

Годовой отчёт
Публичного акционерного общества
«СИНЕРГИЯ»
за 2016 год

Утвержден годовым Общим собранием акционеров 26 июня 2017 года,
протокол № 01 от 27 июня 2017 года

Предварительно утверждён Советом директоров 18 мая 2017 года
(протокол № 155 от 19 мая 2017 года)

1. ОБЗОР КОМПАНИИ

История Компании

История Публичного акционерного общества «Синергия» (ПАО «Синергия») берёт своё начало в 1999 г., когда Александр Мечетин совместно с другими акционерами основал Акционерное общество «Синергия-Восток» (АО «Синергия-Восток»). В тот период основным бизнесом АО «Синергия-Восток» являлось развитие производства продуктов питания на Дальнем Востоке России. ПАО «Синергия» (далее – Компания) было создано в декабре 2004 г. в целях оптимизации корпоративной структуры сложившейся группы компаний.

В 1999 г. был приобретён контрольный пакет одного из крупнейших производителей мясных продуктов в Приморье – Открытого акционерного общества «Мясокомбинат Находкинский» (ОАО «Мясокомбинат Находкинский»).

В 2000 г. в состав Группы входит Акционерное общество «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ» (АО «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ»). Сегодня это предприятие является одним из лидеров на приморском рынке молокопродуктов.

С 2003 г. под управлением Группы функционирует агропромышленный комплекс в Саратовской области. Он был создан на базе Акционерного общества «Птицефабрика Михайловская» (АО «Птицефабрика Михайловская»), крупнейшего предприятия птицеводческой отрасли в Саратовской области и на сегодняшний день, объединяя два предприятия, являющегося одним из крупнейших птицеводческих комплексов на территории Поволжья. Помимо АО «Птицефабрика Михайловская», в комплекс входит Акционерное общество «Племенной птицеводческий завод «Царевщинский-2» (АО «ППЗ «Царевщинский-2») (производство племенного бройлерного яйца).

Начиная с 2002 г. Группа активно развивает алкогольное направление: проводит ряд сделок по слияниям и поглощениям, которые позволили быстро нарастить долю Группы на федеральном рынке ликёро-водочных изделий и войти в тройку лидеров.

В 2002 г. Группа приобрела контрольный пакет акций Открытого акционерного общества «Уссурийский бальзам» (ОАО «Уссурийский бальзам») – лидера рынка алкогольной продукции Приморского края.

В 2003 г. приобретён контрольный пакет акций Акционерного общества «Пермский вино-водочный завод «УРАЛАЛКО» (АО «УРАЛАЛКО») – крупнейшего производителя в Уральском регионе.

В 2004 г. в состав Группы вошло Акционерное общество «Архангельский ликёро-водочный завод» (АО «АЛВИЗ») – абсолютный лидер рынка Архангельской области.

В 2005 г. бизнес-направление «Производство алкогольной продукции» Группы было расширено с приобретением контрольного пакета акций Акционерного общества «Ликёро-водочный завод «Хабаровский» (АО «ЛВЗ «Хабаровский»), что позволило Группе увеличить свою долю на рынке алкогольных напитков в Дальневосточном федеральном округе.

С 2005 г. производство алкоголя становится стратегическим приоритетом развития Группы. Опираясь на доминирующие позиции на локальных рынках в регионах расположения производств, в конце года Группа запускает ряд федеральных брендов и работает над их широкой дистрибуцией.

В 2006 г. в состав Группы вошли также лидирующие предприятия Нижегородской и Кемеровской областей – Закрытое акционерное общество «РООМ» (ЗАО «РООМ») и Акционерное общество «Мариинский ликёро-водочный завод» (АО «Мариинский ЛВЗ»).

В апреле 2006 г. Группа продолжила развитие молочного направления и приобрела контрольный пакет акций Акционерного общества «ДАКГОМЗ» (АО «ДАКГОМЗ») (г. Комсомольск-на-Амуре). В результате объединения мощностей двух ведущих региональных производителей молочных продуктов: АО «ДАКГОМЗ» и АО «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ» – Группа стала одним из крупнейших участников этого сегмента рынка на Дальнем Востоке.

В 2007 г. была заключена сделка по приобретению подмосковного завода «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» (Общество с ограниченной ответственностью «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА») и водочного бренда «Беленькая» – одного из лидеров в среднеценовом сегменте. Кроме того, в этом году был приобретён флагманский бренд Группы – BELUGA, который вскоре стал абсолютным лидером в суперпремиальном сегменте.

В марте 2008 г. Группа завершила сделку по приобретению одного из самых успешных брендов в нижнем премиальном сегменте – «Мягков».

Информация об основных дочерних компаниях Группы в настоящее время:

Холдинговые компании:

- Публичное акционерное общество «Синергия»;
- Акционерное общество «Пента Агрогруп»
- Акционерное общество «Синергия Капитал»;
- Акционерное общество «Синергия-Восток».

Ликёро-водочные заводы:

- Акционерное общество «Архангельский ликёро-водочный завод»;
- Акционерное общество «Ликёро-водочный завод «Хабаровский»;
- Акционерное общество «Мариинский ликёро-водочный завод»
- Акционерное общество «Пермский вино-водочный завод «УРАЛАЛКО»;
- Открытое акционерное общество «Уссурийский бальзам»;
- Общество с ограниченной ответственностью «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА».

Торговые дома:

- Закрытое акционерное общество «Синергия Маркет Архангельск»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет Восток»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет ДВ»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Импорт»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет Хабаровск»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет Нижний Новгород»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет Владивосток»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Синергия Маркет Пермь»;
- Общество с ограниченной ответственностью «Торговый дом «Синергия Маркет»;
- BELUGA VODKA INTERNATIONAL LIMITED.

Заводы пищевой продукции:

- Акционерное общество «ДАКГОМЗ»;
- Акционерное общество «Птицефабрика Михайловская»;
- Акционерное общество «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ»;
- Открытое акционерное общество «Мясокомбинат Находкинский»
- Акционерное общество «Племенной птицеводческий завод «Царевщинский-2»;
- Общество с ограниченной ответственностью Торговый дом «РодСтор».

Положение Компании в отрасли

«Синергия» – крупнейшая компания на российском алкогольном рынке, приоритетным направлением деятельности которой являются производство и дистрибуция крепких алкогольных напитков самого высокого качества. Сегодня «Синергия» объединяет более 9 000 сотрудников и представляет свою продукцию более чем в 70 странах мира.

Сбалансированный портфель торговых марок обеспечивает присутствие продукции Компании во всех ключевых сегментах крепких спиртных напитков. Ключевыми брендами «Синергии» в водочном сегменте являются: BELUGA, «Veda», «Мягков», «Беленькая», «Государев заказ». В сегменте бренди Компания представлена торговыми марками «Золотой резерв», «Каменный лев», «Старая гвардия», в категории шампанских и игристых вин – торговой маркой «Vogue».

Компания является лидером по производству горьких и сладких настоек, объединённых в линейку «Doctor August».

«Синергия» – эксклюзивный представитель и дистрибутор знаковых производителей всемирно известных торговых марок: мультибрендовой компании WILLIAM GRANT & SONS, коньячного дома CAMUS, культового биттера «Рижский бальзам», бренди «Torres», крем-ликера «Amarula», рома «Baceló», винных компаний, включая такие известные марки, как «Cono Sur», «Maset», «Pasqua». Также «Синергия» является партнёром глобального лидера – BACARDI по розливу и упаковке виски «William Lawson's».

«Синергия» обладает одним из наиболее мощных и эффективных производственно-логистических комплексов в России: 6 ликёро-водочных заводов, которые расположены по всей территории России. Некоторые из них имеют более чем вековую историю. Сегодня все заводы «Синергии» используют самое современное оборудование общей производительностью свыше 15 млн декалитров. Также Компания управляет собственной дистрибуционной системой в России, штат которой насчитывает около 3 500 высокопрофессиональных сотрудников.

Дополнительным направлением деятельности «Синергии» является производство продуктов питания, которое осуществляет дочерняя компания АО «ПентаАгро» (www.penta-agro.ru).

Компания обладает долгосрочным международным рейтингом дефолта эмитента (РДЭ) на уровне «В+» и национальным долгосрочным рейтингом на уровне «А-(rus)», присвоенными агентством FITCH.

Группа компаний «Синергия» считает себя ответственным участником национального алкогольного рынка и реализует целенаправленную политику социальной ответственности. В этом направлении финансовая и организационная поддержка культурных и социальных проектов, благотворительная помощь являются важной частью деятельности Компании. «Синергия» сотрудничает с профессиональными отраслевыми и государственными структурами (Союз производителей алкогольной продукции, Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка). Кроме того, Группа выступает в роли ответственного налогоплательщика: по итогам 2016 г. общие выплаты ПАО «Синергия» вместе с дочерними компаниями в бюджеты различных уровней составили более 28 млрд рублей.

Бренды

В портфель стратегических брендов компании «Синергия» входят знаковые водочные марки, бренди и виски. Эти марки обладают многолетней успешной историей и занимают значимые доли в быстрорастущих алкогольных сегментах. Федеральные бренды успешно продаются не только на территории России, но и за рубежом. Каждый из этих брендов, пользующийся высокой популярностью у потребителей, ориентирован на соответствующий сегмент: от суперпремиального до среднеценового, что в комплексе увеличивает общую доходность федерального портфеля.

Компания уделяет большое внимание одной из ключевых функций маркетинга – брендингу, применению инноваций и рестайлингу, что способствует повышению лояльности существующих потребителей и привлечению новых. Каждый из брендов «Синергии» обладает собственными, ярко выраженными чертами и характером, а также уникальным позиционированием.

Водка BELUGA – это флагман Компании, бренд №1 в России в сегментах супер- и ультрапремиум. Уникальное сочетание традиций и инноваций вместе с использованием только лучших ингредиентов позволили водке BELUGA занять почётное место в списке символов России. Новейшее оборудование Мариинского ликёро-водочного завода, скважины с артезианской водой, возможность использовать дорогостоящий в производстве солодовый спирт и многолетний опыт мастеров – основа стабильности и высокого качества продукта.

В 2015 г. Компания расширила линию BELUGA (BELUGA Nobl, BELUGA Transatlantic, BELUGA Allure, BELUGA Gold Line), представив рынку водку BELUGA Celebration и серию биттеров BELUGA Hunting: BELUGA Hunting Herbal и BELUGA Hunting Berry. В 2016 г. BELUGA в результате сотрудничества со всемирно известным хрустальным и ювелирным Домом

LALIQUE выпустила лимитированную серию декантеров BELUGA Epicure by Lalique в количестве 1 000 экземпляров.

Водка «Мягков» – один из ключевых игроков на российском рынке водки в субпремиальном сегменте. Главным конкурентным преимуществом бренда можно назвать исключительную мягкость вкуса. Эта уникальная особенность продукта основана на сочетании в производстве умягчённой воды, динамической фильтрации и натуральных ингредиентов.

Бренд-команда «Мягков» постоянно находится в поиске и разработке нестандартных маркетинговых решений: ассортиментная линейка регулярно пополняется новыми продуктами самых перспективных направлений на алкогольном рынке, например настойками. Сорокоградусные «Мягков со вкусом Клюквы», «Мягков Лимонная» и «Мягков Чили & Мёд», а также ликёры и настойки «Мягков» крепостью до 20% уже уверенно заняли свою нишу. Компанией запущена уникальная серия «Мягков Playboy» в сотрудничестве со всемирно известным журналом, которая моментально стала хитом продаж.

Водка «Беленькая» – абсолютный лидер на рынке водки в России в 2016 году. По данным исследования компании Nielsen, её доля составляет 4,3% водочного рынка в натуральном выражении, что на 27% превышает показатель ближайшего конкурента. «Беленькая» третий год подряд побеждает в ежегодной национальной премии «Товар Года», в категории «Водка», продолжая укреплять свои лидерские позиции и увеличивая отрыв от основных конкурентов. Более того, бренд активно развивается на экспортных рынках и стабильно входит в список наиболее продаваемых водок мира, по версии THE MILLIONAIRES' CLUB, DRINKS INTERNATIONAL. Такие результаты достигаются благодаря неизменно высокому качеству продукта, превышающему стандарты ГОСТ.

Водка «Снежный краб» – первая в мире водка со вкусом краба, новинка 2016 года. Уникальный состав водки «Снежный Краб» с вытяжкой из панциря краба делает её эксклюзивным продуктом не только в портфеле компании, но и на всей водочной полке. Продукт производится на заводе «Уссурийский бальзам» в главном месте обитания снежного краба – на Дальнем Востоке.

Водка «Георгиевская» – водка, воплощающая в себе идею классических национальных ценностей, повод для гордости и наград за достижения, уверенный игрок сегмента «Стандарт».

Водка «Русский лёд» – один из наиболее известных брендов Компании, с более чем 10-летней историей. На протяжении многих лет на рынке «Русский лёд» сформировал вокруг себя значимый пул лояльных бренду потребителей, предпочитающих водку в её классическом представлении.

Водка «Государев заказ» – один из лидеров эконо-сегмента и российского рынка водки в целом. По итогам 2016 г. «Государев заказ» вошёл в ТОП-5 брендов на водочном рынке, по данным рейтингового агентства Nielsen, увеличив рыночную долю до 3% и продолжив динамичное развитие. Для укрепления позиций бренда, отражения его лидирующих позиций и акцентирования внимания потребителей на классических канонах производства водки на 2017 г. запланировано переименование «Государева заказа» в бренд «Царь».

Водка «Архангельская Северная выдержка» – успешная новинка, всего за два года присутствия на рынке сумевшая завоевать популярность у потребителей-традиционалистов, трепетно относящихся к высокому качеству продукции и истории происхождения водки. Акцентируя внимание в первую очередь на многочисленных рациональных преимуществах продукта и крафтовой составляющей, «Архангельская Северная выдержка» демонстрирует высокие продажи в сильной конкурентной среде. В 2017 г. «Архангельская Северная выдержка» войдёт в список приоритетных брендов Компании для более быстрого развития на рынке.

Категория «Бренди»

Многочисленные усилия нашей Компании по развитию категории «бренди» в 2016 г. трансформировались в значимый успех – по итогам года «Синергия» стала вторым производителем в России, увеличив рыночную долю до 9,5%. Флагманский бренди Компании – «Золотой резерв» – стал лидером среднеценового сегмента и вошёл в ТОП-3 брендов на рынке, по данным агентства Nielsen. Развитие продемонстрировали и запущенные в 2014 г. бренды «Старая гвардия» и «Каменный лев» – в 2016 г. их доля составила 2,0%. Органично дополнила ассортиментный портфель собственная торговая марка грузинского бренди «Сокровище Тифлиса». Важным событием с точки зрения достижения лидерства Компании на рынке бренди стало возвращение легендарного премиального бренда «Бастион». Это позволит Компании открыть новый сегмент премиальных отечественных бренди, ёмкость которого составит 4 млн декалитров. В 2017 г. Компания также будет развивать ассортиментный ряд в сторону растущего эконом-сегмента.

Линейка «Captain's Collection».

