

**ОАО «РБК Информационные Системы»**

**Годовой отчет – 2010**

Предварительно утвержден советом директоров,  
Протокол №107 от 17.05.2011

**Генеральный директор**

Герман Каплун

**Главный бухгалтер**

Герман Каплун

**Годовой отчет ОАО «РБК Информационные  
Системы»  
за 2010 год**

Москва, 2011 год

# Содержание

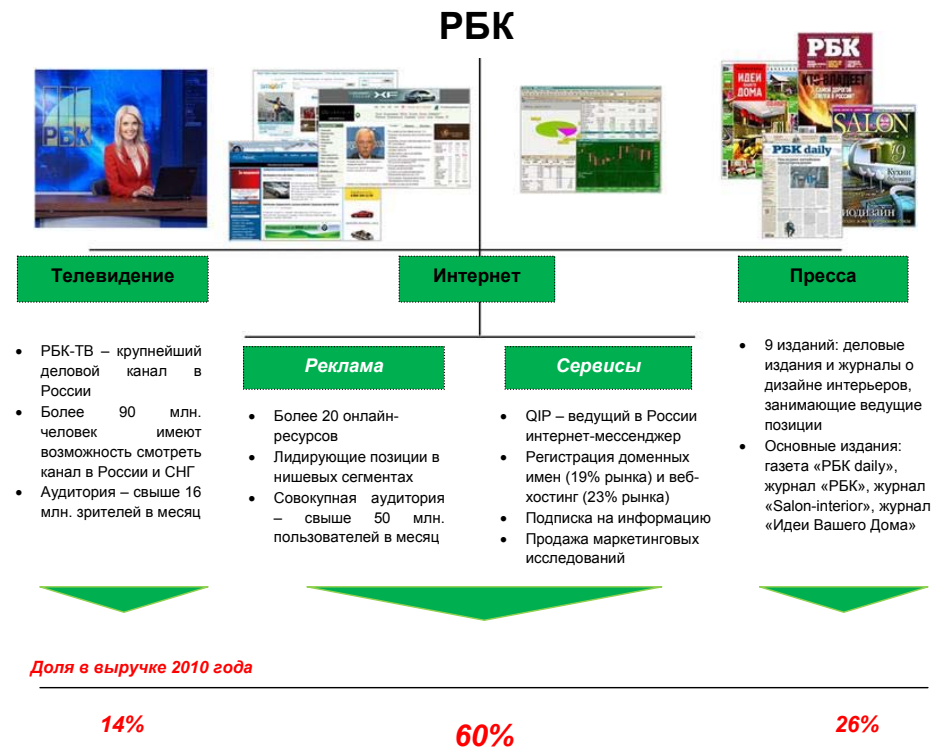
Глава 1. РБК вчера, сегодня, завтра	Стр. 4
Глава 2. Обращение к акционерам РБК	Стр. 8
Глава 3. Приоритетные направления деятельности	Стр. 10
– Интернет	Стр. 10
– Телевидение	Стр. 13
– Пресса	Стр. 15
Глава 4. Отчет совета директоров за 2010 год	Стр. 20
Глава 5. Корпоративное управление	Стр. 22
Глава 6. Ценные бумаги	Стр. 27
Приложения	Стр. 31
– Макроэкономическая ситуация в России	Стр. 32
– Рекламный рынок	Стр. 33
Контактная информация	Стр. 36

## Глава 1. РБК вчера, сегодня, завтра

### Кратко об РБК

Сегодня РБК<sup>1</sup> – один из крупнейших в России медиахолдингов, который ведет свою деятельность в трех ключевых медиасегментах: интернет, телевидение и пресса. РБК входит в топ-4 крупнейших<sup>2</sup> интернет-компаний в стране и объединяет свыше двадцати пяти деловых, тематических и развлекательных интернет-ресурсов, общая аудитория которых на конец 2010 года превысила 52 млн. уникальных пользователей. Техническое проникновение крупнейшего в стране делового телеканала - РБК-ТВ - составляет около 75 млн. человек, тогда как ежемесячная аудитория канала достигла 16,1 млн. зрителей к декабрю 2010 года. Печатные издания РБК также занимают ведущие позиции на рынке.

Высокое качество медиаресурсов РБК и их популярность среди целевых аудиторий позволили сформировать широкую и лояльную клиентскую базу: количество рекламодателей, размещающих свои бюджеты на медиаплощадках РБК, превысило 5 500 компаний по итогам 2010 года.



<sup>1</sup> ОАО «РБК Информационные Системы» является частью холдинга РБК. В связи с этим в данном отчете приводится информация по всей группе РБК, за исключением случаев указания полного наименования компании - ОАО «РБК Информационные Системы».

<sup>2</sup> по численности российской аудитории

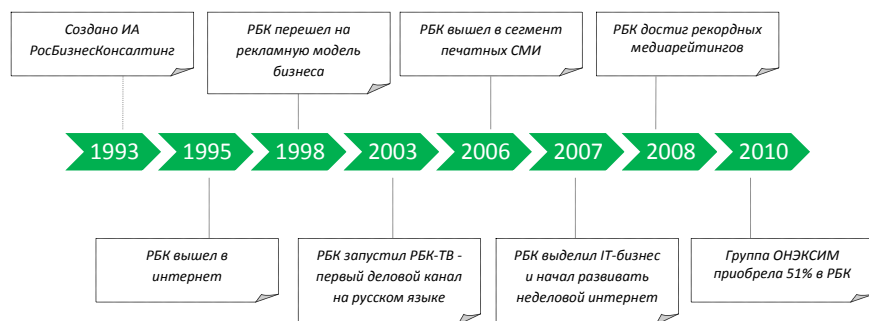
Результаты, которых компания достигла в 2010 году - итог работы сплоченной команды РБК. Именно благодаря высокому уровню профессионализма и квалификации своих сотрудников РБК занимает ведущие позиции по всем трем направлениям своей деятельности. На конец 2010 года штат группы РБК состоял из 2 407 человек. РБК ставит перед собой цель привлекать и удерживать специалистов, которые обладают высокой квалификацией и знанием рынка, предоставляя им условия для наиболее полной реализации их потенциала.

## Основные этапы развития

РБК начал свою деятельность в 1993 году в качестве информационного агентства, специализирующегося на предоставлении финансовых и экономических новостей российского рынка. В течение нескольких лет компания сумела завоевать лидирующую позицию на рынке деловой информации в стране. В 1995 году РБК первым из российских информационных агентств запустил собственный интернет-ресурс Rbc.ru, который стал основным источником бизнес-новостей в России. В 2003 году компания реализовала один из самых крупных своих медиапроектов: создала первый в России деловой телеканал РБК-ТВ. В 2006 году РБК расширил линейку своих нишевых медиапродуктов и вышел на рынок печатных СМИ. При этом ежемесячный журнал «РБК» и еженедельная газета «РБК daily» в течение одного года показали равные с лидерами рынка объемы аудитории. Основываясь на отличных результатах своих медиаресурсов, РБК также вышел в растущий сегмент интерьерной прессы, купив ведущий в данном сегменте издательский дом.

На протяжении семнадцати лет своего существования компания создает высококачественный контент, в результате чего сегодня бренду РБК доверяют десятки миллионов людей, и он известен не только по всей России и СНГ, но и в странах Дальнего зарубежья. РБК первым диверсифицировал свои информационные каналы, давая возможность потребителю получать информацию наиболее удобным для него способом.

### Основные этапы развития РБК



### Календарь основных событий за 2010 год

#### Апрель

- РБК подписал соглашения о реструктуризации долга с основными кредиторами;

#### Июнь

- Группа ОНЭКСИМ<sup>3</sup> приобрела 51% акций в ОАО «РБК» - новой холдинговой компании группы РБК;

#### Сентябрь

- РБК реструктурировал долг и сократил долговую нагрузку с \$261 млн. (с учетом накопленных процентов) до \$210 млн.;
- РБК завершил сделку по приобретению 25%-доли в одном из крупнейших ресурсов онлайн бронирования отелей и авиабилетов iGlobe.ru, являющегося партнером Expedia Affiliate Network;
- РБК-ТВ расширил свою партнерскую сеть по распространению сигнала в России за счет крупнейшего российского оператора спутникового телевидения «Триколор ТВ»;

#### Октябрь

- РБК объявил о повышении расценок на размещение рекламы в деловых печатных изданиях на 10% с 1 октября 2010 года;

#### Ноябрь

- РБК запустил систему онлайн аукционов по продаже и аренде в режиме реального времени недвижимости класса люкс - BidontheCity Россия;
- РБК изменил дизайн и расширил функциональные возможности ключевых интернет-ресурсов, а также сайтов телеканала РБК-ТВ и газеты «РБК daily»;

#### Декабрь

- Интернет-аудитория РБК увеличилась на 21% в 2010 году и достигла 52,2 млн. пользователей;
- Численность российской аудитории интернет-ресурсов РБК превысила 20 млн. пользователей; по данному показателю РБК входит в четверку крупнейших интернет-компаний России;
- РБК завершил консолидацию основных недельных интернет-проектов на Qip.ru: аудитория портала практически удвоилась;
- РБК достиг договоренности с ведущим медиаселлером российского интернета IMHO VI (входит в группу компаний Видео Интернешнл) о продажах рекламы на нескольких своих сайтах с февраля 2011 года.

