов.
- Совершенствование технологий интернет-продаж, капитализацию марки «Живой офис».

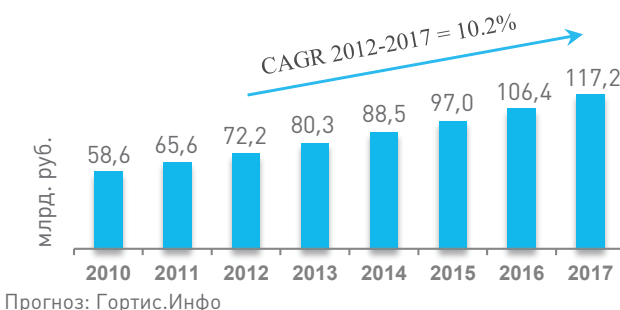
Инвестиционная программа предполагает:

- Развитие созданного в 2012 г. контакт-центра в Твери.
- Открытие филиалов в 8 городах-миллионниках.
- Внедрение ERP-системы.

Привлекательность входа в бизнес для Инвестора

- В начале 2013 г. Компанией планируется первичное размещение (IPO) до 30% акционерного капитала.
- Вхождение в собственный капитал Компании до проведения IPO позволит Инвестору получить преимущественное право выкупа акций при IPO и обеспечит более высокие мультипликаторы стоимости при выходе из бизнеса.

Объем рынка товаров для офиса 2012-2017 гг.



Структура ассортимента Компании 2012 и 2017 г



Крупнейшие клиенты Компании



Финансовые показатели Компании 2012-2017 гг.

млн. руб	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Выручка	584	787	1900	3308	4643	5855	6885
EBITDA	36	20*	9*	195	478	715	911
EBITDA Margin	6,1%	2,5%	0,5%	5,9%	10,3%	12,2%	13,2%
Чистая прибыль (ЧП)	3	-5*	-24*	131	349	535	689
Кап вложения	2	13	23	41	18	—	—
Активы	167	329	632	1057	1663	2408	3250
Собств. капитал	15	10	186	317	666	1201	1890
Чистый долг	44	152	82	124	-120	-609	-1295
Чистый долг / EBITDA	1,24	7,76	8,88	0,64	-0,25	-0,85	-1,42
Чистый долг / Капитал	2,99	15,10	0,44	0,39	-0,18	-0,51	-0,69
Чистый долг / Активы	0,26	0,46	0,13	0,12	-0,07	-0,25	-0,40

*Низкие показатели EBITDA и отрицательные ЧП обусловлены инвест. затратами '12-13 гг., которые по своей специфике относятся на коммерческие и административные расходы.

Предварительная оценка стоимости Компании

■ Стоимость собственного капитала по предварительной оценке составляет около **2.0 млрд. руб.**

ЗАО «Истлэнд Кэпитал» обращает внимание Получателя на то, что информация, изложенная в настоящем документе является конфиденциальной и не подлежит раскрытию или распространению среди третьих лиц без предварительного письменного согласия ЗАО «Истлэнд Кэпитал».

Сравнительная оценка стоимости ОАО «Живой офис»

■ Оценки стоимости Компании (Equity Value), млн. руб.

Показатель	Sales 2012	Sales 2013
Развитые страны	170	554
Развивающиеся страны	1 749	2 048
Все страны*	1 354	1 675

* вес развивающихся 75%

■ Оценки стоимости Компании (Equity Value), млн. Евро (справочно)

Показатель	Sales 2012	Sales 2013
Развитые страны	4,3	13,8
Развивающиеся страны	43,7	51,2
Все страны*	33,9	41,9

* вес развивающихся 75%

■ Мультипликаторы (средние значения)

Группа стран	EV / Sales 2012	EV / Sales 2013
Развитые страны	0,41	0,37
Развивающиеся страны	2,42	1,16
Все страны*	1,91	0,96
Данные Компании для оценки, млн. руб.	787	1 900

* вес развивающихся 75%

■ Компании — аналоги развитых стран

№	Название участника	Страна	Мсap, mln EUR	EV, mln EUR	EV / Sales 2012	EV / Sales 2013
1	FINDEL PLC	BRITAIN	135,5	451,7	0,7	0,7
2	OFFICE2OFFICE PL	BRITAIN	42,0	79,4	0,3	0,3
3	WULFF-GROUP PLC	FINLAND	12,7	18,9	0,2	0,2
4	MANUTAN INTERNAT	FRANCE	271,0	266,4	0,5	0,4
5	WAREHOUSE GROUP	NEW ZEALAND	662,4	801,4	0,8	0,6
6	OFFICE DEPOT INC	UNITED STATES	1 010,9	1 367,0	0,2	0,2
7	OFFICEMAX INC	UNITED STATES	882,1	1 293,8	0,2	0,2
8	STAPLES INC	UNITED STATES	7 160,1	7 661,2	0,4	0,4
9	UNITED STATIONER	UNITED STATES	1 080,4	1 454,3	0,4	0,4

■ Компании — аналоги развивающихся стран

№	Название участника	Страна	Мсap, mln EUR	EV, mln EUR	EV / Sales 2012	EV / Sales 2013
1	SHANGHAI XINHU-A	CHINA	660,8	816,6	3,7	—
2	JARIR MARKETING	SAUDI ARABIA	1 854,2	1 875,6	2,0	1,7
3	GESTETNER CEYLON	SRI LANKA	2,6	2,5	0,8	—
4	OFFICE EQUIPMENT	SRI LANKA	1,4	1,2	1,6	—
5	OFFICEMATE PCL	THAILAND	153,4	150,7	4,0	0,6

* примечание: сделано предположение, что при наиболее пессимистичном сценарии мультипликаторы EV/Sales по всем компаниям-аналогам развивающихся стран в 2013 г. сократятся не более чем в 2 раза по сравнению с 2012 г.