Расширение и развитие линейки «Captain's Collection» – это оперативная реакция «Синергии» на растущий спрос на доступные напитки категории «Brown Spirits» (ром, виски, бренди). В 2016 г., помимо уже известного потребителю «Капитанского рома», линейка была дополнена «Капитанским виски» и «Капитанским бренди». Органично дополняет линейку «Капитанский джин».

«Doctor August».

Бренд «Doctor August» существует уже 3 года на рынке и в 2016 г. сохранил звание марки №1 на рынке настоек с долей в 9%. Рост продаж бренда составил 18%. Цель на ближайшие 2–3 года – стать первым брендом-миллионником на рынке ликёро-водочных изделий (ЛВИ) в России. Успех бренда обусловлен несколькими факторами: во-первых, это самая широкая палитра вкусов, которая включает 28 наименований в России; во-вторых, напитки производятся из натуральных ягод и трав, что обеспечивает высокое качество всех напитков; в-третьих, отточенная рецептура и традиции производства на столетних заводах «АЛВИЗ» и «Уссурийский бальзам» позволяют поддерживать наивысшие стандарты производства.

Рестайлинг 2016 г., в котором был сделан акцент на натуральность ингредиентов продукта, в 2017 г. будет поддержан агрессивной маркетинговой кампанией для обеспечения наращивания присутствия продукта на рынке.

BELUGA

Водка BELUGA – уникальный продукт, лидер в сегменте супер- и ультрапремиальных водок в России по объёмам продаж. Это первый по-настоящему премиальный, глобальный российский бренд. Производится BELUGA на Мариинском ликёро-водочном заводе. Основу продукта составляют ингредиенты высочайшего качества, кропотливый труд мастеров, их пристальное внимание к каждой детали и непрерывный контроль производства. Водка BELUGA активно развивается на экспортных рынках в Европе, Азии, США, Латинской Америке, Ближнем Востоке и продаётся более чем в 70 странах, а также в 220 аэропортах по всему миру.

На сегодняшний день ассортимент BELUGA представлен следующими продуктами:

- **BELUGA Noble** – флагманский продукт в семье бренда BELUGA. Этот авторский напиток приобрёл статус «классики». Своим благородным насыщенным вкусом BELUGA Noble обязана уникальным натуральным ингредиентам в составе. Первостепенную роль в производстве играют традиционные для водки BELUGA солодовый спирт и чистейшая артезианская вода. После готовности напитка начинается тридцатидневный период «отдыха». Такая технология производства проверена веками. Она устраняет резкий спиртовой запах и придаёт продукту BELUGA насыщенный вкус и мягкий аромат.
- **BELUGA Celebration** – специальная серия, посвящённая юбилею Мариинского ликёро-водочного завода, основанного в 1900 году. Именно на нем производится BELUGA – образец русского водочного мастерства. Технология производства бутылки для BELUGA Celebration сложна и трудоёмка: она включает в себя двойную платиновую вакуумную металлизацию, покрытие золотым лаком и нанесение декора методом шелкографии. Этот юбилейный выпуск – наш знак уважения заводу с вековой историей.
- **BELUGA Transatlantic Racing** – ограниченная серия водки BELUGA, созданная в честь нашей яхтенной команды, принявшей участие и одержавшей ряд блестящих побед на самых престижных чемпионатах мира по яхтенному спорту. Уникальная формула, лежащая в основе производства BELUGA Transatlantic Racing, требует добавления традиционного для водки BELUGA ячменного солода, а также очищается особым хлопковым фильтром, что делает её вкус лёгким, чистым, элегантным.
- **BELUGA Allure** – коллекционная серия водки BELUGA, созданная в честь нашей команды по конному поло, которая одержала ряд побед на крупных чемпионатах мирового значения. BELUGA Allure – олицетворение аристократизма и благородства, свойственных этому королевскому виду спорта, граничащему с искусством.
- **BELUGA Gold Line** – ограниченная серия для тех, кто по-настоящему ценит роскошь. BELUGA Gold Line выпускается лимитированным тиражом, в котором каждая бутылка имеет свой серийный номер. Гармоничный, торжественный и благородный вкус этой водки – результат продолжительных творческих поисков специалистов.
- **BELUGA Hunting** – благородные биттеры BELUGA Hunting Herbal и BELUGA Hunting Berry, созданные на Мариинском ликёро-водочном заводе мастерами купажа, хранящими секреты производства водки BELUGA. Уникальное сочетание трав и ягод, чистейшей воды из артезианских скважин и традиций завода с вековой историей воплотилось в оригинальном и многогранном вкусе BELUGA Hunting. На каждой бутылке биттера по традиции присутствует важный элемент: изготовленная и прикрепляемая мастерами вручную маленькая рыбка белуга – символ и отличительный знак бренда BELUGA.
- **BELUGA Epique by Lalique** – результат сотрудничества производителя водки BELUGA и легендарного французского производителя хрусталя и ювелирных украшений LALIQUE. Каждый из 1 000 декантеров производится вручную в мастерских LALIQUE, расположенных на северо-востоке Франции, в Эльзасе, и имеет индивидуальный номер. Покидая производство LALIQUE, декантеры отправляются в Россию, на легендарный Мариинский ликёро-водочный завод. Там уникальные сосуды наполняются водкой, специально разработанной по старинной рецептуре. Каждый из декантеров BELUGA Epique by Lalique – настоящее произведение искусства, посвящённое поклонникам двух брендов, истинным ценителям и коллекционерам.

«Мягков»

Водка «Мягков» – один из ключевых игроков на российском рынке водки в субпремиальном сегменте. Сегодня ассортимент бренда «Мягков» включает водку «Мягков» и «Мягков Серебряная», горькие настойки – «Мягков со вкусом клюквы», «Мягков Лимонная» и «Мягков Чили&Мёд», а также сладкую настойку «Мягков Рябина с коньяком» и ликёр «Мягков Капучино».

Текущий дизайн бренда – форма бутылки, оформление этикетки и колпака – является ярким примером инновационного маркетинга. Так, эмбоссинг в виде волны сделал бутылку более эргономичной, а этикетка стоит на страже интересов потребителя и исключает подделки: материалы, используемые при производстве, лимитированы и доступны узкому кругу лидеров рынка.

В будущем бренд планирует расширить ассортимент, делая акцент на необычных и нестандартных продуктах. Кроме того, в 2017 г. на полках появятся обновлённые бутылки, которые ещё больше подчеркнут стиль бренда. В рестайлинговых бутылках появится оригинальная горловая этикетка, повторяющая элементы основного дизайна, а также обновлённая крышка Кендо. При этом рецептура и качество напитка остаются неизменными, на прежнем высоком уровне.

Продукт выглядит современным, технологичным и инновационным, ярко выделяется на полке и обеспечивает достойную конкуренцию даже крупным международным игрокам рынка.

«Veda»

Водка «Veda» входит в ТОП-10 игроков премиального сегмента. Это современный продукт, сочетающий в себе как традиционные технологии, так и уникальный метод двойной «ледяной фильтрации», отличающий «Veda» от других брендов. Производство этой премиальной водки было запущено в 2004 году. Благодаря выверенной стратегии продвижения в течение трёх лет, бренд занял 2-е место в премиальном сегменте.

В сознании потребителей бренд «Veda» – инновационный продукт, создание которого возможно только с применением самых современных технологий.

Сегодня водка «Veda» производится на одном из самых современных и технологичных предприятий России – Мариинском ликёро-водочном заводе в Сибири, входящем в состав компании «Синергия».

«Русский лёд»

«Русский лёд» является одним из старейших брендов «Синергии», который на протяжении 10 лет занимает достойное место в ассортименте компании. После революционного рестайлинга дизайн упаковки бренда стал полностью соответствовать критериям современного рынка. Это прибавило популярности торговой марке и увеличило аудиторию потребителей. Настоящий крепкий водочный вкус «Русского льда» достигается за счёт использования высококачественного спирта класса люкс и специальной технологии многоступенчатой очистки, которая включает в себя угольную, золотую и серебряную фильтрации.

Водка «Русский лёд» обладает значительным экспортным потенциалом, ежегодно расширяя географию своего присутствия. В 2016 г. клиентская база включала в себя дистрибуторов из 20 стран мира.

«Беленькая»

«Беленькая» – бренд №1 по объёму продаж в России и составляет 4,3% от общего объёма продаж водочного рынка. В своём сегменте «Стандарт» «Беленькая» прочно зарекомендовала себя как лидер в натуральном, стоимостном и количественном выражении, занимая более 10% продаж в сегменте. Объективным свидетельством этого являются победы в ежегодной национальной премии «Товар Года», в категории «Водка». Более того, из года в год бренд стабильно входит в

список наиболее продаваемых водок мира, согласно исследованиям международного авторитетного журнала о спиртных напитках «Drinks International».

Успех бренда достигается за счёт неизменно высокого качества продукта: показатели «Беленькой» в несколько раз превышают стандарты ГОСТа. Благодаря соблюдению традиций производства и строгих требований к качеству, когда каждая капля водки проходит сквозь 13 метров угольного фильтра, продукт пользуется завидным успехом у настоящих ценителей.

Развитие продуктовой линейки бренда достигается, прежде всего, за счёт выпуска лимитированных серий. Новогодняя лимитированная серия на базе водки «Беленькая Люкс», выпускаемая каждый год в новом новогоднем дизайне, и лимитированный выпуск водки «Беленькая Люкс» в уникальном дизайне, выполненном в камуфляжной расцветке хаки с узорами в виде силуэтов лошадей, успешно заняли свою нишу на рынке лимитированных продуктов.

«Снежный краб»

Водка «Снежный краб» – первая водка со вкусом краба. Мы создали «Снежный краб» для самых искушённых потребителей, которые всегда открыты для новых впечатлений и экспериментов.

Продукт производится на заводе «Уссурийский бальзам», расположенном в главном месте обитания снежного краба – на Дальнем Востоке. Исключительный вкус достигается за счёт добавления уникального ингредиента – вытяжки из панциря краба – продукта, который получается определённым способом обработки крабовых панцирей. Продукт закупается у эксклюзивного поставщика крабовой вытяжки, далее происходит купажирование вытяжки из панциря краба и водно-спиртового раствора, после чего раствор настаивается и насыщается приятным крабовым вкусом и ароматом.

Приятные аромат и послевкусие позволяют употреблять «Снежный краб» в качестве аперитива – в сочетании с основными блюдами, а также в качестве ингредиента – для приготовления крабовых блюд.

«Георгиевская»

Наличие хорошо узнаваемых образов в дизайне продукта и тщательно проработанные детали комплектующих делают этот продукт по-настоящему стоящим и понятным потребителю. Пять уровней качества и специальная золотая фильтрация позволяют из простой рецептуры и близких потребителю вкусов сделать классический продукт высшей пробы.

«Государев заказ»

Один из лидеров отечественного рынка водки, по итогам 2016 года. Торговая марка вошла в ТОП-5 торговых марок на рынке водки с долей 3,1% (в 2015 г. – 2,5%). За 6 лет непрерывного роста объём продаж торговой марки увеличился, по сравнению с 2011 г., в 2,2 раза. «Государев заказ» – постоянный участник шорт-листа наиболее растущих водочных торговых марок в мире, по версии авторитетного издания «The Millionaires Club».

«Государев заказ» – это классика водочного рынка. В своей работе с потребителем бренд акцентирует внимание на высоком качестве продукции, следовании классической технологии и опыту предприятий, история которых берёт своё начало с конца XIX в., когда стандарты производства определялись под патронатом императорского дома. Чтобы усилить эту коммуникацию, в начале 2017 г. «Государев заказ» будет переименован в более короткое и понятное потребителю название – «Царь».

«Архангельская Северная выдержка»

Водка «Архангельская Северная выдержка» – это по-настоящему крафтовая водка, с акцентом на рациональные преимущества, уникальное место происхождения и высокое качество продукта. Основные преимущества продукции: дополнительная выдержка в столетних доводных чанах, использование уникальных северных ингредиентов и мягкой северной воды, позволяющие

достигать удивительного баланса и мягкости. Образ бренда усиливается местом производства: «Архангельская» производится только на заводе «АЛВИЗ», ведущем свою историю с 1898 г. и основанном по личному приказу министра финансов Российской империи С.Ю. Витте.

В конце 2016 г. коллекция «Архангельская Северная выдержка» была дополнена уникальными вкусовыми предложениями – настойкой «Архангельская Чесночная с перцем» и «Архангельская Можжевельная ягода».

Основным местом продаж водки «Архангельская Северная выдержка» являются гипермаркеты, алкомаркеты и винные бутики – магазины с максимальным ассортиментом и широким выбором. В 2016 г. «Архангельская» была залистована в основные федеральные сети крупных форматов: «Метро», «Ашан», «Перекрёсток», где пользуется спросом у наиболее взыскательного потребителя. В 2017 г. зона активности бренда будет расширена заведениями сектора HoReCa для привлечения к нему прогрессивной части потребителей.

«Каменный лев»

Бренди «Каменный лев» – это бренд «Синергии» в субпремиальном ценовом сегменте российских бренди. «Каменный лев» был создан по образцу лучших европейских представителей и выгодно отличается от конкурентов в категории российского коньяка. Основное преимущество бренда «Каменный лев» – это производство преимущественно из французских коньячных материалов. Статусный строгий дизайн бутылки, выполненной в премиальной матовой темно-зелёной цветовой гамме, добавляет привлекательности продукту. Вкус «Каменного льва» отличается нотами фруктов с лёгкими оттенками ванили и шоколада.

«Старая гвардия»

Бренди среднеценового сегмента «Старая гвардия» – это продукт, который органично дополнил ассортимент бренди Компании. Оригинальный вкус, полученный благодаря использованию французских коньячных материалов, яркий дизайн продукта, олицетворяющий мировую военную историю, – всё это обеспечивает бренди «Старая гвардия» повышенный интерес со стороны потребителей.

Наряду с флагманской торговой маркой «Золотой резерв», бренди «Старая гвардия» обеспечивает лидерство «Синергии» в этом ценовом сегменте. Наибольший прирост в 2016 г. был зафиксирован в национальных сетях-дискаунтерах. В данный момент бренд занимает устойчивое место на рынке и обладает высоким потенциалом развития.

«Золотой резерв»

Бренди «Золотой резерв» – результат уникального сочетания вековых традиций и современных технологий. Французские коньячные материалы пятилетней выдержки дарят «Золотому резерву» глубокий гармоничный вкус и приятный выдержанный аромат.

«Золотой резерв» – один из лидеров на рынке российского бренди: по данным агентства Nielsen, входит в ТОП-3 торговых марок на рынке. В 2016 г. продажи выросли на 25%, увеличив рыночную долю бренда с 5,0% в 2015 г. до 6,0% в 2016 году.

Успех «Золотого резерва» обеспечивается его тотальной дистрибуцией – продукт представлен как во всех ключевых национальных сетях, так и покрывает традиционную розницу. На 2017 г. намечены рестайлинг упаковки и усиление премиумизации бренда в сознании потребителя.

«Doctor August»

«Doctor August» – это собрание настоек, приготовленных с уважением к традициям и использованием новейших технологий. Богатство растительного мира России раскрылось в широкой вкусовой палитре. Ягоды и плоды для настоек «Doctor August» собираются в дни, когда природа наполняет их силой.