<sup>3</sup> Группа ОНЭКСИМ в лице компании PRAGLA LIMITED (далее – Группа ОНЭКСИМ)

## Цели развития на 2011 год

- Увеличение консолидированной выручки РБК и прибыльности бизнеса;
- Дальнейшее увеличение доли интернета в выручке;
- Расширение интернет-аудитории;
- Разработка мобильных приложений для интернет-ресурсов и сервисов РБК;
- Увеличение монетизации неделовых интернет-ресурсов и сервисов;
- Рост аудитории РБК-ТВ за счет технического и графического обновления канала и запуска новых программ;
- Увеличение интерактивности печатных изданий.

## Глава 2. Обращение к акционерам РБК

### Обращение генерального директора

Уважаемые акционеры!

Я рад сообщить вам о положительных результатах деятельности РБК в 2010 году. В отчетном периоде компания продолжила укреплять свои позиции на российском медиарынке и со второй половины года вернулась к росту выручки и прибыльности бизнеса. По итогам 2010 года, РБК входит в топ-4 ведущих интернет-компаний страны по численности российской аудитории, а РБК-ТВ остается крупнейшим деловым телеканалом в России. Что же касается основных финансовых результатов: консолидированная выручка компании увеличилась за 2010 год на 14% до 3,5 млрд. рублей, показатель EBITDA вышел в положительную зону и без учета затрат на реструктуризацию составил 176 млн. рублей<sup>4</sup>. Важно отметить, что таких финансовых результатов компании удалось достичь фактически в течение всего лишь четырех месяцев после успешного завершения реструктуризации долга РБК в сентябре 2010 года.

### Реструктуризация долга

Процесс реструктуризации долга РБК не давал возможности компании нормально развиваться и расти больше года. Его завершение стало важнейшим шагом в достижении стабильного финансового состояния РБК. В результате сделки финансовая задолженность группы сократилась с \$261 млн. (с учетом накопленных процентов) до \$210 млн., по состоянию на конец отчетного года<sup>5</sup>.

### Сделка с Группой ОНЭКСИМ

Положительный исход реструктуризации был во многом предопределен в июне 2010 года, когда Группа ОНЭКСИМ приобрела 51% в РБК<sup>6</sup>. Вырученные в результате сделки средства компания направила, в частности, на обслуживание реструктуризации долга, а также финансирование текущей операционной деятельности и программ последующего развития.

### Стратегия развития

В декабре 2010 года совет директоров ОАО «РБК», холдинговой компании группы РБК, определил приоритетные направления развития группы до 2013 года. Стратегия развития нацелена на максимизацию эффективности бизнеса и рост его инвестиционной стоимости. В частности, интернет и телевидение останутся приоритетными направлениями бизнеса РБК, поскольку в данных сегментах компания имеет конкурентные преимущества и максимальный потенциал роста. Помимо этого, для обеспечения высоких темпов роста компания вернется к модели развития бизнеса, сочетающей органический рост со стратегией поглощений. При этом планируется продать активы РБК, не представляющие стратегического интереса.

<sup>4</sup> Более подробное описание финансовых результатов деятельности РБК за 2010 год приводится в Главе 4. «Отчет совета директоров за 2010 год» данного годового отчета

<sup>5</sup> Более подробное описание реструктуризации долга РБК приводится в Главе 6. «Ценные бумаги» в годовом отчете ОАО «РБК», доступном на сайте [www.rbcholding.ru](http://www.rbcholding.ru)

<sup>6</sup> Более подробное описание сделки приводится в Главе 6. «Ценные бумаги» в годовом отчете ОАО «РБК», доступном на сайте [www.rbcholding.ru](http://www.rbcholding.ru)

В качестве дополнительной меры по увеличению инвестиционной привлекательности компании, наряду с решением о повышении качества корпоративного управления в РБК, совет директоров ОАО «РБК» постановил рассмотреть возможность листинга РБК на международной бирже.

С уважением,



Герман Каплун

Генеральный директор ОАО «РБК Информационные Системы»

## Глава 3. Приоритетные направления деятельности

### Интернет

#### Интернет-рынок

Интернет является самым быстрорастущим сегментом российского рекламного рынка. В 2009 году интернет стал единственным сегментом, который продемонстрировал рост. По данным АКАР, объем рекламного рынка в интернете в 2010 году увеличился на 40% до 26,7 млрд. рублей. По данным J'son & Partners Consulting, на мировом рынке интернет-рекламы у России самый динамичный прирост по результатам 2010 года (+42%), для сравнения: у Китая +35%, Бразилии и Индии +30-31%, Западной Европы +16%, США +14%

Затраты на медийную рекламу в 2010 году составили 9,8 млрд. руб. (рост 28%), объем контекстной интернет-рекламы увеличился на 46% до 16,9 млрд. руб. Контекстная реклама по-прежнему востребована среди некрупных рекламодателей из-за низкой стоимости. Медийная реклама, в свою очередь, позволяет формировать имидж и увеличивать узнаваемость бренда, тем самым формируя спрос на товар или услугу. Поэтому крупные рекламодатели по-прежнему направляют бюджеты именно на медийную рекламу. К тому же на крупнейшем медиарынке мира – США – вновь наблюдается более динамичный рост баннерной интернет-рекламы по сравнению с контекстной: в 2010 году медийная интернет-реклама росла в два раза быстрее<sup>7</sup>.

По данным TNS, в 2010 году число пользователей российского интернета выросло на 14% и составило 59% россиян. Уровень проникновения широкополосного доступа (ШПД) в интернет на конец 2010 года составил 30% населения России, по данным агентства AC&M. Показатели численности пользователей интернета и распространения ШПД в России ниже аналогичных показателей в развитых странах, что во многом определяет перспективы роста данного сегмента.

По прогнозам АКАР, рынок интернет-рекламы в 2011 году может вырасти на 33-43%. ZenithOptimedia прогнозирует рост рекламного рынка в интернете в 2011 году на уровне 42%. В течение 2012-2013 годов темпы роста будут на уровне 40%. Доля сегмента в 2011 году составит 12%, а к 2013 увеличится до 16%. В результате, интернет станет вторым по величине сегментом рекламного рынка после телевидения.

#### Интернет-ресурсы и сервисы РБК

РБК является четвертым крупнейшим игроком российского интернета. Компания владеет более чем 25 интернет-ресурсами и сервисами, ориентированными на различные аудитории. В 2010 году совокупная интернет-аудитория РБК достигла 52,2 млн. пользователей, а российская аудитория превысила 20 млн. пользователей.

<sup>7</sup> По данным [www.iab.net](http://www.iab.net)

## Основные интернет-активы РБК

Интернет-ресурс	Описание	Аудитория, млн. пользователей
<b>Деловые ресурсы</b>		
Rbc.ru	деловой портал	15,0
Rbcdaily.ru	ежедневная деловая газета	2,2
Cnews.ru	сайт о высоких технологиях	2,3
Autonews.ru	сайт автоновостей	2,2
<b>Массовые ресурсы и сервисы</b>		
Qip.ru	развлекательный портал	20,4
Readme.ru	новостной агрегатор	13,1
Smotri.com	видеохостинг	8,2
Utro.ru	ежедневная газета	8,1
Loveplanet.ru	сайт знакомств	4,4

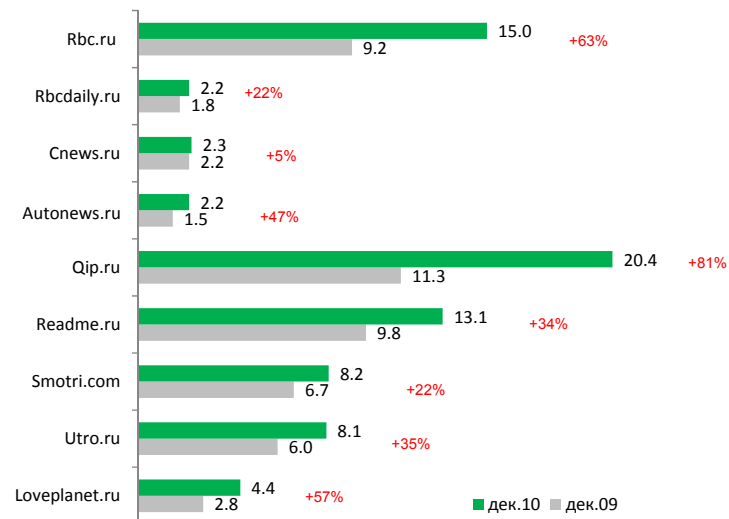
Источник: TNS, декабрь 2010

Среди интернет-активов РБК выделяются ресурсы и сервисы, ориентированные на деловую и массовую аудиторию. В частности, портал Rbc.ru остается ведущим источником деловой и финансовой информации в Рунете. По данным исследовательской группы TNS, на конец 2010 года месячная аудитория портала превысила 15 млн. человек. В течение года РБК провел работы по изменению дизайна Rbc.ru и доработке финансовых разделов с целью дальнейшего расширения аудитории. Также среди деловой аудитории востребованы такие интернет-ресурсы РБК как Rbcdaily.ru (ежедневная деловая газета), Cnews.ru (сайт о высоких технологиях), Autonews.ru (сайт автоновостей) и Quote.ru (портал финансовой информации).

