

Обращение к акционерам

Уважаемые акционеры!

В 2008 году, когда будет опубликован этот годовой отчет за 2007 год, РБК отметит свой 15-тый день рождения. И нам очень приятно, что сегодня мы можем с гордостью назвать РБК одной из самых успешных медиа-компаний в России. За 15 лет из небольшого информационного агентства деловой информации РБК вырос в крупный и диверсифицированный медиа-холдинг, который ведет операционную деятельность в трех сегментах российского медиа-рынка, синергетически тесно связанных между собой: Интернете, телевидении и прессе, а также имеет представительства в других странах. За эти годы мы выработали свой подход к развитию компании: мы всегда стремились формировать потребности нашей аудитории и быть на шаг впереди рынка, не боясь роли первопроходца. Например, мы первыми в России научились зарабатывать деньги в интернете, запустили первый в стране деловой телеканал, наконец, провели первое IPO на отечественном рынке в 2002 году. И эта стратегия принесла успех компании и доверие ее бренду.

Среди успешных лет в истории РБК прошедший 2007 год выделяется особенно. В очередной раз компании удалось достичь отличных результатов по всем направлениям бизнеса. Так, медиа-выручка компании увеличилась на 35% до рекордного уровня \$193млн. При этом для РБК 2007 год стал годом существенных перемен.

Во-первых, с тем чтобы сосредоточить все финансовые и управленческие ресурсы РБК на дальнейшем росте основного для компании медиа-бизнеса, мы осуществили успешное выделение IT-активов РБК в отдельную компанию «Армада». Сегодня «Армада» - это уже публичная компания с широким портфелем услуг, которой управляет высокопрофессиональная команда, нацеленная на динамичный рост.

Во-вторых, в соответствии со стратегией развития Интернет-бизнеса, принятой советом директоров РБК в конце 2006 года, компания существенно расширила свое присутствие в сегменте массовых Интернет-сервисов путем осуществления приобретений и запуска новых проектов. В результате, наша ежемесячная Интернет-аудитория увеличилась более чем в два раза и составила 29,7 млн. уникальных пользователей на конец 2007 года. Приоритетной целью для нас было существенное расширение недельной аудитории. При этом, несмотря на то, что некоторые проекты были запущены



только в 2007 году, массовые Интернет-сервисы внесли ощутимый вклад в размере \$7 млн. в общую выручку компании по итогам года. Связанные с расширением бизнеса затраты на развитие оказали краткосрочное влияние на общую рентабельность РБК в прошлом году, но мы уверены, что инвестированные средства в скором времени позволят нам достичь значительного уровня доходов от массовых Интернет-сервисов и занять внушительную долю на рынке. При этом основной Интернет-бизнес компании продолжил стабильно расти, по-прежнему обеспечивая основной приток доходов и высокую норму прибыли РБК. В результате, все направление Интернет-рекламы и сервисов РБК продемонстрировало одни из самых высоких темпов роста за год, увеличившись на 54% до \$94 млн.

РБК также усилил свое присутствие в сегментах печатных СМИ и телевидения. Выручка наших деловых изданий и журналов, посвященных интерьеру и дизайну, значительно возросла. Вместе с тем, мы расширили портфель наиболее перспективных, нишевых изданий и заключили соглашения о партнерстве с ведущими зарубежными журналами, включая The Economist. В 2007 году телеканал РБК-ТВ сделал значительный шаг вперед в области расширения зоны охвата и зрительской аудитории в России и, особенно, в Москве, где сосредоточена основная аудитория канала. Благодаря этим положительным тенденциям выручка РБК-ТВ достигла \$41 млн. в 2007 году, а печатные СМИ РБК продемонстрировали рост выручки с \$17 млн. в 2006 году до \$45 млн. При этом показатель EBITDA от основной деятельности компании (без учета затрат на развитие бизнеса) увеличился на 12% до \$58 млн.

Динамичное развитие медиа-рынка и изменения, которые происходят в медиа-пространстве, открывают перед нами огромные возможности для дальнейшего роста, поэтому мы не хотим останавливаться на достигнутом. Мы верим в дальнейшее динамичное развитие Интернет-бизнеса и в то, что выбранная нами стратегия расширения присутствия в данном сегменте является правильной. Так, например, по данным аналитиков, мировые расходы на рекламу увеличатся примерно на 4,6% в 2008 году, в то время как затраты на Интернет-рекламу по миру вырастут на 26,5%. Если же отдельно рассматривать российский рынок онлайн-рекламы, то, по оценкам экспертов, темпы его роста в 2008 году составят 75%, а к 2010 году он вырастет более чем в 4 раза с уровня 2007 года! Поэтому мы считаем, что впереди у РБК длинный и интересный путь, который мы уверенно пройдем благодаря труду и креативности наших талантливых сотрудников и при поддержке со стороны партнеров и инвесторов!

С уважением,

Герман Каплун

Председатель совета директоров
ОАО «РБК Информационные Системы»

Юрий Ровенский

Генеральный директор
ОАО «РБК Информационные Системы»