Бережное отношение к ингредиентам, их строгий отбор, использование только высококачественного спирта и специально подготовленной воды гарантируют богатство вкуса и аромата настоек «Doctor August».

В линейке бренда существуют 4 вида продуктов, которые удовлетворяют самым взыскательным вкусам конечного потребителя: сладкие настойки, коньячные, горькие и слабоалкогольные ликёры. Таким образом, потребитель может сделать уникальный выбор из 28 вкусов, что является основным конкурентным преимуществом товара.

Несмотря на непростые экономические условия в России, мы гордимся, что сумели удержать качество напитка на привычно высоком уровне, сохранив цены 2015 года. Это произошло благодаря рестайлингу продукции, где были использованы инновационные упаковочные решения, за счёт которых удалось оптимизировать стоимость комплектующих. «Doctor August» стал выглядеть современнее, а на этикетке появилась печать, гарантирующая использование натуральных ингредиентов в рецептуре.

Данный подход обеспечил значительный рост продаж продукта – и в следующем году запланирован запуск новых вкусов, которые смогут дополнить ассортимент на ключевых рынках.

Продажи категории настоек заметно увеличились в России, при этом основной объём традиционно сосредоточен в эконом- и среднем ценовом сегменте, где «Doctor August» имеет привлекательное предложение по цене, в то же время поддерживая высокое качество продукции.

«Trinity»

Группа «Синергия» пристально следит за динамикой категорий на рынке крепкого алкоголя и, следуя тренду роста продаж в категориях spiced rum и flavored whisky, приняла решение о запуске первого в России продукта в духе этих категорий – «Trinity».

«Trinity» – это напиток, созданный для ценителей виски, ищущих новые грани любимого напитка. Выдержанный дистиллят шотландского виски, натуральный мёд, а также экстракт корицы создают неповторимый вкус и насыщенный острый аромат.

Секрет напитка в 3 основных ингредиентах: висковый дистиллят придаёт напитку насыщенный характерный аромат, сладость, душистость и мягкость напитка достигнута благодаря использованию липового мёда, а отборная корица придаёт огненный, островатый, слегка обжигающий вкус.

Яркий провокационный дизайн продукта, уникальная бутылка из зелёного стекла, напоминающая бочки для виски (первая в собственном портфеле компании), а также разработанная рецептура позволит продукту быть заметным в рознице и завоевать предпочтения потребителей.

«Captain's Collection»

Линейка «Captain's Collection» наиболее полно удовлетворяет растущий спрос потребителей в доступных алкогольных напитках категории «Brown Spirit's». За 2016 г. продажи продукции под торговой маркой «Captain's» выросли в 2,3 раза. Успех бренда обеспечивается как развитием продаж и дистрибуции флагманской позиции – «Капитанский ром», так и выводом новинок в объёмные сегменты виски и бренди. По итогам 2016 г. дистрибуция составила 50 000 торговых точек, среди которых все крупные сети. Новинки также стартовали успешно, их доля в общем ассортименте «Captain's» составила 19%.

Основа для дальнейшего успешного развития «Captain's Collection» – это доступное предложение для потребителей при высоком качестве продукции, гарантией которого является многолетний опыт наших предприятий в производстве ликёро-водочных изделий, а также высокая компетенция нашей компании при выборе и поставке коньячных и вискарных спиртов импортного производства.

«Уссурийский бальзам»

«Уссурийский бальзам», «Уссурийский ликёр» и «Уссурийский корень» производятся с помощью самых передовых технологий, максимально сохраняющих природную силу и вкус таёжных растений. Мощный тонизирующий эффект достигается за счёт точного соблюдения секретной фирменной рецептуры.

В СССР «Уссурийский бальзам» долгое время оставался продуктом товарного дефицита, доступным только сотрудникам «закрытых» предприятий и партийной элите. Сегодня продукт преодолевает социальные и географические границы. Напиток-легенда стал доступен каждому ценителю натуральных продуктов.

2. ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ И ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

Уважаемые акционеры, партнёры, клиенты!

В 2016 г. Компания усиливала присутствие на рынке, наращивала своё лидерство через органический рост и диверсификацию бизнеса, одновременно повышая операционную эффективность. Всё это, вместе с позитивными трендами, наметившимися на российском алкогольном рынке, позволило «Синергии» продемонстрировать существенный рост основных финансовых и операционных показателей.

«Синергия» увеличила: чистую выручку – на 17%, выручку алкогольного сегмента – на 23%, а валовую прибыль – на 15%, на фоне увеличения отгрузок в натуральном выражении на 18%. Одним из главных факторов, повлиявшим на рост показателей не только нашей Компании, но и всего легального алкогольного рынка в стране, стало значительное сокращение доли нелегальных производителей. В основном, это было обусловлено активными действиями государства по пресечению подобной деятельности. Кроме того, мы отмечаем постепенное восстановление покупательной способности потребителей, что также оказало позитивное влияние на финансовые результаты Компании. Благодаря мерам по повышению эффективности бизнеса: сокращению операционных издержек, в первую очередь административных затрат; инновационному рестайлингу продукции с фокусом на импортозамещение комплектующих; оптимизации производственной платформы, – «Синергия» создала в 2016 г. серьёзную базу для улучшения показателей рентабельности.

Сегодня «Синергия» занимает лидирующие позиции на алкогольном рынке, обладает диверсифицированным портфелем брендов-лидеров, масштабной и уникальной дистрибуционной платформой, является независимым импортёром №1 премиальных спиртных напитков. Хочется отметить, что все эти достижения были бы невозможны без профессиональной команды талантливых, мотивированных на успех сотрудников.

В отчётном периоде Компания, следуя стратегии диверсификации, продолжила активно развивать функцию бренд-маркетинга. Был запущен ряд новых брендов, включая инновационные: настойка «Trinity» и водка «Снежный краб». Другие новинки: водка «Архангельская Северная выдержка». Активное развитие продолжил флагманский суперпремиальный бренд Компании – BELUGA. Здесь мы расширили своё присутствие за счёт уникальной серии BELUGA Epicure by Lalique.

В целом рост продаж водки BELUGA по итогам года составил 31%, экспортные отгрузки бренда возросли на 36%.

В 2016 г. развивалась и дистрибуция импортируемой продукции компаний-партнёров. По итогам года рост импорта составил 44% (665 тыс. декалитров).

Мы подписали эксклюзивные контракты с новыми партнёрами в лице компаний GALLO VINEYARDS INC. GWS, DOMAINE BARONS DE ROTHSCHILD. Благодаря этому Компания значительно расширила ассортимент импортных высококлассных вин, представляемых на территории России. Нельзя не отметить и уникальный для отечественного алкогольного рынка контракт с глобальным лидером – компанией BACARDI по розливу на мощностях «Синергии» виски «William Lawson's».

«Синергия» продолжает динамичное развитие, повышая эффективность бизнеса в целом, уверенно оперируя в большинстве высокодоходных категорий, завоёвывая в них новые высокие позиции, что положительно сказывается на доходности бизнеса и напрямую подтверждает его стабильность.

Александр Мечетин, Председатель Правления ПАО «Синергия»

Уважаемые акционеры!

«Синергия», благодаря проактивной бизнес-стратегии, продолжает оставаться системообразующей, крупнейшей частной российской компанией по производству и дистрибуции алкоголя, являясь при этом в определённой степени консолидатором алкогольной отрасли. Компания вносит свой вклад в развитие цивилизованного алкогольного рынка России на операционном, финансовом уровне и при обсуждении важных законодательных инициатив.

2016 г. поставил перед индустрией в целом и «Синергией» в частности новые цели и задачи. В ответ на вызовы, максимально диверсифицируя свои направления деятельности, мы продолжили движение вперёд, достигая новых горизонтов.

Используя рыночные преимущества, «Синергия» на протяжении 2016 г. сохраняла за собой звание лидера, усиливала присутствие на внутреннем и внешних рынках, создавала новые продукты, развивала существующие бренды, пополняла импортный портфель. Этому способствовали инновационные подходы при решении поставленных задач, постоянный мониторинг предпочтений потребителей и фокус на диверсификацию бизнеса.

Кроме того, Компания строго следовала фундаментальным принципам в своей деятельности: эффективному контролю над затратами, высокой производительности труда, оперативной оптимизации бизнес-процессов. Как и прежде, своими достижениями «Синергия» обязана сплочённому коллективу менеджеров, руководящему Компанией на протяжении многих лет, обладающему уникальным опытом, знаниями и навыками для успешного ведения бизнеса, в том числе для развития Компании в соответствии с международными принципами корпоративного управления.

Не менее значительный вклад в успехи Компании вносят и все сотрудники «Синергии». От лица Совета директоров я благодарю каждого члена нашей большой команды за упорный труд, лояльность, самоотдачу. Также хочу выразить признательность всем инвесторам и партнёрам, верящим в Компанию и поддерживающим её.

Сергей Молчанов, Председатель Совета директоров ПАО «Синергия»

3. КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2016 ГОДА

Новинки от BELUGA

В конце 2015 г. бренд BELUGA представил новинку в новой для себя категории биттеров – серию BELUGA Hunting. Как и водка BELUGA, суперпремиальные биттеры BELUGA Hunting Herbal и BELUGA Hunting Berry производятся на Мариинском ликёро-водочном заводе. В состав настоек входят десятки различных трав и ягод, артезианская вода и специальный солодовый спирт. Запуск нового продукта обусловлен наличием потенциала для развития категории биттеров в России, стремлением привлечь новых потребителей и поддержать лояльность текущих поклонников бренда.

В 2016 г., завоевав признание потребителей на российском рынке, BELUGA Hunting успешно стартовал в канале дьюти-фри, а также на экспортных рынках (страны СНГ). В ближайшей перспективе биттеры BELUGA Hunting можно будет приобрести в других регионах, где водка BELUGA уже зарекомендовала себя как успешный суперпремиальный российский продукт.

Также в 2016 г. российским потребителям была представлена уникальная коллекционная серия BELUGA Epicure by Lalique, созданная в сотрудничестве с легендарным французским Домом LALIQUE. Выбранное для лимитированной серии водки название – Epicure – подчёркивает ценность и красоту ускользающего мгновения. Изысканный сосуд украшает изображение загадочной обнажённой женской натуры, окружённой пшеничными колосьями, – символ урожая и плодородия, а внутри находится уникальная водка, воссозданная мастерами по старинной рецептуре из архивов Мариинского ликёро-водочного завода. Сотрудничество с легендарным французским производителем является первым опытом международной коллаборации для BELUGA и призвано укрепить имидж суперпремиального бренда как в России, так и за рубежом.

Уникальный проект «Мягков Playboy»

2016 г. для бренда «Мягков» прошёл под знаком беспрецедентного для российского рынка проекта в сотрудничестве с журналом «Playboy».

Были выбраны 10 лучших обложек культового журнала из разных стран, начиная с 1960-х гг., и пересняты с участием русских моделей. Полученные ремейки легендарных обложек легли в основу уникального дизайна лимитированной серии водки «Мягков Playboy».

Подготовительный этап проекта занял около 2 лет, в который вошли переговоры с правообладателем, разработка концепции и её реализация. В проекте на разных этапах приняли участие 10 компаний из нескольких стран – России, Греции, Италии, США и Канады.

Для выбора 10 лучших обложек по версии «Мягков» были отобраны 500 обложек легендарного журнала, начиная с 1960-го г., из всех стран присутствия. Для non-stop съёмки 10 ремейков обложек в студии в Москве было потрачено 3 рабочих дня, в которых участвовали более 20 стилистов, визажистов, фото- и видеооператоров и 1 грузовик реквизита.

Основой ремейка отобранных со всего мира обложек стали модели из РФ, сходные с оригиналом до степени смешения и придающие исходной картинке неповторимый локальный шарм.

Специально для данной серии разработано мобильное приложение – при приобретении продукта и сканирования QR-кода покупатель сможет увидеть видеоролики процесса съёмок обложек. Более того, для каждой из обложек воссоздан рецепт легендарного коктейля представленной эпохи на основе водки «Мягков». Данные коктейли будут доступны в ресторанах/барах по всей России, а рецепты размещены в мобильном приложении и на сайте myagkovvodka.com.

Каналами продаж лимитированной серии «Мягков Playboy» выступили, в первую очередь, как федеральные, так и региональные сети, а также несетевая розница.

Возрождение бренда «Бастион»

2016 г. отмечен знаменательным событием как для нашей Компании, так и на российском рынке бренди в целом – рестайлингом и выпуском на рынок бренди под легендарным наименованием «Бастион». Этот шаг позволит решить, с одной стороны, тактическую задачу – выход в объёмный сегмент российских премиальных бренди с объёмом продаж 4 млн декалитров, с другой – соответствует стратегической цели Компании – лидерство на российском рынке бренди.

«Бастион» – это легенда рынка российского бренди, один из первых российских брендов в категории коньяка, ведущий свою историю с 2002 года. За 15 лет присутствия бренда на рынке он устойчиво закрепился в сознании как товаропроводящей цепочки, так и конечного потребителя в качестве высококачественного премиального бренди. Кроме того, это первая линейка в портфеле «Синергии», включающая в себя дифференциацию по выдержкам – 3 года, 4 года и 5 лет.

Успешный старт игристого вина «Vogue»

По итогам первого полного года продаж игристого «Vogue» можно констатировать интерес рынка к новому продукту, основанный на высоком уровне знания торговой марки. За 2016 г. были реализованы десятки тысяч декалитров игристого под торговой маркой «Vogue», а рейтинговое агентство Nielsen включило «Vogue» в шорт-лист наиболее заметных новинок на рынке игристого вина. Обращает на себя внимание рост основного показателя для игристых вин – «продажи в самый высокий, предновогодний сезон продаж»: в ноябре – декабре 2016 г. игристого «Vogue» было продано в 2 раза больше, чем в аналогичный период 2015 года.

К факторам успеха «Vogue», помимо известности и премиальности торговой марки, относятся производство бренда из высококачественного отечественного винограда, стабильность качества и сотрудничество со всемирно известным издательским домом CONDE NAST.

Формирование «Captain's Collection»

С появлением в середине 2016 г. в линейке «Captain's» новых позиций – «Captain's Whisky» и «Captain's Brandy» – линейка окончательно сформировалась в достойное предложение потребителю широкой категории алкогольной продукции, способной удовлетворить потребности в доступном и качественном продукте категории «Brown Spirits». Новые продукты в линейке созданы на основе высококачественных шотландских вискарных и французских коньячных спиртов с добавлением наиболее популярных у потребителя специй и ингредиентов.

Первые продажи новинок во втором полугодии превзошли ожидания, доля новинок к концу года в структуре линейки составила 19%, новинки уже появились в ассортименте как крупных региональных сетей, так и значимых федеральных клиентов – сетей «Магнит», «Карусель», «Лента».

Окончательное формирование линейки «Captain's» позволит нам укрепить лидерство в сегменте доступных по цене «Brown Spirit's», ёмкость которого оценивается в 1 000 000 декалитров. Уже в 2017 г. мы планируем занять 1/3 данного сегмента.