Помимо линейки деловых интернет-ресурсов РБК также владеет более 20 недельными интернет-ресурсами и сервисами. Основные крупные из них включают ведущий в России интернет-мессенджер QIP (свыше 17 млн. пользователей), сайт обмена видеофайлами Smotri.com, сайт знакомств Loveplanet.ru, новостной агрегатор Readme.ru, а также направление веб-хостинга и регистрации доменных имен (группа компаний Hosting Community).

В 2010 году РБК завершил консолидацию основных недельных интернет-ресурсов на портале Qip.ru. В результате, аудитория портала практически удвоилась в течение года и на конец декабря составила свыше 20 млн. пользователей. При этом были расширены функциональные возможности интернет-мессенджера Qip.ru: пользователи получили возможность совершать голосовые и видеозвонки, звонить на любые городские и мобильные телефоны по всему миру. Также были выпущены версии мессенджера QIP для iPhone и iPad. В течение первых суток после появления в российском Apple App Store приложение QIP Mobile Messenger стало самым популярным среди всех российских приложений. В начале 2011 года была выпущена новая версия мессенджера QIP, интегрированная с сервисами международной социальной сети Facebook.

## Аудитория основных ресурсов РБК, млн. чел.



Источник: TNS

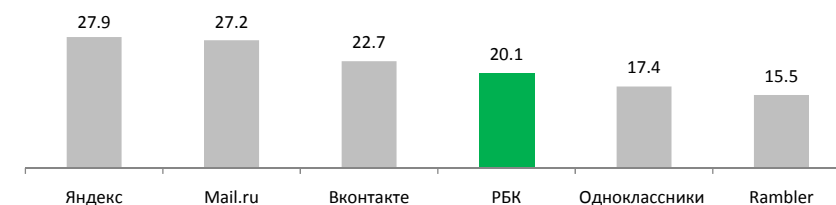
Группа компаний Hosting Community, входящая в холдинг РБК, является одним из трех крупнейших в России хостинговых холдингов. Группа является лидером сегмента веб-хостинга (доля рынка – 23%) и вторым по величине в России регистратором доменных имен (доля рынка – 19%). Помимо этого Hosting Community оказывает услуги по аренде и размещению серверов, предоставлению SSL-сертификатов, а также телекоммуникационные услуги.

В 2010 году РБК расширил портфель недельных ресурсов: в сентябре компания приобрела 25%-долю в одном из крупнейших ресурсов онлайн бронирования отелей и авиабилетов iGlobe.ru, а в ноябре - 45%-долю системы онлайн аукционов по продаже и аренде в режиме реального времени недвижимости класса люкс - BidontheCity Россия.

## Конкуренты РБК в интернете

РБК наряду с Яндекс, Mail.ru и Vkontakte составляют четверку крупнейших интернет-компаний России по численности российской аудитории.

## Крупнейшие интернет-компании по численности российских пользователей, млн. чел.



Источник: TNS Россия, декабрь 2010

РБК является абсолютным лидером в сегменте деловой информации Рунета, как по объему информации (на своих информационных лентах компания выпускает свыше 1500 новостных сообщений в день), так и по размеру аудитории, опережая в несколько раз ближайших конкурентов – интернет-сайты деловых газет.

**Сравнение РБК с конкурентами в сегменте предоставления деловой информации в Рунете**

	Дневная аудитория, уникальные пользователи	Количество просмотров	Отношение количества просмотров к дневной аудитории
<b>Rbc.ru</b>	<b>1 209 339</b>	<b>7 419 223</b>	<b>6,1</b>
<b>Деловые ресурсы</b>			
Vedomosti.ru	186 566	611 196	3,3
Kommersant.ru	131 635	597 343	4,5
Bfm.ru	91 526	237 012	2,6
Expert.ru	99 837	300 115	3,0
<b>Новостные ресурсы</b>			
Lenta.ru	583 799	3 321 952	5,6
Rian.ru	796 719	2 193 095	2,8

Источник: Rambler Top-100, 13.01.2011

**Телевидение**

**Рынок телевизионной рекламы**

Телевидение продолжает оставаться самым востребованным сегментом российского рекламного рынка. Его доля составляет 52% рынка. По данным АКАР, в 2010 году объем телевизионной рекламы составил 130,7 млрд. рублей, что выше показателя прошлого года на 15%. Реклама на телевидении остается привлекательной для рекламодателей в связи с низкой средней стоимостью тысячи контактов (СРТ), которая по итогам 2010 года составила \$2, по оценкам агентства Initiative Media.

В 2010 году продолжилась тенденция роста доли узкоспециализированных каналов. На российском телевизионном рынке сложилась ситуация с дефицитом рекламного времени на центральных каналах, что способствует росту интереса со стороны рекламодателей к тематическим каналам. К тому же узкоспециализированные каналы позволяют более эффективно рекламировать продукцию благодаря возможности получить доступ к определенной целевой аудитории. Компания OMD MDJPHD Group (входит в BBDO Russia Group) прогнозирует, что в ближайшие пять лет объем рекламы на нишевых каналах вырастет более чем в три раза.

В 2011 году, согласно прогнозам, телевизионный рынок по объему превысит показатель 2008 года. По данным АКАР, рост ТВ-рекламы в 2011 году составит 23-28%. По оценкам ZenithOptimedia, в следующем году телевизионный рынок вырастет на 23%. Доля телевидения в структуре

российского рекламного рынка в ближайшие годы существенно не изменится: к 2013 году этот сегмент будет занимать 55% рынка.

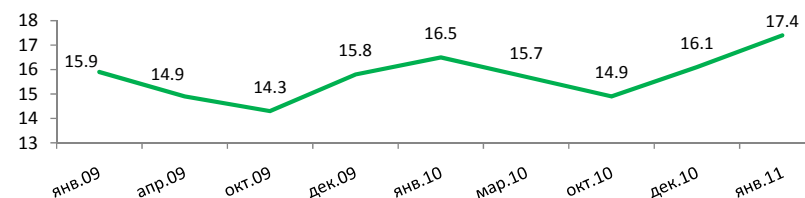
**РБК-ТВ**

Телеканал РБК-ТВ был запущен в 2003 году в сотрудничестве с CNBC Europe и CNN International - ведущими агентствами новостного вещания и распространения экономической информации на западном рынке. На сегодняшний день РБК-ТВ остается крупнейшим российским специализированным деловым каналом, ориентированным на освещение экономических и финансовых событий в стране и мире и предоставляющим актуальные комментарии, интервью и аналитику российских и зарубежных экспертов, прямые включения с мест событий, тематические передачи и обзоры отраслей экономики, а также данные международных информационных агентств. РБК-ТВ ведет круглосуточное вещание, совмещающее аналитические и новостные блоки. Более 95% контента РБК-ТВ создается журналистами РБК и посвящено России, а информационные партнеры РБК, такие как CNBC, CNN, Bloomberg, Associated Press и Reuters, предоставляют данные по западным рынкам.

Трансляция РБК-ТВ осуществляется посредством кабельных сетей, спутников, а также через интернет. Телеканал имеет две собственные станции: в Ростове-на-Дону и Новосибирске. Смотреть телеканал можно в крупных городах на всей территории России. Техническое проникновение РБК-ТВ в целом по стране составляет 75 млн. человек. В Москве - на ключевом рынке - вещание ведется во всех округах города, а в Подмоскovie телеканал доступен во всех крупных городах области. В 2010 году РБК-ТВ расширил свою партнерскую сеть по распространению сигнала в России за счет крупнейшего российского оператора спутникового телевидения «Триколор ТВ». Кроме того, РБК-ТВ транслируется на территории стран СНГ и Балтии, в Западной Европе, Северной Африке, Ближнем Востоке и Центральной Азии.