Коллекция «Архангельская Северная выдержка» дополнилась уникальными вкусами

В октябре 2016 г. коллекция «Архангельская Северная выдержка» дополнилась уникальными северными вкусами – настойкой горькой «Архангельская Чесночная с перцем» и водкой особой «Архангельская Можжевельная ягода». Вывод на рынок новых рецептов – это желание поддержать имидж флагманского продукта «Архангельская Северная выдержка» крафтовыми вкусами, которые укрепили бы позиционирование бренда и усилили впечатление от бренда как от уникального продукта. Новинки наследуют от флагманского бренда все технологические преимущества: дополнительную выдержку в столетних доводных чанах, специальную «холодную» подготовку настоев и использование уникальных, отличных от конкурентов ингредиентов в процессе производства. Дополнительным преимуществом новинок является их

производство без использования ароматизаторов и пищевых добавок, посредством достижения уникального вкуса только через натуральные компоненты.

Новая жизнь «Fox and Dogs»

В ответ на растущий тренд усиления категории доступных алкогольных напитков Компанией было проведено перепозиционирование торговой марки «Fox and Dogs», а именно: начато производство этого напитка на собственных производственных площадках на основе высококачественных шотландских дистиллятов. Это позволило сохранить доступную цену, при этом сохранив особенности дизайна, известного конечному потребителю после трёх лет присутствия бренда на рынке.

Расширение импортного портфеля

За прошедший год Компания увеличивала продажи импортируемой продукции. Так, в частности, продажи премиального испанского бренди «Torres» выросли в 3,5 раза, популярного рома «Ron Barceló» – в 2,5 раза – оба бренда занимают 3-е место на российском рынке в своих категориях. Компания также показала значительный прирост продаж вина на 70%.

Были заключены новые контракты с такими производителями, как SAZERAC, BARON PHILIPPE DE ROTSHILD S.A., BAREFOOT.

В целом, по итогам года рост импорта составил 44%. Сегодня доля импортной продукции в выручке Компании занимает 10,3 %, а сама «Синергия» является крупнейшим независимым российским импортёром, а также № 5 среди глобальных импортёров, занимая более 3% этого направления.

4. СТРАТЕГИЯ. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Стратегия

В основе стратегии компании «Синергия» лежит идея лучшей на российском рынке потребительской клиенто-ориентированной компании. Компания реализует эту стратегию через решение амбициозных задач – лидерства на алкогольном рынке России и достижения максимально широкого международного признания и узнаваемости культового бренда BELUGA. Реализация поставленных задач достигается Компанией за счёт выделения следующих приоритетов: диверсификации своих операций как на внешних, так и на внутренних рынках; фокусирования на премиальных продуктах и операционной эффективности, современного маркетинга и инноваций, расширения прямой дистрибуции, усиления выделенных сбытовых команд, повышения узнаваемости и представленности брендов «Синергии», повышения социальной ответственности.

Последовательно реализуя поставленные задачи, Компания планирует достигнуть среднесрочных целей – завоеваний «Синергией» 20–25% легального алкогольного рынка России, а также значимой доли глобального рынка супер- и ультрапремиальной водки. .

Перспективы развития компании

Стратегия развития, которой придерживается Компания, позволяет ей постоянно повышать общую эффективность, оптимизировать производственные затраты, системно расширять рынки сбыта продукции, развивать адаптивные дистрибуционные платформы для внутренних и внешних операций.

В рамках диверсификации своей деятельности Компания планирует оптимизировать портфель эксклюзивно дистрибутируемых импортных брендов, а также существенно нарастить экспортные операции. Компания является крупнейшим российским независимым импортёром крепкого алкоголя и одним из ведущих экспортёров ликёро-водочной продукции. Важным приоритетом развития является наращивание лидерства в экспортно-импортных операциях.

Значительное внимание в Компании уделяется социальной корпоративной ответственности. В ближайших планах Компании – развитие культурно-социальных и экономических инициатив в области ответственного потребления алкоголя.

5. МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Маркетинг занимает одно из ключевых мест в деятельности Компании: команда профессионалов не прекращает поиска и разработки новых решений, которые бы улучшали качество продукции, повышали её узнаваемость. Это важная составляющая большой работы, которая направлена на удержание лидерских позиций Компании.

В условиях полного запрета рекламы алкоголя в СМИ, Компания строит свою маркетинговую стратегию на усиленной поддержке своих брендов в товаропроводящей структуре. Интенсивные программы трейд-маркетинга для дистрибуторов, продвижение в торговых точках, акции для конечных потребителей – всё это позволяет не только сохранять, но и постоянно повышать уровень лояльности к брендам.

Бренд-стратегия BELUGA

В условиях текущих законодательных ограничений бренд BELUGA сфокусировал усилия на качестве и объёме представленности в имиджевых торговых каналах, привлечении внимания к бренду на полке и дифференциации на фоне конкурентов, запуске новинок, трейд-маркетинговых программах, проработке эффективных и задающих тренды на рынке маркетинговых решений, направленных на конечного потребителя и предполагающих уникальный опыт взаимодействия с брендом. Также для BELUGA традиционно важным остаётся поддержание суперпремиального имиджа бренда путём создания информационных поводов для потребителя и проведения PR-кампаний. Важным инструментом развития бренда стала интегрированная программа в канале цифровых коммуникаций, особый упор в которой сделан на работе с интенсивно развивающимися социальными сетями.

Имиджевые активации BELUGA в точках продаж

В 2016 г. был осуществлён сезонный брендинг флагманских заведений Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи и других крупных городов России. На лучших российских горнолыжных курортах (Красная Поляна, Шерегеш, Охта-Парк и др.) открылись après-ski зоны BELUGA Hunting. Внимание посетителей привлекали качественный брендинг пространства – бары BELUGA Hunting, выполненные из ценных пород дерева и натурального камня, элегантные сани, продуманная атмосфера с элементами уютного французского шале, а также сезонные согревающие пунши и гроги на основе биттеров BELUGA Hunting.

В рамках сотрудничества с ключевыми партнёрами-ритейлерами в Москве в канун Нового года были размещены рор-уп зоны BELUGA, на которых амбассадоры проводили мастер-классы по приготовлению горячих коктейлей с BELUGA Hunting («Глобус Гурмэ», «Времена года»).

Также в рамках продвижения BELUGA Hunting были разработаны рекламно-информационные вложения в алкогольные тиражи крупнейших печатных федеральных изданий («GQ», «Forbes», «Esquire» и др.), которые к началу высокого сезона поступили в продажу в супермаркеты по всей территории России.

Специально к зиме была выпущена лимитированная серия водки BELUGA Noble – BELUGA Noble Winter. Элегантный дизайн этикетки в стиле арт-деко, выполненной в технике шелкографии, выгодно выделил продукт на полке и стал востребованным подарком в праздничный период.

Летом были забрендированы террасы флагманских летних ресторанов и лучших отелей России («Причал», «Воронеж», «Vодный», «Erwin. РекаМоре», «Ritz», «Kempinski», Гранд-отель «Европа», «Метрополь»), где предлагались гостям авторские коктейли на основе BELUGA, разработанные шеф-барменами заведений, а также специальные гастрономические сеты. В рамках сотрудничества с ключевыми партнёрами продолжился выпуск кастомизированных бутылок водки BELUGA (BELUGA Noble и BELUGA Gold Line – для бара «Московский» отеля «Four Seasons», BELUGA Noble – для ГУМа).

Продолжил свою работу расположенный в историческом центре Москвы BELUGA CAVIAR BAR – первое гастрономическое пространство бренда BELUGA, где в 2016 г. гостям было представлено расширенное икорное меню.

В 5-звёздочных отелях различных стран были размещены фирменные шкафы BELUGA в стиле арт-деко, а в ряде люксовых заведений по всему миру организованы дизайнерские витрины с выкладкой BELUGA. Витрины размещались в лучших торговых комплексах и икорных бутиках Лондона, Вены, Парижа, Канн и Монако.

Особое внимание уделялось расширению присутствия BELUGA в ночных клубах. Специально разработанная концепция брендинга и рекламных материалов позволила реализовать ряд громких проектов, среди которых контракты со всемирно известными клубами VIP ROOMS, AMBER LOUNGE, NIKKI BEACH, а также ряд локальных инициатив в Словакии, Израиле и ОАЭ.

Значимым событием в истории бренда в 2016 г. стал запуск новой коммуникационной платформы под слоганом «Created, not made» («Создаем, а не производим»). В её рамках состоялась первая глобальная рекламная кампания бренда, включавшая в себя размещения в печатных изданиях, на ТВ, в Интернете, а также на улицах крупнейших городов Европы и США. Билборды с новыми рекламными макетами украсили центральные районы Берлина, Мюнхена, Гамбурга, Парижа, Лос-Анджелеса, Сан-Франциско, Рима и Милана.

Прошедший год ознаменовался серьёзным прорывом BELUGA на Ближнем Востоке, в первую очередь за счёт перезапуска продаж в Израиле. Ре-лонч сопровождался активной маркетинговой поддержкой: в крупнейших алкогольных бутиках были установлены промо-зоны в концепции «Home bar», осуществлён брендинг торговых точек, запущена рекламная кампания в аэропорту Ben Gurion, в Интернете и на ТВ. Впервые была реализована интегрированная программа сотрудничества с лидерами мнений в социальных сетях.

В целях продвижения имиджа в канале Duty Free в аэропортах Стокгольма, Внуково, Пулково, Канкуна и Дубая были размещены элегантные брендированные зоны «Home bar», где проводились промо-акции и дегустации водки BELUGA. В феврале 2016 г. в Бейруте проведена промо-акция с дегустацией BELUGA Celebration. В конце декабря 2016 г. во Внуково была размещена первая зона «BELUGA Hunting après-ski», привлёкшая внимание посетителей аэропорта и получившая высокую оценку со стороны партнёров.

BELUGA участвует в значимых событиях по всему миру

В 2016 г. BELUGA стала партнёром целого ряда крупных культурных событий в России и за рубежом, поддержав Международную ярмарку современного искусства COSMOSCOW, Турнир претендентов на звание чемпиона мира по шахматам и матчи за звание чемпиона мира по шахматам, один из самых престижных турниров по конному поло в США, организуемый GREENWICH POLO CLUB, а также привлёкший большое внимание СМИ запуск первого в России иммерсивного спектакля «Чёрный Русский».

Осенью 2016 г. была организована комплексная PR-кампания в поддержку запуска декантера BELUGA Epicure by Lalique, включившая в себя торжественное мероприятие, прошедшее в официальной резиденции Посла Франции в России; презентацию в рамках Международной ярмарки современного искусства COSMOSCOW; продажу первого экземпляра декантера на благотворительном аукционе под эгидой CHRISTIE'S в пользу фонда Натальи Водяновой «Обнажённые сердца», а также ряд мероприятий для СМИ и запуск сайта www.beluga-epicure.com с возможностью оформления предзаказа на покупку декантера.

С целью повышения уровня знания бренда по всему миру и в рамках выстраивания суперпремиального имиджа BELUGA успешно сотрудничает с лучшими мировыми исполнителями и видеорежиссёрами, фигурируя в популярных музыкальных видеоклипах. В 2016 г. водка BELUGA работала с такими звёздами, как Дженнифер Лопес, Джейсон Деруло, Фёрги и Ники Минаж, каждый клип с участием которых набирает миллионы просмотров пользователей по всему миру. В ряде случаев сотрудничество также предусматривало поддержку знаковых мероприятий и совместное продвижение в социальных сетях. Так, на дне рождения

Дженнифер Лопес был установлен бар BELUGA, о чём артистка рассказала миллионам своих поклонников по всему миру со своей официальной страницы в Instagram.

В рамках работы с лучшими мировыми курортами и отелями водка BELUGA поддерживала их ключевые сезонные активации и мероприятия. Так, в декабре 2016 г. был заключён контракт с организацией ASMALLWORLD – закрытым клубом, объединяющим ВИП-персон со всего мира. Водка BELUGA стала официальным спонсором открытия зимнего сезона в швейцарском Гштааде, разместив сезонный брендинг в знаменитом Palace Hotel Gstaad, что положило начало плодотворному сотрудничеству с данным заведением и мероприятиями ASMALLWORLD в других странах.

В тот же период была достигнута договорённость с популярным швейцарским горнолыжным курортом Ароза, в рамках которой BELUGA стала партнёром международной гонки AROZA SLALOM, а также получила дополнительный листинг и возможности для сезонного брендинга в пятизвездочном TSCHUGGEN GRAND HOTEL.

Работа с каналом цифровых коммуникаций

В 2016 г. был осуществлён перезапуск глобальных аккаунтов бренда в социальных сетях Facebook и Instagram, проведена верификация официальных страниц BELUGA, также были разработаны стандарты ведения аккаунтов бренда для экспортных рынков. На постоянной основе осуществлялась работа по оперативному поддержанию обратной связи с потребителями. В России и Израиле были успешно запущены программы по работе с лидерами мнения.

В 2016 г. начали работать сайты BELUGA Hunting и BELUGA Epicure by Lalique на русском и английском языках, а существующий сайт водки BELUGA был дополнительно адаптирован под работу в различных браузерах и мобильных форматах. Также на сайте появилась обновлённая система поиска магазинов по всему миру, в том числе с возможностью работы на основе информации о геолокации пользователя.

Работа с профессиональными сообществами

Водка BELUGA неизменно в центре событий барной индустрии. В 2016 г. бренд с успехом представил свои новинки на крупнейших международных профессиональных выставках: BAR CONVENT BERLIN (Берлин), VINEXPO (Гонконг), IMBIBE (Лондон), TFWA (Сингапур и Канны). Биттеры BELUGA Hunting были представлены на MOSCOW BAR SHOW 2016 (Санкт-Петербург), где амбассадоры бренда знакомили гостей выставки с вариативностью вкусов и авторскими коктейлями на основе биттеров.

В 2016 г. стартовала Первая Международная образовательная программа BELUGA SIGNATURE для бармендов из Великобритании, Германии и Франции. В её поддержку был запущен сайт и сообщество в сети Facebook, где участники могли следить за этапами в различных странах и обмениваться впечатлениями; основные мероприятия освещались также ведущими профессиональными СМИ. На международном финале BELUGA SIGNATURE, состоявшемся осенью 2016 г. в московском отеле FOUR SEASONS, авторитетное жюри присудило победу Мари Пикар из бара парижского бутик-отеля ANDRÉ LATIN. Среди участников также были представители таких именитых европейских заведений, как THE CONNAUGHT BAR, SEXY FISH, COBURG BAR, CHILTERN FIREHOUSE, CHINA TANG, YEELS, PUZZLE BAR, LE FANTOME DE L'OPERA, DIPLOMATICO, HERZOG, REINGOLD, и многих других.

«Мягков Playboy»

В 2016 г. с огромным успехом был осуществлён проект водки «Мягков» в сотрудничестве с журналом «Playboy». В течение года во всех федеральных и региональных сетях, а также несетевой рознице продавались бутылки «Мягков Серебряная» лимитированной серии с уникальным дизайном, в основу которых легли культовые обложки журнала, начиная с 1960 г., переснятых с участием русских моделей.

Специально для данной серии было разработано мобильное приложение – при приобретении продукта и сканирования QR-кода покупатель мог увидеть видеоролики процесса съёмок обложек. Более того, для каждой из обложек был воссоздан рецепт легендарного коктейля представленной эпохи на основе водки «Мягков». Данные коктейли доступны в ресторанах/барах по всей России, а рецепты размещены в мобильном приложении и на сайте myagkovvodka.com

Всего было выпущено порядка 3 000 000 бутылок, продажи которых активно поддерживались рекламными активностями в торговых точках и социальных сетях. За яркую и интересную идею коммуникации «Мягков Playboy» на страницах в социальных сетях бренд был удостоен Премии Тэглайн – высшей российской награды за достижения в digital-сфере, в номинациях «Лучшее social media» и «Лучшая страница/группа».

В 2016 г. бренд «Мягков» активно поддерживал спортивные мероприятия. Бренд стал спонсором нескольких ключевых боксёрских поединков, в том числе боя за звание чемпиона мира. Кроме того, «Мягков» поддерживал знаковые футбольные матчи Лиги Европы и Лиги чемпионов, которые транслировались на центральных телеканалах страны («Первый канал», «Матч ТВ»).

«Беленькая»

Продвижение и поддержка бренда в 2016 г. осуществлялись за счёт размещения рекламы на охватных спортивных событиях: Кубке Мира НХЛ 2016 в Канаде, одном из самых значимых хоккейных чемпионатов, футбольных матчах чемпионов и ведущих команд России в рамках игр национальной сборной, Лиги чемпионов, play-off Лиги Европы 2015/2016, которые транслировались на центральных телеканалах страны («Первый канал», «Матч ТВ»). Охват каждого матча оценивается в 40 млн зрителей.

«Беленькая», стремясь повысить интерес потребителей к бренду и привлечь дополнительную аудиторию, традиционно работает над выпуском лимитированных серий – в декабре 2016 г. «Беленькая Люкс» предстала в новом новогоднем дизайне.

В рамках экспортного направления в 2016 г. успешно стартовали отгрузки в Румынию, Грецию, Монголию и Аргентину, значительно выросли продажи в Нидерландах, Бельгии, Германии и Латвии. Были проведены масштабные рекламные кампании по донесению основной коммуникации до потребителя на рынках Румынии и Болгарии. Кроме того, экспортная линейка «Беленькой» была расширена за счёт появления новых литражей – 0,2 л и 1,75 л.

«Снежный краб»

Водка «Снежный краб» продвигалась не только как новый бренд на рынке, но и как абсолютно новый вкус в категории особых водок. Поэтому основным инструментом коммуникации с потребителем стали дегустации, которые проводились в течение всего года в крупных федеральных сетях, – по итогам, 4 из 5 продегустировавших положительно отзывались о продукте, 70% делали покупку. Продукт понравился покупателям как в чистом виде, так в составе коктейлей с нестандартными ингредиентами. Также сообщение об уникальном крабовом вкусе широко транслировалось через брендированные рекламные материалы в каналах офф-трейд и он-трейд.

Стратегия развития категории «Brown Spirits»

В рамках закрепления успешной стратегии диверсификации ассортиментного портфеля наша Компания продолжает разработки и вывод на рынок новых продуктов, соответствующие растущему тренду потребления алкоголя категории «Brown Spirits» – «Развитие на рынке российского бренди и укрепление рыночных позиций доступных продуктов в этой категории».

В 2016 г. основной акцент в разработках новых бренди вёлся в двух направлениях: возвращение на рынок коньяка «Бастион» (был выпущен в октябре 2016 г.) и начало разработок доступных торговых марок в эконо-сегменте, вывод которых намечен на май-июнь 2017 года. Таким образом, за счёт новых продуктов планируется охватить два объёмных сегмента рынка, в перспективе двух лет достигнув объёма продаж в 1,5 млн декалитров и заняв долю рынка в 12%.

Развитию категории «Brown Sprits» способствует и поиск новых решений для линейки «Captain's Collection»: выпуск продуктов в новых категориях и выпуск лимитированных серий. В 2016 г. на рынок были выведены новые позиции – «Captain's Whisky» и «Captain's Brandy», а для флагманского SKU «Captain's Rum» созданы две лимитированные серии. Работа над лимитированными сериями является очень важной именно в категории «Brown Sprits», поскольку является категорийным стандартом ведущих мировых производителей.

6. ДИСТРИБУЦИЯ И ИМПОРТ

Дистрибуция

Группа компаний «Синергия» осуществляет продажи через одну из самых разветвлённых дистрибуционных сетей в России. Система дистрибуции состоит из нескольких дополняющих друг друга каналов: прямых продаж, в том числе через собственные магазины розничной торговли, и продаж через независимых дистрибуторов.

Сегодня в команде, которая занимается продажами, работает более 3 500 человек. География дистрибуторской сети Компании делится на две части: Запад и Восток. В тех регионах, где расположены ликёро-водочные заводы, «Синергия» использует свой собственный торговый персонал, склады и собственный транспортный парк для доставки продукции непосредственно предприятиям розничной торговли. Реализуя стратегию расширения дистрибуторской сети, Компания значительно увеличила штат специалистов, занимающихся непосредственно вопросами продвижения и продаж продукции. После того как «Синергия» разработала и утвердила собственные стандарты мерчандайзинга, за каждым из ключевых брендов было закреплено особое место на полках магазинов. В этой связи основной задачей торговых представителей и мерчандайзеров Компании стало соответствующее размещение продукции на полках магазинов.

«Синергия» – единственная алкогольная компания в России, где штат мерчандайзеров насчитывает 500 человек и которая 4 года назад запустила специальную систему, позволившую отслеживать уровень дистрибуции брендов Компании в канале «Ключевые клиенты». Продажи в настоящее время сопровождаются реализацией программы по торговому маркетингу, в частности, мотивационными акциями для партнёров и распространением рекламных материалов в точках продаж.

Например, программа, ориентированная на мотивацию торговых точек выставять полный ассортимент «Синергии» на лучшем месте, называется «Золотая полка». 10 000 розничных торговых точек вовлечены в эту акцию ежемесячно. Для того чтобы каждый сотрудник, занимающийся продажами торговых марок Компании, понимал ценность брендов, в штате Компании работают 15 профессиональных тренеров.

Каждый день тренеры организывают мастер-классы и доносят информацию об уникальности брендов. Кроме работы с собственным персоналом, Компания усиливает позиции среди барменов, официантов и рестораторов – для них работают 20 бренд-амбассадоров.

Активное развитие в 2016 г. продолжает компания «Синергия Импорт», специализирующаяся на импорте премиального алкоголя в РФ. Ассортиментный портфель «Синергии Импорт» состоит из тщательно подобранных лидирующих мировых брендов алкоголя всех самых популярных категорий: от виски, коньяка, бренди до ликёра, вина и абсента.

В ассортиментный портфель «Синергии Импорт» входят 28 брендов крепкого алкоголя от 12 знаковых поставщиков мирового алкогольного рынка, 70 поставщиков вина из 11 винодельческих стран мира. Доля импорта в выручке алкогольного сегмента «Синергии» составляет 13%.

Бесспорными лидерами продаж по итогам 2016 г. остаются бренды компании WILLIAM GRANT & SONS: «Grant's», «Glenfiddich», «The Balvenie».

Надёжные позиции сохраняет бренд с многовековой историей – французский коньяк «Camus».

Отличные результаты продаж показывает доминиканский ром «Ron Barceló» и бренди «Torres».

Также в 2016 г. был подписан контракт с брендом «Sazerac».

Старт продаж бурбонов «Buffalo Trace» и «Benchmark» намечен на текущий год, а также бренда «Fireball».

Отдельно стоит отметить успехи компании «Синергия Импорт» в развитии винного направления бизнеса:

- с момента начала проекта (сентябрь 2014 г.) объём продаж по импортным винам значительно увеличился, в 2016 г. компания удвоила объём продаж на 75%;
- заключены контракты с известнейшими поставщиками вин: GARCIA CARRION (Испания), BARON PHILIPPE DE ROTSHILD S.A. (Франция), BAREFOOT (США), DUCKHORN VINEYARDS (США).

«Grant's»

История «Grant's» началась благодаря Уильяму Гранту в далёком 1898 г., когда он создал первый купаж. Это старейший семейный купаж Шотландии. Спустя 110 лет виски Grant's по-прежнему производится с использованием традиционных технологий, бережно передаваемых из поколения в поколение. Столь богатый насыщенный и сбалансированный вкус всех продуктов в линейке «Grant's» достигается за счёт производства на основе зернового виски «Гирван». Виски проходит вакуумную дистилляцию в условиях относительно низких температур, что способствует сохранению лёгких деликатных ноток в конечном продукте.

«Grant's Family Reserve» – благодаря деликатным солодовым ноткам безошибочно определяется стиль Спейсайд, угадываются тонкие оттенки дуба и дымка, а также сладкие фруктовые оттенки.

«Grant's Ale Cask Finish» – выдержка в бочках из-под эля придаёт вкусу виски нежность крем-брюле и шелковистость солодовых ноток.

«Grant's Sherry Cask» – выдержка виски в собранных вручную бочках из-под хереса придаёт тёплые пряные нотки, землистые тона хереса и оттенки сухофруктов.

«Grant's Aged 8 Years Old» – выдержанный 8 лет в дубовой бочке купаж обладает сладким фруктовым ароматом, характерным для Спейсайда, с яркими нотками солода.

«Grant's Aged 12 Years Old» – лучшие односолодовые и зерновые сорта с выдержкой не менее 12 лет, которые соединяются вместе. Затем готовый купаж дополнительно выдерживается в бочках из-под американского виски. В результате рождается скотч с невероятно богатым и мягким вкусом.

«Grant's Aged 25 Years Old» – для создания этого изысканного, сложного, невероятно ароматного напитка мастер купажа Брайн Кинсман использует виски, выдержанные в дубовых бочках из-под хереса и бурбона не менее 25 лет. Готовый купаж проходит дополнительную выдержку в течение нескольких месяцев, благодаря чему напиток обретает роскошный, ароматный и вместе с тем элегантный стиль. Некоторые виски, входящие в состав «Grant's 25 Years Old», уже давно не производятся и являются уникальными в своём роде.

«Glenfiddich»

Основатель компании WILLIAM GRANT & SONS навсегда изменил историю скотча. Даже 125 лет спустя «Glenfiddich» является самым титулованным в мире односолодовым шотландским виски.

«Glenfiddich 12 Years Old» – виски со свежим фруктовым ароматом, с тонкими нотами молодой груши и дуба, что достигается благодаря выдержке в бочках из-под хереса «Олоросо», бочках из-под бурбона и чистой воде из источника Робби Ду.

«Glenfiddich Rich Oak 14 Years Old» – наполнен пряными дубовыми и ванильными оттенками, полученными в результате выдержки в новых не использованных ранее бочках из испанского и американского дуба.

«Glenfiddich 15 Years Old» – односолодовый виски с богатым ярким медовым пряным вкусом. Выдержан в трёх различных типах дубовых бочек: из-под хереса, бурбона и в бочках из нового дуба.

«Glenfiddich 18 Years Old» – односолодовый виски с мягким и богатым вкусом, выдержанный в бочках из-под хереса и бурбона, проходящий довыдержку ещё 3 месяца в дубовых чанах для «женитьбы» спиртов.

«Glenfiddich 19 Years Old Age of Discovery» – это многогранный вкус с нотами спелого инжира, запечённых фруктов, корицы и чёрного перца. Виски проходит довыдержку в бочках из-под мадеры.

«Glenfiddich Malt Master Edition» – это первый виски, прошедший «двойную выдержку» в двух разных типах дубовой бочки – традиционной и хересной.

«Glenfiddich Cask of Dreams» – шотландский виски, который довыдерживается в бочках из русского дуба. Вкус яркий, танинный, сладковато-дубовый. Главный акцент – горчинка верескового мёда.

«Glenfiddich 21 Years Old Gran Reserva» – выдержка в бочках из американского дуба в течение 21 года придаёт мягкий и богатый вкус, а довыдержка в бочках из-под карибского рома – сладковатые нотки ириса, инжира и ванили.

«Glenfiddich 26 Years Old Excellence» – первый односолодовый виски, который на протяжении 26 лет выдерживался исключительно в бочках из американского дуба. Мягкий и нежный аромат с цветочными оттенками.

«Glenfiddich 30 Years Old» – этот виски получен из исключительных старых запасов винокурни. Вкус богатый и гармоничный – почувствовав сливочные нотки с оттенком спелого банана, его уже невозможно забыть.

«Glenfiddich 40 Years Old» – эксклюзивная позиция, каждый год выпускается не больше 600 экземпляров. Роскошный, шёлковый, нежный вкус.

«Glenfiddich 50 Years Old» – выдержан в двух хересных бочках, одной из которых немного больше 50 лет. Виски в них сохранил свою свежесть, фруктовые нотки и приобрёл необычный тон бересты.

«The Balvenie»

«The Balvenie» – это уникальная коллекция односолодового шотландского виски, созданная мастером винокурни Дэвидом Стюартом. Каждый тип этого виски обладает неповторимым вкусом: богатым, мягким, с яркой медовой ноткой, характерной только для «The Balvenie». Коллекция состоит из 8 вкусов односолодовых виски.

«The Balvenie DoubleWood 12 Years Old» – этот виски долгие годы проводит в традиционных дубовых бочках, после чего, на заключительном этапе выдержки, его помещают в бочки из-под хереса «Олоросо».

«The Balvenie Caribbean Cask 14 Years Old» – выдержан в дубовых бочках из-под бурбона, а затем довыдержан несколько месяцев в бочках из-под карибского рома.

«The Balvenie Single Barrel 15 Years Old» – выдержан в одной бочке из-под бурбона (номер бочки можно найти на каждой бутылке).

«The Balvenie Double Wood 17 Years Old» – этот виски сначала созревал в первой бочке из-под бурбона, сделанной из американского дуба, что придало ему мягкие сладкие нотки ванили, а затем был перемещён в хересные бочки из европейского дуба.

«The Balvenie Peated Cask 17 Years Old» – выдержан в бочках из-под дымных сортов «The Balvenie», а также в новых бочках из американского дуба.

«The Balvenie PortWood 21 Years Old» – для создания этого виски смесь редких сортов «The Balvenie» довыдерживается в бочках, хранивших до этого марочные сорта портвейна.

«The Balvenie TUN 1401 batch 5» – для этой версии виски мастер выбрал особенные старые американские и хересные бочки, год «рождения» которых варьируется от 1966 до 1991 года. Виски из этих бочек смешивают и выдерживают в потрясающем «женильном» чане Tun 1401.

«The Balvenie Thirty 30 Years Old» является редким и по-настоящему особенным односолодовым виски, для которого Дэвид Стюарт отбирает только лучшие бочки, которые зачастую гораздо старше 30 лет.

«The Balvenie Forty 40 Years Old» – для создания каждой партии этого напитка, состоящей всего из 150 бутылок, Дэвид Стюарт тщательно отбирал и затем смешивал виски из самых редких бочек, хранящихся на винокурне.

«The Balvenie Fifty» – выдержан в дубовой бочке из европейского дуба, хранившей ранее херес, и представлен в стеклянной бутылке, выдутой вручную, оберегаемой деревянным футляром.

«Kininvie 23 года».

Все знают о существовании винокурни KININVIE, поскольку её спирты входят в купаж особенного виски «Monkey Shoulder», но никто не пробовал их в виде односолодового экземпляра. Теперь для любителей виски, которые стараются найти что-то неизведанное и новенькое, с богатой историей и лимитированное, в продаже появилось достойное предложение.