В 2010 году аудитория канала по России превысила 16 млн. человек, в Москве – 4,6 млн. зрителей, согласно исследованию TNS.

**Месячная аудитория РБК-ТВ, млн. человек**



Источник: TNS

В 2010 году были начаты работы по обновлению графического оформления РБК-ТВ. В целях популяризации канала и увеличения рекламных возможностей в сетку вещания были добавлены

новые телевизионные проекты, а для повышения его интерактивности - запущена новая версия сайта Rbctv.ru.

В 2010 РБК-ТВ стал лауреатом Всероссийского конкурса деловой журналистики, одержав победу в номинации «За объективное и всестороннее освещение экономических событий».

#### **Конкуренты РБК-ТВ**

В настоящее время основным прямым конкурентом РБК-ТВ является телеканал Эксперт-ТВ. В отличие от своего конкурента РБК-ТВ сфокусирован на предоставлении деловой информации. Кроме того, у канала Эксперт-ТВ практически отсутствует техническое покрытие. Телеканалы Россия24 и EuroNews могут рассматривать в качестве конкурентов РБК-ТВ, однако эти каналы в значительно меньшей степени ориентированы на деловую аудиторию.

Западные телеканалы CNBC и Bloomberg, которые доступны российским зрителям на английском языке, не предоставляют такой обширной информации о российском рынке, как РБК-ТВ, около 95% сюжетов которого посвящены отечественным экономическим событиям.

#### **Аудитория РБК-ТВ в сравнении с основным конкурентом**

Телеканал	Среднемесячный охват (тыс. чел.)	Среднесуточный охват (тыс. чел.)
РБК-ТВ	16 049	2 395
ЭКСПЕРТ-ТВ	2 319	218

Источник: TNS, декабрь 2010

#### **Пресса**

##### **Рекламный рынок печатных СМИ**

Сегмент печатных изданий остается вторым по величине сегментом рекламного рынка: в 2010 году его доля составила 18%, а объем – 44,8 млрд. руб., увеличившись на 7%, согласно данным АКАР. В структуре рынка печатных СМИ на рекламу в журналах пришлось 21,6 млрд. рублей, на размещение в газетах - 9,7 млрд. рублей, оставшиеся 13,5 млрд. рублей – на рекламные издания.

Невысокие темпы восстановления рынка печатных изданий отражают мировую тенденцию, связанную со структурными изменениями сегмента, в первую очередь, из-за развития цифровых и мобильных каналов распространения информации. В 2010 году продолжился процесс развития электронных печатных СМИ. Многие печатные издания усовершенствовали и технологически обновили свои сайты, расширили их функциональные возможности. При этом интерактивные форматы не замещают печатные издания, а дополняют их, обеспечивая обратную связь с читателем, позволяя оценить их реакцию и реальный спрос на определенные категории информации.

В разных странах процесс перехода СМИ в цифровую форму происходит с разной степенью интенсивности. В большинстве развитых стран этот процесс находится в активной стадии, в то

время как в России процесс перехода на цифровой формат потребует больше времени в связи с все еще низким спросом на цифровые продукты в целом по стране.

Несмотря на то, что массовое потребление информации в среднесрочной перспективе неизбежно сместится в сторону цифровых форматов, в силу сформировавшейся привычки часть аудитории, а следовательно, и рекламодателей, будет по-прежнему отдавать предпочтение печатным форматам.

В 2011 году реклама в печатных изданиях, по прогнозам ZenithOptimedia, вырастет на 11%, а к 2013 году темпы роста несколько замедлятся – до 10%. Доля печатных изданий в период с 2011 по 2013 сократится с 16% до 13%, но при этом, по прогнозам агентства, в 2013 году пресса будет третьим по величине сегментом после телевидения и интернета.

#### **Печатные издания РБК**

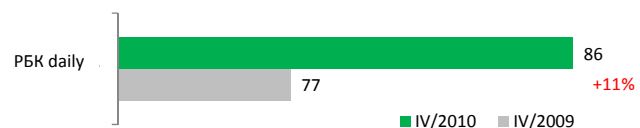
В сегменте печатных СМИ РБК выделяет два направления: деловые издания и журналы, посвященные дизайну интерьеров. Ключевые деловые издания РБК – это ежедневная деловая газета «РБК daily» и ежемесячный деловой журнал «РБК». Оба издания вышли в свет в 2006 году в связи с высоким спросом со стороны рекламодателей на размещение рекламы на ресурсах РБК, ориентированных на обеспеченную аудиторию, и быстро завоевали ведущие позиции на рынке деловой прессы. Также в 2006 году РБК приобрел один из крупнейших издательских домов в сегменте российской интерьерной прессы - «Салон-Пресс». Основными изданиями ИД «Салон-Пресс» являются журналы «Идеи Вашего Дома» и «Salon-interior».

В 2010 году печатные издания сохранили свои лидирующие позиции на рынке. Средняя аудитория одного номера газеты «РБК daily» составила более 86 тыс. читателей, по данным исследования TNS, проведенного за период с мая по октябрь 2010 года. Помимо этого, газета имеет широкую базу читателей в интернете: месячная российская аудитория сайта Rbcdaily.ru на конец года достигла 1,8 млн. человек. Средняя аудитория одного номера ежемесячного делового журнала «РБК» в России составила 1 038 тыс. человек. В Москве аудитория журнала увеличилась до 336 тыс. человек. Средняя аудитория одного номера журнала «Идеи Вашего Дома» по России составила 1 954 тыс. читателей, а журнала «Salon-interior» - 736 тыс. человек.

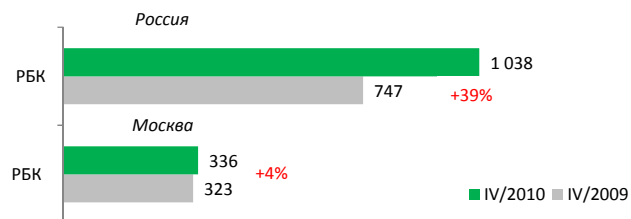


## Аудитория<sup>8</sup> печатных изданий РБК

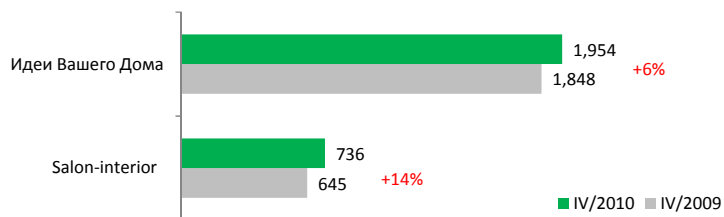
### Аудитория «РБК daily» в Москве, тыс. чел.



### Аудитория журнала «РБК», тыс. чел.



### Аудитория интерьерных изданий в России, тыс. чел.



Источник: TNS, IV/2010 – данные за период май – октябрь 2010, IV/2009 – данные за период май – октябрь 2009

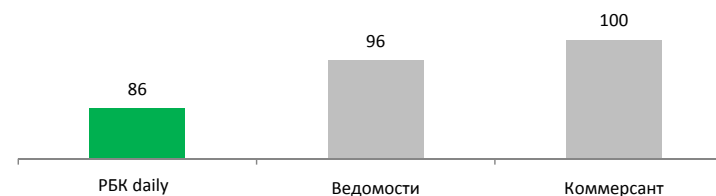
В 2010 году РБК провел работы по повышению интерактивности своих печатных изданий. В частности, была запущена новая версия сайта газеты «РБК daily», которая содержит расширенный спектр новостных сообщений и функциональных возможностей, а также интегрирована в ведущие социальные сети. Журнал «РБК» стал доступен в цифровом формате через сайты-дистрибьюторы электронных версий печатных СМИ, в том числе крупнейший онлайн магазин цифровых журналов Zinio.com. Также были усовершенствованы сайты изданий РБК по интерьеру и дизайну – lvd.ru и Salon.ru. Впоследствии, на основе сайта lvd.ru планируется создать обширную тематическую базу данных.

<sup>8</sup> Здесь и далее аудитория изданий - усредненное количество читателей одного номера издания (AIR)

## Конкуренты РБК в сегменте печатных СМИ

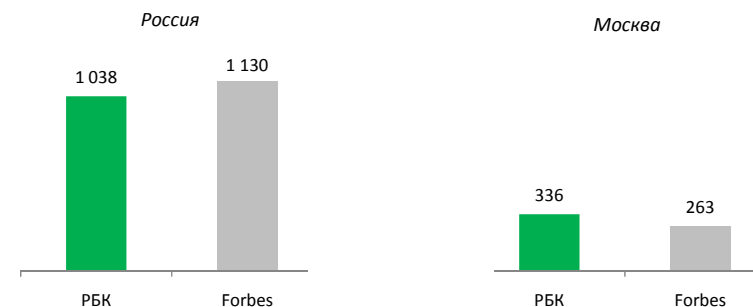
Для финансово-аналитической газеты «РБК daily» конкурентами являются газеты «Ведомости» и «Коммерсант», тогда как для журнала «РБК» - журнал «Forbes». Согласно результатам исследования TNS за сентябрь 2010 – февраль 2011 года, газета «РБК daily» - третья по популярности деловая газета в Москве, журнал «РБК» - лидер деловой прессы Москвы и второй по популярности деловой журнал в России после «Forbes».