«Kininvie» – тот самый виски, который виски-энтузиасты ищут, потому что он родился на секретной винокурне. Винокурня KININVIE открылась в 1990 г., потом закрылась и вновь открылась в 2012 году. Тем не менее первая версия виски доступна для искателей особых ощущений – с выдержкой 23 года! Вибрирующий аромат с нотками спелых свежих фруктов в сочетании с бархатной ванильной сладостью. Со временем проявляется элегантный цветочный тон с тонкими нотами летнего цветения.

«Monkey Shoulder»

Шотландский тройной солодовый виски «Monkey Shoulder» производится путём смешения односолодовых спиртов трёх лучших заводов Спейсайда. Это оригинальный бренд в мире виски, где почитание традиций считается нормой. Несмотря на свой современный дерзкий стиль, он создаётся по незыблемым законам изготовления подлинного шотландского виски.

Мастер винокурни собственноручно отбирает не более 27 бочек трёх видов односолодового виски, «женит» их в специальном чане и оставляет на несколько месяцев. Затем помещает в бочки из-под бурбона первого наполнения, в которых скотч приобретает индивидуальный вкус и аромат. Деликатные цветочные ноты переплетаются с ароматами свежих апельсинов и нежных персиков. Оттенки мёда и пряностей пробиваются через богатую ванильную сладость. «Monkey Shoulder» – «самый желанный шотландский виски в лучших барах мира», по версии журнала «Drinks International».

«The Girvan»

Зерновой виски «Гирван» – это вкус, который в полной мере отражает наше наследие первопроходцев в производстве виски: это редкий спирт, богатый ванилью, медовый и с нотками карамелизированных фруктов.

«The Girvan Patent Still No.4 apps» – представлен в бесподобной белой коробке, предлагая современный взгляд на премиальную упаковку виски.

«The Girvan Patent Still 25 лет» – виртуозная перегонка катализируют эфирные фруктовые нотки в нашем спирте, создавая вкусы цитрусовых, ванили, сливок, печёных осенних фруктов и карамелизированных яблок, слив и груш. Выдержка в дубе добавляет характер и делает наш виски восхитительно другим!

«Clan MacGregor»

Высококачественный шотландский виски «Clan MacGregor», которым наслаждаются более чем в 30 странах мира, гордо несёт свой символ и девиз, наряду с персональным знаком отличия 24-го главы клана МакГрегор сэра Малькольма МакГрегора. Родоначальником клана считается Грегор, третий сын Альпина, короля Шотландии в VIII в. н.э. Благодаря этой связи с королём клан получил девиз «Мы – королевского рода». Клан МакГрегор преодолел долгие годы борьбы и изгнания, их земли не раз конфисковывали и даже объявляли вне закона. Но они сохраняли боевой дух и не покорялись судьбе – и в итоге все утраченные привилегии и права были им возвращены.

Сегодня «Клан МакГрегор» является одним из самых любимых купажей Великобритании. Он мастерски приготовлен из отборных солодовых и зерновых сортов шотландского виски. «Clan MacGregor» отличают фруктовые оттенки, характерные для типичных сортов виски из долины Спейсайд. Это легкий свежий виски с хорошо сбалансированным мягким вкусом, за который его так ценят любители этого напитка.

«Tullamore Dew»

Ирландский купаженный виски «Tullamore Dew» – премиальный купаженный ирландский виски с мягким гармоничным вкусом. В его производстве используют три вида виски: так называемый «виски из перегонного куба», зерновой и односолодовый виски. После создания купажа напиток выдерживается в особых дубовых бочках, чтобы придать ему ещё большую мягкость и чтобы он подходил бы в дальнейшем для всех случаев жизни, будь то встреча с друзьями или ужин в кругу семьи. «Tullamore Dew» можно наслаждаться как в чистом виде, так и со льдом, или с содовой и лаймом. В линейке «Tullamore Dew», помимо купажа стандартной выдержки, представлены ещё 2 продукта: односолодовый виски «Tullamore Dew 10 Years Old» и купаженный «Tullamore Dew 12 Years Old». «Tullamore Dew 10 Years Old» выдерживается в течение 10 лет в бочках из-под бурбона, хереса «Олоросо», портвейна и мадеры. Это единственный ирландский односолодовый виски, который доводится до совершенства в бочках четырёх разных видов. Специально отобранные бочки обогащают и усиливают аромат напитка, в результате он приобретает восхитительно сложный и насыщенный вкус.

«Tullamore Dew 12 Years Old» – купаженный ирландский виски, созданный из тщательно отобранных бочек 12- и 15-летней выдержки. Совершенство напитку придаёт тройная дистилляция, кристально чистая вода, отборный ячмень, солод и выдержка в бочках из-под бурбона и хереса «Олоросо».

«Milagro»

Текила «Milagro» – больше, чем просто текила. Создаётся из 100% голубой агавы. Сырьё, которое выращивается на собственных плантациях, собирается вручную и запекается в керамических печах. Тройная дистилляция небольшими партиями рождает напиток с лёгким ароматом и мягким вкусом. Сорта Reposado и Анежо выдерживаются в дубовых бочках дольше, чем принято в индустрии. Премиальные бутылки выдуваются по уникальной технологии и обрабатываются вручную. Коллекция состоит из 6 вкусов.

«Milagro silver» – с нотами голубой агавы, растительными и цитрусовыми нотами и пряным послевкусием.

«Milagro reposado» – ноты голубой агавы с оттенками карамели и тостов и лёгким пряным послевкусием.

«Milagro anejo» – карамель и кокос с шоколадными, табачными и банановыми оттенками и сладковатым пряным послевкусием.

«Milagro select barrel reserve silver» – имеет яркий вкус нот голубой агавы и ванили, сухое пряное послевкусие.

«Milagro select barrel reserve reposado» – чистый, с нотами ванили, чёрного перца, корицы и сухим послевкусием.

«Milagro select barrel reserve anejo» – несладкий шоколад, табачные листья, ирис с яркими нотами дуба и сухим послевкусием.

«Hendrick's»

Премиальный шотландский джин «Hendrick's» – это джин, который изготавливается необычным образом с добавлением необычных ингредиентов, придающих ему оригинальный вкус и аромат, – экстрактов из лепестков болгарской розы и свежего огурца. «Hendrick's» особенно ценен потому, что основные одиннадцать ингредиентов (так называемых «botanicals», сочетание которых и дарит этому напитку его неповторимый характер) мы доставляем из самых разных уголков планеты.

Уникальное сочетание самых разных ингредиентов «Hendrick's» достигается использованием шотландской чистой воды из местных естественных источников.

«Sailor Jerry»

«Sailor Jerry» – настоящий пряный карибский ром крепостью 40%. Основа – это лучшие ромы Карибского бассейна, которые мастера купажа «женят» по точным рецептам и потом добавляют единственный в своём роде микс из специй и других естественных вкусовых добавок, наиболее яркие из которых – ваниль и корица. Результат – потрясающий, высококачественный, олдскульный карибский ром со специями – нестареющая классика!

«Drambuie»

«Drambuie» – легендарный ликёр на основе виски, исторически связанный со становлением эры коктейлей в 1960-х гг. в США. Полноценный высокоградусный (40%) ликёр «Драмбьюи» – это уникальный купаж виски из регионов Спейсайд и Хайленд, известных своим мягким вкусом, и секретного эликсира из трав, специй и верескового мёда.

«Camus»

Основанная в 1863 г. компания CAMUS является семейной фирмой и владеет уникальным портфелем премиальных спиртных напитков, которые пользуются популярностью во всём мире. Сегодня продукция CAMUS продаётся почти во всех странах мира, международных аэропортах и на бортах крупнейших авиакомпаний. «Camus» представляет историю Коньячного Дома, который с 1863 г. принадлежит пяти поколениям одной семьи, владеющим исключительным мастерством создания выдающихся коньяков с уникальным элегантным стилем, переходящим от отца к сыну.

Страстная преданность долгу жива и сегодня, благодаря нынешнему владельцу компании Сириллу Камю. Будучи верен своему наследию, он сохраняет независимость CAMUS и является вдохновителем того, что мы называем живой традицией. Компания создаёт коньяки уникального стиля, которые способны удовлетворить вкус самого требовательного ценителя этого благородного напитка.

Визитной карточкой Коньячного Дома являются спирты из самых ценных виноградников семьи Камю в Бордери. CAMUS является одним из крупнейших землевладельцев в крю Бордери – редчайшей из шести областей коньячного апелласьона, известной высоким ароматическим потенциалом коньячных спиртов.

Коньячные спирты Бордери отличаются тонким изысканным ароматом, служат украшением классических купажей и превосходно звучат сольно, благодаря их ярким цветочным нотам, ароматической выразительности, оттенкам специй и сладкой выпечки во вкусе, а также высокому потенциалу выдержки.

Благодаря постоянному поиску новых вкусов, CAMUS открыл для ценителей коньяка виноградники Иль-де-Ре, что позволило ему создать ряд эксклюзивных островных коньяков. Остров Ре расположен в западной части коньячного апелласьона. Линейка островных коньяков

«Camus» передаёт уникальный характер спиртов с ярким морским влиянием, богатыми свежими минеральными нотами.

Элегантность – главное свойство, определяющее коньяки «Camus» и «Camus Vs Elegance», воплощает жизненную энергию молодости в свежем и ярком коньяке.

«Camus Vsup Elegance» – обязан своими превосходными вкусовыми свойствами купажу вин, дистиллированных на осадке.

«Camus Xo Elegance» – требует многих лет терпеливой и кропотливой работы, это идеальный купаж свежих фруктовых ароматов виноградной лозы, которые развиваются и приобретают зрелость за время искусно организованного процесса выдержки.

«Extra Elegance» – сложный, бархатный купаж старых коньячных спиртов, преимущественно из районов Бордери, Гранд-Шампань и Петит-Шампань, идеально сбалансированных и выдержанных, что подчёркивает и раскрывает достоинства каждого из них.

«Borderies». «Vsup Borderies» – выпущен ограниченной серией (15 000 бутылок). Все бутылки индивидуально пронумерованы. «XO Borderies» – уникальное предложение на рынке премиальных коньяков. Классический дизайн и изысканная упаковка.

«Ile De Re Fine Island» – уникальный островной коньяк, эксклюзивно представленный компанией CAMUS на мировом рынке. Исключительный вкус: его островной характер сбалансирован фруктовыми нотами и невероятной мягкостью. Свежий морской вкус с тонами сухофруктов, солоноватой ноткой и мягким послевкусием. Подлинное отражение всех качеств коньячных спиртов с острова Ре.

«Ile de Re Double Matured» – оригинальный мягкий вкус, передающий островной характер коньяка: идеальный баланс фруктовых нот с нотами морского бриза и тонами дыма в послевкусии.

«Ile de Re Cliffside Sellar» – исключительный вкус: его островной характер сбалансирован фруктовыми нотами и невероятной мягкостью. Яркий, йодистый, пряный вкус с тонами ванили.

«Berneroy»

Кальвадос «Berneroy» – является одним из лучших образцов уникального напитка с ароматом яблок и старого дуба, произведённых в знаменитой провинции Нормандия, Франция, по крайней мере, в течение пяти столетий. Он производится из тщательно отобранных яблок только лучших сортов. Однократная дистилляция обеспечивает высокую концентрацию ароматических веществ и придаёт спиртам натуральный яблочный вкус. Выдержка в дубовых бочках деликатного обжига создаёт необходимый баланс содержания танинов и насыщенного аромата.

«Torres»

Бренди с историей и наследием из региона Эль-Пла-дель-Пенедес (Барселона). Ещё в 1928 г. Don Juan Torres Casals, второе поколение семьи Torres, решил начать продавать мягкий и ароматный дистиллят из лучших белых вин, которые семья начала делать в 1870 году. Бренди «Torres» всегда следует традиционному методу «бренди-дель-Пенедес», выбирая лучшие вина, чтобы обеспечить получение продукта высочайшего качества. Напиток выдерживают по системе Солера – исключительно в бочках из дуба, как правило из американской или французской древесины. Благодаря верности своим истокам и строго контролируемому процессу производства бренди «Torres» по праву заслужил доверие потребителей, которые ценят историю и традиции бренда.

В наши дни «Torres» является лидирующим по продажам брендом испанского импортного бренди и неоднократно был награждён на самых престижных соревнованиях в сфере алкогольного рынка.

«Ron Barceló»

«Ron Barceló» – высококачественный ром из сахарного тростника, который производится в

Доминиканской Республике, в провинции Сан-Педро-де-Макорис. Эта местность знаменита идеальными условиями для выдержки рома: стабильной температурой (30 градусов по Цельсию) и влажностью 90%. Год выдержки здесь равен четырём годам в более прохладных регионах! За время, проведённое в бочке из американского дуба, продукт приобретает богатый янтарный цвет, уникальный аромат и запоминающийся вкус. Своеобразным признанием исключительного качества «Barceló» говорит тот факт, что швейцарская шоколадная компания LINDT выбрала для начинки своих новых пралине «Ron Barceló Gran Añejo» из 500 ромов на рынке.

«Xenta»

«Xenta» – лидер категории «абсент» России. «Xenta» – абсент для настоящих ценителей: он готовится по подлинному рецепту XIX в. путём долгого настаивания полыни (*Artemisia absinthium*) и многих других трав, после чего полученный эликсир проходит тщательную фильтрацию для получения особого изумрудного цвета необыкновенной прозрачности, присущей только абсенту «Xenta».

«Xenta distilled» – дистиллят трёх основных компонентов традиционного абсента: полыни, аниса звёздчатого и кориандра. Тройная дистилляция, медленная бережная фильтрация и использование воды альпийских ледников делают этот напиток квинтэссенцией основных компонентов абсента. Кристально прозрачный цвет, сильный и выраженный характер и неожиданно мягкий вкус.

«Xenta Superior» – абсент суперпремиум-класса, созданный специально для истинных ценителей и знатоков. Для производства этого шедевра используются только растущие в верхней части листья полыни горькой (*Artemisia absinthium*), собираемые только в июле-августе. Фильтрование, осуществляемое по специальной технологии, сохраняет ароматические свойства полыни и придаёт напитку характерный темно-зелёный цвет и благородную горечь. Стильная бутылка с веточкой полыни внутри завершает образ «Xenta Superior», делая его коллекционным напитком, который может стать также оригинальным и изысканным подарком.

«Рижский Чёрный бальзам»

Основанный в Риге более 100 лет назад, LATVIJAS BALZAMS является ведущим производителем алкогольных напитков в странах Балтии. LATVIJAS BALZAMS оперирует двумя заводами, производящими более 70 млн бутылок в год. Главной торговой маркой LATVIJAS BALZAMS является «Рижский Чёрный бальзам» – легендарный биттер, который выпускается с 1752 г., является одним из старейших. Линейка «Рижского Чёрного бальзама» представлена тремя вкусами – классический биттер со вкусом чёрной смородины и бальзам с ромом.

«Рижский Чёрный бальзам» – классический, но в то же время современный горьковато-сладкий вкус сочетает в себе различные вкусовые нюансы: кто-то найдёт для себя в его вкусе нежную слабость липового цвета, малины, черники, а кто-то ощутит вкус мёда с пикантным нюансом имбиря, мускатного ореха и дуба.

«Рижский Чёрный бальзам Чёрная смородина» – вкус этого нежного и изысканного алкогольного напитка держит свой букет до впечатляюще законченного финала: быстро согревающая первая нота смородины с приятными нотами бальзама.

«Рижский Чёрный Бальзам Элемент» – это особенная композиция вкусов, которая базируется на оригинальных ингредиентах «Рижского Чёрного бальзама» с добавлением высококачественного рома.

«Antica Sambuca»

«Antica» – это ликёр № 1 в Великобритании. Сладкий натуральный ликёр, полученный путём дистилляции настоя из бадьяна (или звёздчатого аниса) и трав. Производится продукт исключительно из натуральных, тщательно отобранных ингредиентов, что позволяет добиться высочайшего качества. Продуктовая линейка состоит из ликёров на основе самбуки с разными вкусами: «Antica Apple», «Antica Raspberry», «Antica Coffee», «Antica Banana».

«Plantation»

«Plantation» – высококачественный премиальный ром. Все ромы «Plantation» производятся и выдерживаются в странах Карибского бассейна (Тринидад, Барбадос, Панама, Гайана, Никарагуа, Ямайка и Гренада) в условиях жаркого тропического климата в бочках из-под бурбона. Затем полученный напиток несколько месяцев дополнительно выдерживают в бочках из-под коньяка в Château de Bonbonnet (Франция). Всё семейство ромов «Plantation» имеет насыщенный цвет и аромат, а благодаря современному и стильному дизайну продукт востребован даже у искушённых потребителей.

ВИНО

«Barefoot» (США, Калифорния)

Начиная с января 2017 г. планируется импорт бренда «Barefoot» (дистрибуция в ключевых и розничных каналах).

«Barefoot» (*пер.* босиком) – один из самых узнаваемых и быстро продаваемых винных брендов в мире. Он сразу запомнится покупателям необычным дизайном этикетки – на ней изображена стопа человека, символизирующая беззаботный образ жизни!

Позиционирование бренда разительно отличается от привычного нам образа классических вин – вместо чопорных интеллигентных гурманов «Barefoot» выбрал своей целевой аудиторией людей, молодых душой, внутренне свободных, живущих вопреки общепринятым правилам, следуя только своим собственным суждениям и принципам. Ведущие амбассадоры бренда (так называемые барефутеры) выражают свою философию одним ёмким предложением: «Наши вина одинаково подходят и для употребления в элегантном костюме на ужине, и в футболке в домашней обстановке!»

И такая философия бренда действительно работает! «Barefoot» – винный бренд № 1 в мире, самый быстро продаваемый американский бренд в Англии, а также удерживающий лидирующие позиции в Германии, Голландии, Исландии, Ирландии, ОАЭ и многих других странах!

Россия – новый рынок для «Barefoot», и на него возлагают большие надежды!

GWS – «Старый Тбилиси» (Грузия)

GWS (Грузинская компания вин и алкогольных напитков) – один из самых старых и известных винзаводов в Грузии, основанный в 1993 г. в селе Ачинебули Телавского района, на базе известнейшего винзавода «Телави 2», построенного еще в 1976 году. Бренд-портфолио GWS включает обычные, игристые вина и спиртные напитки: Тамада, Старый Тбилиси, Адаманти, Елибо, Висмино и GWS Чача.

У GWS 400 га виноградников, из которых 280 га – красных сортов винограда и 120 га – белого винограда. 70% винограда – грузинские традиционные сорта, а 30% – международные сорта. В ближайшем будущем GWS планирует представить также новые биовина из собственных виноградников.

В 1999 - 2016 гг. компания осуществила резкое повышение уровня качества вин и получила около 160 призов в национальных и международных конкурсах: 4 двойных золота, 73 золотых, 46 серебряных и 26 бронзовых медалей. Бренды GWS становятся всё более популярными на местных и международных рынках (Россия, Казахстан, Беларусь, Украина, Прибалтика, Китай, Япония).

Созданный в 1999 г. винный бренд «Старый Тбилиси» рассчитан на широкого потребителя. Доступная цена и хорошие органолептические свойства сделали вино базовым брендом – визитной карточкой Тбилиси и Грузии. Это вино – символ грузинского гостеприимства, дружеского и семейного застолья.

GARCIA CARRION (Испания)

В декабре 2016 г. подписан контракт с крупнейшим производителем вин Испании – компанией «Гарсия Карион». Синергия, стала эксклюзивным дистрибьютором бренда «Пата Негра» на российском рынке. Бренд «Пата Негра» представляет вина из ключевых регионов Испании: Риоха, Кава, Рибера дель Дуэро.

DUCKHORN VINEYARDS (США)

ДАКХОРН – один из первых производителей вина из бордосских сортов винограда

В настоящее время ДАКХОРН владеет 7 виноградниками, расположенными в разных районах Долины Напа и делает высококлассные вина из бордосских сортов винограда.

LES GRANDS CHAIS DE FRANCE (Франция)

ГРАН ШЕ ДЕ ФРАНС – крупнейший экспортёр вин из Франции с 1979 г. (вина компании продаются более чем в 250 странах мира). Компания является в высшей степени рыночно-ориентированной, что выражается в подходе к созданию новых продуктов, организации продаж и продвижению. LES GRANDS CHAIS DE FRANCE стремится делать вино для широкого круга обычных потребителей, а не для профессиональных дегустаторов. Основной миссией компании является производство вина высочайшего качества для массового потребителя, подкрепляемая жёстким контролем качества.

Линейки продукции: «Baron de Rothberg», «Prestigium».

VEUVE AMBAL (Франция, Бургундия)

Винодельческий Дом VEUVE AMBAL (букв. «Вдова Амбаль») – один из самых известных во Франции производителей качественных игристых вин и «Креман де Бургонь». Продукция VEUVE AMBAL завоевала мировую известность и на сегодняшний день представлена во многих сетевых магазинах Европы и мира, таких как: «Auchan», «Metro C&C», «Lecrer», «Carrefour» и др.

На данный момент «Вёв Амбаль» владеет 6 винодельческими именами в разных частях Бургундии и является самым крупным собственником виноградников в Бургундии (250 га). Также Винному Дому VEUVE AMBAL принадлежит хозяйство RIVAROSE в Провансе.

PASCAL BOUCHARD (Франция, Шабли)

Дом ПАСКАЛЬ БУШАР является семейным владением пяти поколений виноделов. Сегодня семья Бушар владеет виноградниками площадью в 32 га. Прекрасное белое вино «Паскаль Бушар» уже не нуждается в рекламе. Его необычный вкус буквально «рассыпается» на множество фруктовых и цветочных нот, покоряет и очаровывает. Это вино достойно самого высокого торжества, оно прекрасно подойдёт к блюдам французской кухни, особенно к морепродуктам, рыбе и овощам.

Общий объём производства ПАСКАЛЬ БУШАР – около 220 000 бутылок в год.

MAILLY GRAND CRU (Франция, Шампань)

МЭЙИ ГРАН КРЮ – единственный в Шампани Дом, производящий вина по принципу Гран Крю Класе Бордо. Все шампанские вина производятся из винограда, собранного только со своих собственных виноградников Гран Крю. Виноградники МЭЙИ ГРАН КРЮ охватывают 70 га, на которых выращивается Пино Нуар (75%) и Шардонне (25%). Благодатный терруар обеспечивает винам утончённость и элегантность, которые так высоко ценятся поклонниками этого роскошного напитка. В настоящее время шампанские вина «Мэйи» пользуются успехом и спросом не только в сети французских магазинов и ресторанов, но и активно экспортируются в 35 стран мира, донося совершенство «Champagne Mailly» в самые разные уголки земного шара.

PASQUA (Италия, Венето)

PASQUA – это семейное предприятие, которое было основано в 1925 году. Владельцы компании – семья Пасква в третьем поколении виноделов. Бренд с более чем 80-летней историей. Инновационные технологии, современный цех для производства и выдержки вин позволяют PASQUA производить вина превосходного качества. На сегодняшний момент PASQUA выпускает 13,8 млн бутылок вина в год и владеет 139 га виноградников в самых престижных областях региона Венето: «Бардолино», «Соаве», «Вальполичелла».

Линейки продукции: «Colori di Italia», «Black label».

FRATELLI MARTINI (Италия, Пьемонт)

В 1947 г. на севере Италии в винодельческом регионе Пьемонт в зоне Ланге братья Секондо и Луиджо Мартини основали винодельческую компанию FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI SPA. Сейчас концерн FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI SPA является крупнейшей семейной компанией-производителем вин в Италии. Общая площадь виноградников составляет 285 га, позволяющих выпускать около 50,0 млн бутылок вина в год.

Первая линейка вин FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI SPA получила названия «Casa Sant’Orsola» в честь церкви, которая располагалась на ферме, где родились братья Секондо и Луиджи Мартини.

Линейка вин: «Marchesini».

MONTELVINI (Италия, Венето)

Винодельческое хозяйство МОНТЕЛЬВИНИ расположено в Венегаццу, в самом сердце региона Венето, на северо-востоке Италии. Владельцы компании – семья СЕРЕНА – занимаются производством вина поколениями с 1882 года. Под руководством Армандо Серена, хозяйство МОНТЕЛЬВИНИ разительно выросло и стало современной успешной компанией, которая с успехом совмещает высокие технологии с лучшими традиционными технологиями виноделия. Вина MONTELVINI отличаются уникальным стилем, смешением инноваций и динамизмом вместе с уважением к традициям и приверженности качеству.

MIRAFIORE (Италия, Пьемонт)

История Дома MIRAFIORE, расположенного в знаменитой винодельческой области Бароло, началась в 1878 году.

Сегодня опытные энологи компании производят одни из самых рейтинговых и качественных вин Бароло – линейку из шести великолепных, оригинальных и высококачественных вин «Mirafiore», одновременно сложных, элегантных и запоминающихся. Эти вина выражают две основные концепции деятельности хозяйства: экосовместимость и «зеленую философию». Тара под вино состоит из переработанного на 85% стекла, а этикетки производятся с использованием натуральных красок. Всё это – внешние положительные изменения, а внутреннее наполнение, то есть само вино, остаётся прежним – оригинальным и удивительно вкусным вином старого Пьемонта.

PELISSERO (Италия, Пьемонт)

PELISSERO – это семейная винодельня, которая на протяжении нескольких поколений занимается выращиванием виноградной лозы в самом сердце Барбареско. Сегодня фирмой управляет Джорджио Пелиссеро – опытный энолог, активно занимающийся повышением качества вина и расширением владений компании, которые составляют 38 га земель. Винный завод располагается в зоне Треизо, на вершине живописного холма. Ежегодно PELISSERO производит около 100 тыс. бутылок премиального вина, завоевавшего искреннюю любовь у винных критиков и

специализированных винных изданий (особую любовь к этим винам испытывает американское издание «Wine Spectator»).

CASTELLO DI QUERCETO (Италия, Тоскана)

Поместье Кастелло ди Кверчето расположено среди зелёных холмов на высоте 470 м над уровнем моря. Общая площадь поместья составляет примерно 1 900 га. На территории замка расположены цех по розливу вина и четыре погреба, где происходят различные этапы производства вина, начиная с процесса ферментации и заканчивая выдержкой. Основную долю в производстве вин Кастелло ди Кверчето составляют вина «Кьянти Классико» и «Кьянти Классико Ризерва», а самым известным вином Дома КВЕРЧЕТО является супертосканское вино «Чиньяле», на этикетке которого изображён тосканский кабан.

BODEGAS MURVIEDRO (Испания, Валенсия)

Компания BODEGAS MURVIEDRO, основанная в 1927 г., представляет бренд «Gran Castillo».

BODEGAS MURVIEDRO производит 35 млн бутылок в год и является одним из самых важных винных заводов в области Валенсия. Бренд «Gran Castillo» входит в ТОП-3 самых продаваемых винных брендов в Прибалтике и в ТОП-10 самых продаваемых брендов в 23 странах по всему миру.

CONO SUR (Чили)

Компания CONO SUR была основана в 1993 году. Винодельня располагается в г. Чимбаронго в долине Колчагуа. Предприятие владеет 1 600 га виноградников от долины Лимари до Био-Би (21 виноградник, 19 сортов).

Логотип CONO SUR – это географическое изображение силуэта Южной Америки. Уже за первые 5 лет существования вина CONO SUR получили более 150 медалей и наград на самых престижных международных конкурсах. Cono Sur представлен в самых топовых авиакомпаниях: LUFTHANSA, BRITISH AIRWAYS, KLM, VIRGIN, AMERICAN AIRLINES, FINNAIR и др.

Бренд «ConoSur» входит в ТОП-10 самых известных винных брендов мира.

Линейки продукции: «Tocornal», «Bicicleta», «Reserva Especial», «Single Vineyard», «20 Barrels Limited Edition», «Silencio».

DISTELL (ЮАР)

«Obikwa» – бренд компании DISTELL. Вина «Obikwa» появились на международном рынке в 2002 г. и на данный момент представлены в 43 странах мира.

Вина получили своё название в честь народов obikwa, заселявших ЮАР в древности, и их характер полностью отражает особенность этих людей. Символом линейки вин «Obikwa» является страус, символизирующий близость к природе и трепетное отношение производителя к окружающей среде. «Obikwa» является одним из первых биологических вин ЮАР, которое разливается в сверхлёгкие бутылки массой 350 г (на 25% меньше веса стандартной бутылки объёмом 750 мл).

BERTON VINEYARD (Австралия)

Начиная с 2005 г. BERTON входит в 20 крупнейших виноделен Австралии и является одним из 17 самых продаваемых брендов в мире. Вина BERTON получают большое количество наград как внутри страны, так и на международном уровне (International Wine Challenge). Винодельня BERTON получила 4 звезды из 5 от австралийского винного критика Джеймса Холлидея, а также

международный сертификат SFQ (Sale Quality Food) 2000 Level 3. Общее количество производимых вин – около 1 млн бутылок.

MARKUS MOLITOR (Германия, Мозель)

Владельцем винодельни является Маркус Молитор, который унаследовал бизнес в 80-х гг. прошлого века, включая крупнейшее хозяйство в регионе Средний Мозель, общая площадь которого составляет 38 га. Виноградники, принадлежащие семье МОЛИТОР, уникальны: они находятся на крутых склонах и простираются от Браунеберга до Трабен-Трарбаха и реки Саар. Вина МАРКУС МОЛИТОР являются сегодня самыми рейтинговыми винами Германии. Известный винный критик Роберт Паркер ставит «Пино Нуар» от Маркус Молитор 100 баллов как самым великим Гран Крю Класе из Бордо.

7. ПРОИЗВОДСТВО

Группа компаний «Синергия» управляет 6 ликёро-водочными заводами, которые, с учётом стратегических интересов Компании, расположены в крупнейших федеральных округах, включая Центральный, Дальневосточный, Северо-Западный, Приволжский и Сибирский. Количество ликёро-водочных заводов и их географическая диверсификация обеспечивают Компании дополнительную логистическую экономию, а также снижение технологических рисков в производственной деятельности предприятий. Это также способствует предотвращению других эксплуатационных рисков, которым порой подвергаются компании, имеющие лишь одно производственное предприятие. Все 6 заводов используют современное немецкое и итальянское оборудование общей производительностью свыше 15 млн декалитров.