### Аудитория «РБК daily» в сравнении с основными конкурентами, тыс. чел.



Источник: TNS, май-октябрь 2010

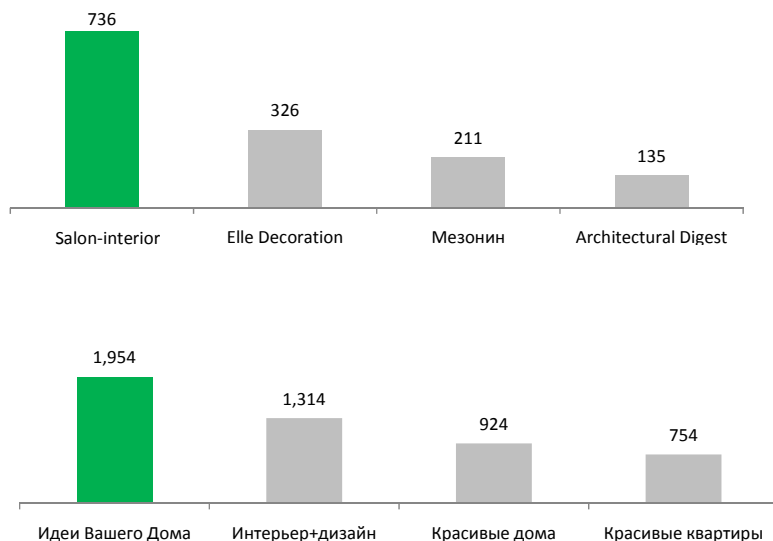
### Аудитория журнала «РБК» в сравнении с основными конкурентами, тыс. чел.



Источник: TNS, май-октябрь 2010

Журналы РБК по архитектуре и дизайну занимают лидирующие позиции в своей нише. Так, издание «Идеи Вашего Дома» - лидер российской интерьерной прессы, а издание «Salon-interior» – лидер среди интерьерных изданий в премиум-сегменте. Ближайшими конкурентами журнала «Идеи Вашего Дома» являются издания «Интерьер + дизайн», «Красивые дома» и «Красивые квартиры», а журнала «Salon-interior» - «Elle Decoration», «Мезонин» и «Architectural Digest».

**Аудитория интерьерных изданий РБК в сравнении с основными конкурентами, тыс. чел.**



Источник: TNS, май-октябрь 2010

**Глава 4. Отчет совета директоров за 2010 год**

**Основные финансовые показатели РБК за 2010 год**

Млн. руб.	2010 <sup>9</sup>	2009	Изм. (%)
Выручка	3 478	3 043	14%
Операционные расходы	3 302	3 264	1%
ЕБИТДА <sup>10</sup>	176	-221	180%

**Выручка РБК за 2010 год**

Млн. руб.	2010 <sup>9</sup>	2009	Изм. (%)
Интернет <sup>11</sup>	2 096	1 805	16%
Телевидение	489	396	23%
Пресса	893	842	6%
- Деловые издания <sup>12</sup>	324	249	30%
- ИД «Салон-Пресс»	569	593	-4%
<b>Общая выручка</b>	<b>3 478</b>	<b>3 043</b>	<b>14%</b>

**Выручка и ЕБИТДА.** Совокупная выручка РБК увеличилась на 14% в 2010 году и достигла 3 478 млн. руб. в 2010 году. Существенный рост выручки пришелся на вторую половину года, в первую очередь, это связано с окончанием процесса реструктуризации долга РБК в начале сентября, а также отражает восстановление роста российского рынка рекламы и сегментов, в которых ведут свою деятельность клиенты РБК. В результате, компания смогла обеспечить себя дополнительными рекламными бюджетами в конце 2010 года, а также заключить новые контракты с рекламодателями и агентствами на 2011 год. Таким образом, в 2010 году РБК вернулся к росту выручки по всем трем направлениям бизнеса.

По показателю ЕБИТДА компания вышла в положительную зону в 2010 году за счет эффекта от снижения операционных расходов в 2009 году на фоне роста выручки. Показатель ЕБИТДА РБК составил 176 млн. руб. в 2010 году без учета расходов на реструктуризацию.

**Интернет.** Выручка интернет-направления выросла на 16%, достигнув 2 096 млн. руб. в 2010 году. Рост выручки обусловлен высокими продажами рекламы, а также устойчивым спросом на сервисы РБК. При этом дальнейшее увеличение аудитории интернет-ресурсов компании способствовало росту рекламных бюджетов, направляемых на РБК, и доходов от сервисов.

<sup>9</sup> Финансовые показатели рассчитаны на основе управленческой отчетности в соответствии с МСФО (неаудированные)  
<sup>10</sup> Без учета расходов на реструктуризацию, которые составили 62 млн. руб. в 2009 году и 91 млн. руб. в 2010 году  
<sup>11</sup> Интернет-реклама, сервисы, маркетинговые коммуникации  
<sup>12</sup> Деловые издания включают газету «РБК daily», журналы «РБК», «СNews», «Наши деньги»

С целью увеличения продаж и расширения клиентской базы преимущественно за счет компаний из FMCG-сектора РБК достиг договоренности с ведущим медиаселлером российского интернета IMHO VI (входит в группу компаний «Видео Интернешнл») о продажах рекламы на сайтах Rbc.ru, Rbcdaily.ru, Autonews.ru, Quote.ru, Utro.ru, Cnews.ru, Tata.ru и Style.rbc.ru. IMHO VI будет эксклюзивно продавать размещение на одной баннерной позиции на главной странице всех указанных ресурсов, начиная с 15 февраля 2011 года.

**Телевидение.** Выручка РБК-ТВ выросла на 23% за 12 месяцев 2010 года до 489 млн. руб. Рост выручки телеканала на уровне выше среднерыночного связан с увеличением заполняемости эфирного времени рекламой в связи с восстановлением высокой активности рекламодателей в 2010 году.

**Пресса.** Выручка печатных изданий РБК выросла на на 6% в 2010 году и достигла 893 млн. руб. Рост выручки происходил в основном за счет деловых изданий РБК, поскольку восстановление рынка недвижимости, начавшееся в 2010 году, отразилось на доходах интерьерных изданий только во второй половине года.

Выручка деловых изданий увеличилась на 30% в 2010 году и достигла 324 млн. руб., в том числе за счет повышения цен на размещение рекламы на 10% с 1 октября 2010. Выручка издательского дома «Салон-Пресс» по итогам 2010 года составила 569 млн. руб.

**Прогноз на 2011 год.** В соответствии с предварительным прогнозом и бюджетом РБК на 2011 год, рост консолидированной выручки компании в 2011 году составит около 30%. Наибольшее увеличение показателя ожидается в интернете. При этом, согласно прогнозу, затраты компании вырастут незначительно.

## Глава 5. Корпоративное управление

### Корпоративное управление

РБК рассматривает корпоративное управление как систему взаимоотношений между менеджментом, советом директоров и держателями ценных бумаг компании по вопросам обеспечения эффективности деятельности РБК и защите интересов держателей ценных бумаг РБК. В своей работе компания руководствуется общепризнанными мировыми стандартами раскрытия информации, требованиями российского законодательства в области корпоративного управления и основными положениями российского Кодекса корпоративного поведения.

В ОАО «РБК Информационные Системы» принят Кодекс корпоративного управления, отражающий политику компании в данной области. Кодекс дополняют несколько документов, включающих: «Положение об общем собрании акционеров», «Положение о совете директоров», «Положение о ревизионной политике», «Положение об информационной политике» и «Положение о дивидендах». Все вышеперечисленные документы находятся в открытом доступе – на корпоративном сайте ОАО «РБК Информационные Системы» [www.rbcinfosystems.ru](http://www.rbcinfosystems.ru).



## Права акционеров

На участие в уставном капитале ОАО «РБК Информационные Системы» имеют право любые категории инвесторов. Уставной капитал компании состоит из одного класса акций, предоставляющих акционерам одинаковые права. Причем, акционеры ОАО «РБК Информационные Системы», владеющие не менее 2% акций, имеют право внести вопрос в повестку дня общего собрания акционеров ОАО «РБК Информационные Системы», могут выдвинуть кандидата в совет директоров ОАО «РБК Информационные Системы», ревизионную комиссию, а также предложить кандидата в аудиторы компании. Акционеры, владеющие не менее 10% акций ОАО «РБК Информационные Системы», имеют право требовать созыва внеочередного собрания акционеров.

## Раскрытие информации

«РБК Информационные Системы» стремится к обеспечению равного и своевременного доступа к раскрываемой информации своим акционерам и инвесторам. Политика информационной открытости и качество раскрытия информации компании соответствуют требованиям бирж РТС и ММВБ, а также правилам, применяемым в отношении эмитентов АДР 1-го уровня. «Положение об информационной политике» ОАО «РБК Информационные Системы» регулирует объем и порядок раскрытия информации компанией. Практически вся общедоступная информация также есть на английском языке.

В рамках политики информационной открытости РБК:

- раскрывает существенную информацию о деятельности компании на корпоративном сайте [www.rbcinfosystems.ru](http://www.rbcinfosystems.ru);
- размещает необходимую информацию перед проведением собраний акционеров в разделе «Корпоративные события» на сайте [www.rbcinfosystems.ru](http://www.rbcinfosystems.ru) и в СМИ;
- в соответствии с требованиями законодательства, раскрывает существенные факты деятельности, а также списки аффилированных лиц;
- предоставляет общедоступные документы в копиях по требованию заинтересованных лиц;
- ежегодно публикует аудированную консолидированную финансовую отчетность компании с примечаниями в соответствии с МСФО;
- выпускает пресс-релизы о существенных событиях в деятельности компании;
- проводит встречи и конференц-звонки с аналитиками и акционерами;
- участвует в инвестиционных конференциях, форумах и роадшоу.

## Совет директоров

Совет директоров ОАО «РБК Информационные Системы» избирается общим собранием акционеров и осуществляет общее стратегическое руководство деятельностью. В совет директоров компании входят 9 директоров. В 2010 году совет директоров ОАО «РБК Информационные Системы» провел 11 заседаний.

### Состав совета директоров по состоянию на 31.12.2010

<b>Артемий Инютин</b> Председатель совета директоров	Руководит основными СМИ РБК. Является генеральным директором ЗАО «РБК-ТВ» и издателем ООО «БизнесПресс». Является членом правления ОАО «РБК». Окончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики и Финансовую академию при Правительстве Российской Федерации. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Александр Моргульчик</b> Заместитель председателя совета директоров по развитию Председатель комитета по кадрам и вознаграждениям Председатель комитета по аудиту	Вместе с Германом Каплуном и Дмитрием Беликом является основателем РБК. Также является заместителем председателя совета директоров и заместителем генерального директора ОАО «РБК». Окончил Российскую экономическую академию им. Г.В. Плеханова. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Дмитрий Белик</b> Заместитель председателя совета директоров по финансам Член комитета по аудиту	Дмитрий Белик наряду с Германом Каплуном и Александром Моргульчиком является соучредителем РБК. Занимает должность заместителя генерального директора ОАО «РБК», входит в правления ОАО «РБК». Окончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Герман Каплун</b> Член совета директоров	Вместе с Александром Моргульчиком и Дмитрием Беликом является основателем РБК. Также занимает должность генерального директора в ОАО «РБК Информационные Системы» и ОАО «РБК». Окончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Сергей Лукин</b> Член совета директоров Член комитета по кадрам и вознаграждениям	С 2001 по 2009 год занимал должность заместителя генерального директора ОАО «РБК Информационные Системы». С 2009 года является заместителем генерального директора ООО «ЭдЛайн» (группа компаний РБК). Входит в правление ОАО «РБК». Окончил Всероссийский заочный финансово-экономический институт. Доля в уставном капитале: 0%

<b>Екатерина Лебедева</b> Член совета директоров Член комитета по аудиту	Возглавляет рекламное направления РБК. Является генеральным директором ООО «РБК-Реклама», а также генеральным директором ООО «ЭдЛайн» (группа компаний РБК). Окончила Московский технологический институт, Финансовую академию при Правительстве Российской Федерации. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0, 000001%
<b>Вячеслав Масенков</b> Член совета директоров Член комитета по кадрам и вознаграждениям	Является генеральным директором ЗАО «Росбизнесконсалтинг» Окончил Московский физико-технический институт, Высшую школу экономики. Имеет степень кандидата технических наук. Доля в уставном капитале: 0, 000001%
<b>Майкл Хаммонд</b> Член совета директоров	Является одним из партнеров в компании City Capital Corporation Ltd. Также входит в состав совета директоров ОАО «РБК». Окончил University of Rochester, США. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Нил Осборн</b> Член совета директоров	Является членом совета директоров ОАО «РБК». Также является издателем и управляющим директором Euromoney. Входит в состав совета директоров Euromoney Institutional Investor. Окончил Worcester College, Великобритания. Доля в уставном капитале: 0%

Выплата вознаграждений членам совета директоров в 2010 году не осуществлялась.

## Правление

Генеральный директор и правление осуществляют оперативное руководство текущей деятельностью компании. Кроме того, правление и генеральный директор организуют выполнение решений общего собрания акционеров и совета директоров. Генеральный директор и правление действуют на основании Устава компании, а также внутренних документов. Правление ОАО «РБК Информационные Системы» избирается советом директоров сроком на три года. Генеральный директор назначается советом директоров сроком на три года.

### Состав правления по состоянию на 31.12.2010

<b>Герман Каплун</b> Председатель правления Генеральный директор	Вместе с Александром Моргульчиком и Дмитрием Беликом является основателем РБК. Занимает должность генерального директора ОАО «РБК». Окончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Артем Инютин</b> Член правления	Руководит основными СМИ РБК. Является генеральным директором ЗАО «РБК-ТВ» и издателем ООО «БизнесПресс». Является председателем совета директоров ОАО «РБК Информационные Системы», а также членом правления ОАО

	«РБК». Окончил Московский институт радиотехники, электроники и автоматики и Финансовую академию при Правительстве Российской Федерации. Имеет степень кандидата экономических наук. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Хазан Леонид</b> Член Правления	Занимает должность директора департамента по работе с корпоративными клиентами ООО «ЭдЛайн» (группа компаний РБК). Окончил Московский Экстерный Гуманитарный Университет. Доля в уставном капитале: 0%
<b>Савченко Александра</b> Член Правления	Является финансовым директором ОАО «РБК». Окончила Московский институт электронного машиностроения. Доля в уставном капитале: 0%

Выплата вознаграждений членам правления в 2010 году не осуществлялась.

## Глава 6. Корпоративное управление

### Ценные бумаги

Компания ОАО «РБК Информационные Системы» осуществила публичное размещение акций на российском рынке в 2002 году. По состоянию на 31 декабря 2010 года уставной капитал ОАО «РБК Информационные Системы» состоял из 140 000 000 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 0,001 рубля каждая, дающих равные права всем акционерам. По состоянию на 31.12.2010, акции ОАО «РБК Информационные Системы» торговались под тикером RBCI на двух крупнейших российских биржах: Московской Межбанковской Валютной Бирже (ММВБ) и Российской Торговой Системе (Фондовая Биржа РТС).

В течение 2010 года продолжила действовать программа американских депозитарных расписок (АДР) первого уровня, выпущенных в 2005 году на акции ОАО «РБК Информационные Системы». Депозитарное соглашение подписано с банком The Bank of New York. Конвертация акций ОАО «РБК Информационные Системы» в АДР осуществляется в соотношении 4:1. По состоянию на 31.12.2010, АДР торговались под тикером RINFY (CUSIP номер: 75523Q102) на внебиржевом рынке OTC (over-the-counter).

В 2010 году группа РБК завершила реструктуризацию в рамках, которой была создана новая холдинговая компания группы - ОАО «РБК». 51% новой головной компании принадлежит Группе ОНЭКСИМ, а остальные 49% подлежат обмену на 100% акций ОАО «РБК Информационные Системы» в течение 2011 года. К середине 2011 года акции ОАО «РБК Информационные Системы» будут выведены с биржи. Таким образом, единственной публичной компанией, представляющей холдинг РБК, станет ОАО «РБК».

### Дивидендная политика

Вопрос выплаты дивидендов по акциям ОАО «РБК Информационные Системы» находится в компетенции совета директоров и зависит от финансового положения компании, планов по дальнейшему развитию и других факторов, которые совет директоров может счесть значимыми. Дивидендная политика ОАО «РБК Информационные Системы», принятая в 2003 году, предполагает направление чистой прибыли на развитие компании.

### Риск-менеджмент

Деятельность РБК сопряжена с определенными рисками, которые можно подразделить на внешние (независящие от компании) и внутренние (обусловленные деятельностью компании). Стратегия управления рисками, включающая внутренний контроль, предусматривает их регулярное выявление и оценку с целью их минимизации и предотвращения.

#### Внешние риски:

##### *Экономические и финансовые риски*

- Экономический спад приводит к снижению покупательной способности населения и снижению деловой активности компаний, рекламирующих свои товары и услуги на ресурсах

РБК, что может оказать существенное негативное влияние на выручку компании. Для минимизации данного риска РБК стремится к диверсификации своей деятельности.

- Снижение стоимости российского рубля относительно доллара США может оказать негативное влияние на операционные результаты компании. Несмотря на то, что большую часть выручки РБК получает от продажи рекламы в российских рублях и затратная база компании также номинирована в основном в рублях, часть долговых обязательств компании номинирована в долларах США. Поэтому укрепление доллара относительно рубля увеличивает долговую нагрузку компании.
- Банковский кризис может оказать существенное негативное влияние на ликвидные активы РБК, в случае если банки-контрагенты РБК обанкротятся, и компании не удастся получить доступ к средствам, находящимся в этих банках. В целях минимизации данного риска, РБК имеет счета в нескольких банках.

##### *Политические риски*

- Деятельность российских медиакомпаний может быть подвержена политически-мотивированным действиям, которые могут иметь существенное негативное влияние на инвестиционную стоимость компании. На протяжении более чем 17 лет РБК имеет статус независимого и объективного источника информации. В соответствии с редакционной политикой информационного агентства РБК, компания не комментирует политические события.

##### *Правовые риски*

- Изменение нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность российских медиакомпаний, в том числе вопросов налогообложения, может оказать существенное негативное влияние на операционную деятельность РБК. Для минимизации данного риска РБК пользуется услугами профессиональных юристов, которые на регулярной основе занимаются мониторингом изменений нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность компании.
- Потеря лицензий или невозможность получения новых лицензий для осуществления операционной деятельности может оказать существенное влияние на масштабы операций РБК и объемы получаемой выручки. Для минимизации данного риска РБК ведет тщательный контроль за сроками действия полученных лицензий и следит за соответствием своих операций предъявляемым требованиям.

##### *Рыночные риски*

- Сокращение расходов на рекламу может оказать существенное негативное влияние на выручку компании и операционные результаты РБК. В целях минимизации данного риска компания стремится к диверсификации своих доходов. При этом РБК ведет работу над совершенствованием качества своих медиаресурсов и сервисов.
- Рост конкуренции на российском медиарынке и появление новых, более сильных игроков может оказать существенное негативное влияние на показатели операционной деятельности РБК. В целях защиты от конкуренции компания стремится к расширению своих

операций на медиарынке и ведет работу над совершенствованием качества своих ресурсов и сервисов.

- Замедление темпов роста инфраструктуры интернета может негативно сказаться на бизнесе РБК. Несмотря на то, что основным фокусом компании является интернет, компания также ведет свою деятельность в сегментах телевидения и прессы. Таким образом, диверсификация бизнеса РБК – средство для минимизации данного риска.
- Невозможность продления или разрыв отношений с третьими сторонами, которые обеспечивают распространение контента компании, может негативно отразиться на рейтингах РБК и привести к снижению выручки компании. С целью минимизации данного риска РБК стремится к расширению партнерской сети.
- Неполучение оплаты выполненных услуг от клиентов может негативно отразиться на финансовом положении компании. Для минимизации данного риска РБК, по возможности, осуществляет оценку платежеспособности своих клиентов. Условия по срокам и размеру оплаты для клиентов устанавливаются в соответствии со сложившейся на рынке практикой.
- Изменение рыночной стоимости инвестиций, которые осуществляет РБК на медиарынке, может оказать влияние на финансовые показатели компании. Для минимизации данного риска РБК проводит оценку рисков перед инвестированием, а также последующий регулярный мониторинг справедливой стоимости инвестиций.
- Новые технологии могут повысить риск пиратства информации и ограничить возможности компании в охране ее интеллектуальной собственности, а также заблокировать рекламу клиентов. Для того чтобы минимизировать данный риск, компания имеет собственный штат IT-специалистов, которые занимаются поиском и разработкой новых технологий.

#### Внутренние риски

- Потеря ключевого персонала может негативно сказаться на росте РБК и его успехе в будущем. Для минимизации данного риска в компании готовится резерв сотрудников на руководящие должности. При этом основатели РБК – Герман Каплун (генеральный директор), Дмитрий Белик (заместитель председателя совета директоров по финансам) и Александр Моргульчик (заместитель председателя совета директоров по развитию) – планируют продолжить развивать компанию в будущем.
- Снижение спроса на деловую/иную информацию и сервисы РБК может оказать негативное влияние на выручку РБК. Компания имеет диверсифицированный портфель ресурсов и сервисов, ориентированных на разную аудиторию, и таким образом защищает себя от данного риска.
- Снижение медиарейтингов РБК в интернете, телевидении и прессе может оказать существенное негативное влияние на размер рекламной выручки РБК. Для того чтобы минимизировать данный риск, РБК стремится к улучшению качества своих ресурсов и сервисов.
- Проблемы интеграции приобретаемых компаний, невозможность найти компании для приобретения в соответствии со стратегией развития, неоправданность сделанных инвестиций могут привести к получению более низких операционных результатов, чем компания ожидает. РБК использует консервативный подход к оценке риска предполагаемых инвестиций в медиаактивы и проводит необходимый due-diligence перед тем, как принять

решение об участии в сделке. В случае если РБК не может приобрести компанию на внутреннем рынке, компания рассматривает возможность приобретения схожих активов за рубежом.

- Сбой аппаратного и программного обеспечения может привести к потере части аудитории, оказать негативное влияние на репутацию и отрицательно отразиться на выручке от продажи рекламы. В РБК существуют резервные серверы и автономные генераторы, которые могут обеспечить бесперебойное функционирование медиаресурсов компании в случае необходимости.
- Невозможность поддерживать репутацию и узнаваемость бренда РБК на высоком уровне может оказать существенное негативное влияние на деятельность компании. Бизнес-модель РБК основана на использовании единой базы контента и единого бренда для своих тематических СМИ. Компания использует единый бренд «РБК» для всех деловых ресурсов в сегментах интернет, телевидения и прессы. Это способствует усилению синергии между ресурсами компании и дает РБК очевидные преимущества в конкуренции с другими, менее диверсифицированными медиакомпаниями. Так, РБК использует возможности снижения затрат на создание контента и увеличивает объем рекламных поступлений за счет перекрестных продаж. Также с помощью перекрестного продвижения своих продуктов РБК содействует росту узнаваемости существующих и вновь создаваемых брендов компании.

## Приложение 1. Макроэкономическая ситуация в России в 2010 году и прогноз на 2011 год

2010 год стал годом восстановления российской экономики после кризиса 2009 года. При этом рост в течение года был неравномерным. Так, например, в третьем квартале темпы экономического роста замедлились почти вдвое по сравнению с предыдущим кварталом в результате аномально жаркой погоды в период летнего сезона. Однако к концу года экономический рост возобновился. По итогам 2010 года ВВП России вырос на 4,0%. При этом инвестиции в основной капитал в России в 2010 году выросли на 6% по сравнению с 2009 годом. Важным результатом восстановления российской экономики является снижение безработицы в стране. Среднегодовая численность безработных в России в 2010 году снизилась на 11,4% - до 5,6 млн. человек. Сальдо торгового баланса в 2010 году сложилось положительное, в размере 151,6 млрд долл., против 111,6 млрд долл. в 2009 году.

В 2011 году рост российской экономики продолжится, как считают аналитики рынка. Одним из катализаторов роста экономики послужит потребительский спрос, стимулировать который будут растущие доходы населения. Последние, в свою очередь, могут быть обеспечены высокими ценами на нефть и снижением безработицы, а также ростом потребительских кредитов. Кроме того, прогнозируемое пулом экспертов укрепление рубля – еще один фактор, традиционно оказывающий позитивный эффект на потребительские расходы в России в силу действующего в стране механизма ограничения роста цен.

Помимо этого, эксперты полагают, что в 2011 году Россия станет членом ВТО, завершив, тем самым, более чем семнадцатилетнюю историю процесса получения этого статуса. Участие в ВТО позволит России стать членом всемирной организации, регулирующей процесс мировой торговли, а также поднимет авторитет России и даст ей репутацию страны, соблюдающей правила всемирной торговли и полностью открытой для иностранных инвестиций и совместных бизнес-проектов. По прогнозам Всемирного банка, вступление в ВТО обеспечит России рост ВВП на 3% в первые пять лет, и порядка 10% - в долгосрочной перспективе.

Таким образом, эксперты сходятся во мнении, что перспективы российской экономики в 2011 году являются благоприятными. Если цены на мировых рынках нефти будут удерживаться на нынешних уровнях, превышающих 100-долларовую отметку, это позволит ускорить рост ВВП до 4,8% в 2011 году, полагают аналитики HSBC. По оценкам экономистов Capital Economics, высокие цены на нефть способны обеспечить в России 6%-ый рост ВВП. Однако не только пересмотр прогнозов на цены на нефть является причиной более оптимистического взгляда на развитие российской экономики в перспективе 2011 года. Аналитики Danske Bank, например, уверены, что в России недооценен сектор банковского кредитования, и прогнозируют усиление его роли в качестве одного из основных факторов экономического роста в 2011 году. По оценкам датских экспертов, кредитование в 2011 году может вырасти на 25%, что ускорит рост ВВП до 5,2% (прогноз повышен с 4,7%).



## Приложение 2. Рекламный рынок

В 2010 году объем мирового рекламного рынка вырос на 5,5% до \$451 млрд., согласно данным рекламного агентства ZenithOptimedia. Агентство прогнозирует рост рынка в 2011 году на уровне 4,2%, а в 2012 – на 5,8%. Основным локомотивом роста мирового рекламного рынка в ближайшие годы будут оставаться развивающиеся страны, в частности, Китай, Россия и Бразилия. Доля развивающихся стран в структуре глобального рынка рекламы в 2010 году составила 30,9%, а к 2013 году она увеличится до 35,1%. При этом к 2013 году российский рекламный рынок станет седьмым крупнейшим в мире, а его среднегодовой рост в 2010-2013 гг. составит 23%. Это самый высокий показатель среди десяти крупнейших рекламных рынков мира.

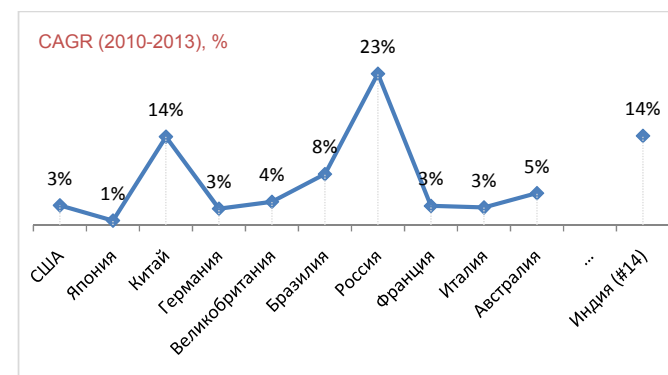
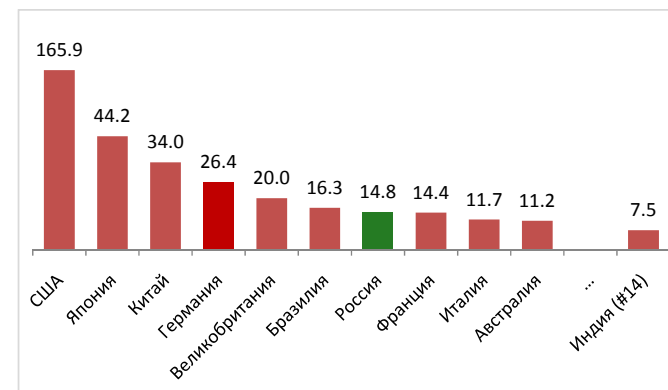
В структуре мирового рекламного рынка по сравнению с 2009 годом не произошло значительных изменений: продолжилось сокращение доли рекламы в печатных изданиях и увеличение доли интернета, тогда как телевидение по-прежнему остается крупнейшим сегментом рынка.

В 2010 году российский рекламный рынок продемонстрировал постепенное восстановление после падения в 2009 году. За прошедший год российский рекламный рынок вырос на 17%, по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), а объем рынка составил 250 млрд. рублей, без учета BTL. Российский рекламный рынок пока не вышел на докризисный уровень, но восстановление роста в 2010 году свидетельствует о преобладании благоприятных тенденций. Рост рекламного рынка продолжался в течение всего года, а во второй половине года - усилился. Основными факторами роста рекламного рынка стали оживление экономики России, рост бюджетов компаний, направляемых на рекламу, а также рост доходов населения и, как следствие, рост потребления в стране.

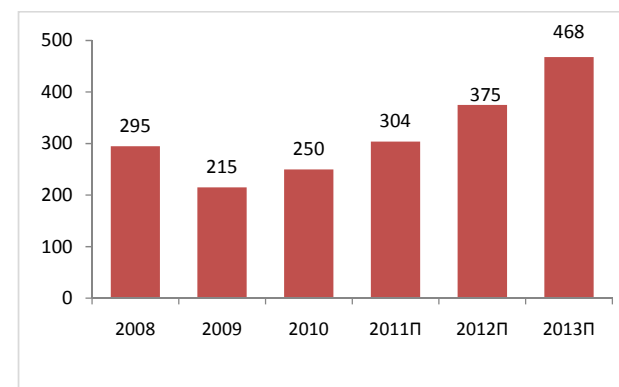
Телевидение по-прежнему остается крупнейшим сегментом российского рекламного рынка: его доля составляет 52%. Вторым и третьим по объему сегментами остаются пресса (18%) и наружная реклама (13%). Доля рекламы в интернете составила в 2010 году 11%. Эксперты рынка уверены в том, что интернет продолжит увеличивать долю рынка, однако оценки того, как быстро это будет происходить, разные. ZenithOptimedia прогнозирует, что к 2013 году интернет (16% рынка) обгонит печатные СМИ (13% рынка). По другим оценкам, сегмент интернет-рекламы займет второе место в структуре российского рекламного рынка только через пять лет.

В 2011 году ZenithOptimedia прогнозирует рост российского рекламного рынка на уровне 22%. В течение 2010 года агентство несколько раз пересматривало свой прогноз в сторону повышения. АКАР прогнозирует рост в 2011 году на уровне 20-26%.

10 крупнейших рекламных рынков в 2013 году, \$ млрд.

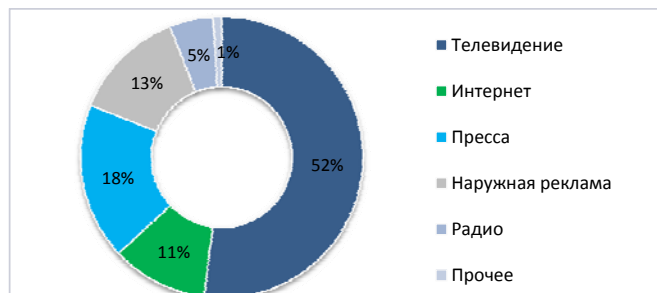


Российский рекламный рынок 2008-2013, млрд. рублей



Источник: ZenithOptimedia, апрель 2011

### Структура российского рекламного рынка в 2010 году, %



### Структура российского и американского рекламных рынков в 2013 году, %



Источник: ZenithOptimedia, апрель 2011

### Контактная информация

Электронную версию годового отчета ОАО «РБК Информационные Системы» за 2010 год, а также другую полную и оперативную информацию о компании вы всегда можете найти на нашем корпоративном сайте в интернете: [www.rbcinfosystems.ru](http://www.rbcinfosystems.ru).

#### ПОЧТОВЫЙ АДРЕС

ОАО «РБК Информационные Системы»  
Россия, 117393, г. Москва,  
ул. Профсоюзная, 78

#### ЦЕНТРАЛЬНАЯ СПРАВОЧНАЯ СЛУЖБА

Тел.: +7 (495) 363 1111

#### ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

Для получения дополнительной информации просим связываться с Марией Сорокиной и Мариной Стафеевой, отдел по связям с инвесторами ОАО «РБК Информационные Системы»

Тел.: +7 (495) 363 1111

Факс: +7 (495) 363 1125

Email: [ir@rbc.ru](mailto:ir@rbc.ru)

Сайт в интернете: [www.rbcinfosystems.ru](http://www.rbcinfosystems.ru)

#### РЕГИСТРАТОР

ЗАО «ИРКОЛ»  
Россия, 107078, Москва  
Нижняя Красносельская, 35, стр. 1  
Тел.: +7 (495) 632 9090  
Факс: +7 (495) 530 2002

#### Заявление об ограничении ответственности компании в отношении будущих событий

В настоящем годовом отчете содержатся прогнозы и другие заявления относительно будущих событий. Эти прогнозы основаны на мнении и предположениях менеджмента компании и не исключают рисков и неопределенностей. Фактические результаты и состояние компании могут существенно отличаться от прогнозируемых результатов, заявленных в настоящем годовом отчете. Для ознакомления с некоторыми из рисков и другими важными факторами, которые могут оказать влияние на будущие результаты компании, обратитесь к разделу «Риск-менеджмент» данного годового отчета ОАО «РБК Информационные Системы». РБК не планирует обновлять информацию, заявленную в настоящем документе.