Наши заводы

Производственные программы всех заводов включают выпуск полного ассортимента федеральных брендов и соответствующих локальных брендов. Исключение составляют бренды BELUGA и «Veda», которые производятся только на Мариинском ликёро-водочном заводе в Сибири. Заводы «Синергии» – важная составляющая дистрибуционной системы Группы: они активно используются в качестве больших логистических центров в соответствующих регионах.

- Завод «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» – один из крупнейших заводов по производству крепкого алкоголя в России, расположен в городе Краснознаменске Московской области. Предприятие было основано в 1997 г. и присоединилось к Группе в 2007. В 2009 г. завод вошёл в десятку крупнейших заводов по производству крепкого алкоголя по объёмам производства. На заводе используется современное итальянское оборудование. Предприятие работает как крупный логистический и производственный центр, выпускающий все федеральные водочные бренды Группы на всей западной части России до границы с Уралом.
- Архангельский ликёро-водочный завод был основан в 1899 г. и в настоящее время является крупнейшим ликёро-водочным предприятием в Архангельской области. Завод был приобретён «Синергией» в 2004 г. и является одним из ведущих предприятий по производству крепких алкогольных напитков в регионе. Завод использует современное высокопроизводительное оборудование немецкого и итальянского производства.
- Пермский вино-водочный завод «УРАЛАЛКО» – ведущее предприятие по производству крепких алкогольных напитков, которое входит в 50 крупнейших заводов в регионе. Он присоединился к компании «Синергия» в 2003 году. Предприятие начало свою деятельность в 1968 г. и изначально специализировалось на производстве и розливе виноградных вин. Завод использует современное немецкое и итальянское оборудование. Также «УРАЛАЛКО» функционирует и как центр дистрибуции продукции Компании,

который представляет все национальные водочные бренды Группы в Уральском регионе России.

- «Уссурийский бальзам» является ведущим заводом в алкогольной отрасли в Приморском крае на протяжении более 100 лет. Завод присоединился к компании «Синергия» в 2002 году. Завод был основан в 1894 г. купцом Михаилом Пьянковым. Завод функционирует как производство и центр дистрибуции и представляет все федеральные водочные бренды Компании на Дальнем Востоке России.
- Мариинский ликёро-водочный завод в Кемеровской области – один из ведущих заводов в России. Завод функционирует с 1900 г. и служит логистическим центром, который осуществляет производство и дистрибуцию всего ассортимента Компании в Сибири. Завод присоединился к компании «Синергия» в 2006 году.
- Ликёро-водочный завод «Хабаровский», основанный в 1881 г., является крупнейшим заводом по производству крепких спиртных напитков на Дальнем Востоке. Завод присоединился к компании «Синергия» в 2005 году.

8. ЭКСПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ

В 2016 г. «Синергия» продолжила развивать и совершенствовать свою экспортную сеть, насчитывающую более 70 стран мира. Компания входит в тройку крупнейших экспортёров российской водки и по-прежнему, является единственной компанией в России, которая успешно экспортирует водку суперпремиального сегмента.

Суперпремиальный сегмент является наиболее стабильно растущим в категории водки, за последние годы его среднегодовой прирост в разных странах колеблется от 10 до 15%.

На этом растущем рынке бренд BELUGA в 2016 г. вырос более чем на 36%, значительно укрепив свои позиции и мировую долю.

Из наиболее ярких успехов прошедшего года можно отметить успехи на рынке Израиля, который входит в ТОП-10 крупнейших рынков Super Premium. На рынке Израиля BELUGA за один год заняла долю почти в 16%, увеличив за год свои продажи более чем в 10 раз.

Отмечается также продолжение роста продаж BELUGA в ключевых странах Западной Европы, Германии (12%), Италии (6%), Испании (5%), Швейцарии (5%).

Продолжается уверенная динамика роста бренда во всем регионе Восточной Европы. За 3 года мы увеличили наши продажи здесь более чем в три раза (прирост совокупной доли с 2% до 13%) и являемся уверенным лидером суперпремиум-сегмента водки в Болгарии, Словакии, Сербии, Латвии, Литве, Эстонии. Наша краткосрочная цель – статус BELUGA в качестве лидирующего бренда сегмента во всей Восточной Европе.

Этот статус бренд уже имеет в другом крупном макрорегионе – СНГ. Несмотря на общее сильное падение продаж водки в странах ближнего зарубежья, BELUGA сохраняет своё лидерство в сегменте.

Уверено развиваются и продажи в Duty Free, где присутствие бренда растёт в существующих аэропортах и расширяется за счёт листингов в новых. Так, в 2016 г. мы вышли на DF-рынок США и уже представлены в Нью-Йорке, Атланте, Майами и других крупных городах.

Пятёрку стран-лидеров по продажам суперпремиальной водки BELUGA на сегодня составляют: Израиль, США, Вьетнам, Казахстан, Германия.

Краткосрочная цель бренда BELUGA на экспортном направлении – занятие доли в 10% суперпремиального сегмента водки в ближайшие 2–3 года.

В 2016 г. успешное продолжение получил курс на развитие водки «Беленькая» в качестве второго международного бренда Компании, взятый в 2014 году. «Беленькая» добилась хороших успехов в Румынии, где продажи уже составляют тысячи декалитров в год. Продолжается рост бренда в

Болгарии, Великобритании, Германии, Вьетнаме. Запущены новые значимые проекты: в Голландии, Бразилии, Аргентине, Италии. Расширяется присутствие «Беленькой» также и в Duty Free, что способствует усилению имиджа бренда в мире.

Экспорт «Синергии» развивается и в разрезе других брендов Компании. Так, в 2016 г. в тендере Шведской государственной монополии добилась успеха водка «Белое озеро», которая теперь продаётся в специализированных алкогольных магазинах по всей стране. Также успех получила водка «Ржаной колос» в Латинской Америке, где она начала успешно продаваться в ряде стран (в Бразилии, Аргентине и Гватемале).

9. ГРУППА «ПентАгро»

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

Компания владеет и управляет пищевыми сегментами бизнеса, осуществляя производство, маркетинг и сбыт в России сельскохозяйственных культур, мяса птицы, молочных и мясных продуктов. В 2009 г. все активы данного направления были отделены от алкогольного бизнеса Компании и объединены в отдельную компанию АО «ПентАгро», которая является на 100% дочерней компанией ПАО «Синергия». Предприятия, входящие в «ПентАгро», занимают лидирующие позиции в регионах своего присутствия. Маркетинг и продажи пищевой продукции осуществляются исключительно под эгидой локальных брендов и в основном в тех регионах, в которых находятся соответствующие производства. Продукция распространяется посредством прямых продаж, через дистрибуторов и предприятия оптовой торговли.

Молочные продукты

Молочные продукты выпускаются и продаются преимущественно на территории Приморского и Хабаровского краёв. Молочные активы Компании состоят из двух производственных предприятий: АО «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ», расположенный в городе Уссурийске Приморского края, и АО «ДАКГОМЗ», расположенный в городе Комсомольске-на-Амуре Хабаровского края.

Эти заводы выпускают более 100 наименований продукции, включая такие категории, как стерилизованное и пастеризованное молоко, сметану, творог, масло, кисломолочные и соевые продукты, мороженое и др. АО «ДАКГОМЗ» является одним из немногих производителей соевых молочных продуктов в России и единственным производителем таких продуктов на Дальнем Востоке России.

Производство мясных изделий

Мясные изделия производятся в Приморском крае и продаются на территории Дальнего Востока, их выпуск осуществляет ОАО «Мясокомбинат Находкинский», расположенный в городе Находка. Предприятие выпускает широкий ассортимент мясных изделий: варёные, сырокопчёные и полукопчёные колбасы, ветчину, колбасы салями и мясные полуфабрикаты. Предприятие сфокусировано на выпуске высокомаржинальной продукции в среднеценовом и премиальном сегментах рынка продуктов мясопереработки.

Производство мяса птицы

Птицеводческая продукция реализуется, главным образом, в Саратовской и в соседних областях Приволжского федерального округа. Базовым в птицеводческом бизнесе является интегрированный птицеводческий производственный комплекс в Саратовской области. Его основу составляет АО «Птицефабрика Михайловская», а также племязавод АО «ППЗ «Царевщинский-2». Птицеводческий производственный комплекс производит племенное куриное яйцо, цыплят-бройлеров и продукты их переработки – более 100 видов высококачественной продукции, в том числе охлаждённое мясо птицы, полуфабрикаты, готовые блюда, колбасы. Комплекс также обладает собственной дистрибуторской сетью, отделом продаж и собственными розничными магазинами.

10. ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

Отчёт Совета директоров по приоритетным направлениям деятельности

Результаты финансовой деятельности и операций

В нижепредставленной таблице приведены консолидированные финансовые результаты деятельности Компании за 2016 г., в сравнении с показателями за 2015 год.

Консолидированные финансовые результаты деятельности Компании за 2016 год

(В миллионах рублей, за исключением тех показателей, где указано другое измерение)

	2016	2015	Изменение
Продажи, тыс. декалитров	11 622	9 870	+18%
Продажи, включая акциз	57 377	47 591	+21%
Чистая выручка	35 903	30 706	+17%
Себестоимость продаж	21 385	18 033	+19%
Валовая прибыль	14 518	12 673	+15%
<i>Рентабельность по валовой прибыли, %</i>	<i>40,4%</i>	<i>41,3%</i>	<i>-0,9пп</i>
Общие и административные расходы	2 478	2 582	-4%
Коммерческие расходы	9 346	8 260	+13%
EBITDA	3 218	2 885	+12%
<i>Рентабельность по EBITDA, %</i>	<i>9,0%</i>	<i>9,4%</i>	<i>-0,4пп</i>
Операционная прибыль	2 486	2 109	+18%
<i>Рентабельность по операционной прибыли, %</i>	<i>6,9%</i>	<i>6,9%</i>	<i>+0пп</i>
Чистые финансовые расходы	2 039	1 737	+17%
Чистая прибыль	275	241	+14%
<i>Рентабельность по чистой прибыли, %</i>	<i>0,8%</i>	<i>0,8%</i>	<i>0пп</i>
Чистая прибыль на 1 акцию, руб.	13,79	12,21	+13%

Рост отгрузок Компании на 18%, чистой выручки на 17% и валовой прибыли на 15% был обеспечен рядом факторов:

- отсутствием роста ставки акциза, что позволило потребителям лучше адаптироваться к текущему уровню цен;
- значительными успехами государства в борьбе с теневым рынком;
- органическим ростом в категории водки и ЛВИ, а также бренди;
- двузначным ростом экспортно-импортных операций, в первую очередь за счёт премиальных продуктов в структуре отгрузок.

Общие и административные расходы сократились на 4% – до 2 478 млн рублей, что является прямым следствием мероприятий по оптимизации административных расходов.

Коммерческие расходы выросли на 13% – до 9 346 млн рублей. Рост расходов на дистрибуцию значительно меньше темпов роста отгрузок, что является прямым свидетельством роста эффективности адаптивной дистрибуционной платформы Компании.

Консолидированный показатель EBITDA за 2016 г. вырос на 12% и составил 3 218 млн рублей, в основном за счёт органического роста.

Дополнительные инвестиции в рабочий капитал, обусловленные опережающим темпом роста продаж, привели к увеличению общей стоимости финансирования, в том числе за счёт роста процентов по значительно выросшему портфелю банковских гарантий. Это отчасти сдержало рост чистой прибыли: +14% к результату прошлого года.

Отчёт по сегментам

Нижеприведенная таблица иллюстрирует изменения в распределении выручки и валовой прибыли по сегментам за 2016 г., в сравнении с предыдущим аналогичным периодом 2015 года. Данные, представленные ниже, не включают межсегментной выручки.

Распределение выручки и валовой прибыли по сегментам за 2016 год

(В миллионах рублей)

	Алкольный сегмент			Сегмент продуктов питания		
	2016	прирост	2015	2016	прирост	2015
Выручка	29 294	+23%	23 771	6 609	-4%	6 900
Валовая прибыль	13 033	+20%	10 840	1 485	-18%	1 821
Рентабельность по валовой прибыли, %	44,5%	-1,1пп	45,6%	22,5%	-3,9пп	26,4%

Алкольный сегмент

Динамика показателей алкольного сегмента аналогична результатам Группы в целом – Компания демонстрирует рост выручки и валовой прибыли благодаря росту отгрузок, повышению цен, увеличению премиальных экспортных и импортных операций. Рентабельность по валовой прибыли незначительно снизилась за счёт перехода ряда торговых сетей на нетто-цены в конце 2016 года.

Сегмент продуктов питания

Результаты сегмента продуктов питания ухудшились, по сравнению с 2015 г., негативно повлияв на результаты Группы в целом. В частности, негативная ценовая конъюнктура на мясо птицы привела к падению доходов на фоне роста стоимости кормов и сырья.

Структура капитала

Приведенная ниже таблица иллюстрирует изменения в структуре капитала на 31 декабря 2016 г., по сравнению с предыдущим периодом.

Структура капитала на 31 декабря 2016 года

(В миллионах рублей, за исключением тех показателей, где указано другое измерение)

	31 декабря 2016 г.	31 декабря 2015 г.	Изменение
Общие долговые обязательства	9 053	8 449	+7,1%
Долгосрочные долговые обязательства	6 123	5 647	+8,4%
Краткосрочные долговые обязательства	2 930	2 802	+4,6%
Доля долгосрочных долговых обязательств в общей задолженности, %	68%	67%	+1пп
Доля не обеспеченных залогом долговых обязательств в общей задолженности, %	52%	43%	+9пп
Денежные средства и их эквиваленты	1 010	1 161	-13%
Чистый долг	8 043	7 288	+10,4%
Итого Капитал и Резервы	19 453	19 261	+1%
Всего Капитал	26 421	25 463	+3,8%
Чистый долг / Показатель EBITDA	2,50	2,53	-1,1%

С целью обеспечения активно развивающейся дистрибуции на растущем рынке, Компания дополнительно инвестировала в рабочий капитал (в первую очередь, в запасы), что привело к увеличению чистого долга на 10%. Рост долга в первом полугодии составлял 20%, но после

прохождения фазы активного роста появилась возможность снизить инвестиции в рабочий капитал и стабилизировать показатели финансового долга. Средневзвешенная процентная ставка по кредитному портфелю на 31.12.2016 составила 12,53%, по сравнению с 14,06% на 31.12.2015, и продолжила уменьшаться в 2017 году.

Следует отметить и увеличение доли не обеспеченных залогом долговых обязательств до 52%, и сохранение высокой доли долгосрочного финансирования.

11. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

«Синергия» строит своё долгосрочное развитие не только на основе коммерческих интересов, но и на принципах ответственности перед обществом, а также нормах этичного ведения бизнеса, всегда учитывая баланс между бизнесом и интересами общества.

Компания стремится внести вклад в развитие российской экономики и благосостояние населения страны. Так, в 2016 г. совокупный объём налоговых выплат составил более 28 млрд рублей. Менеджмент «Синергии» уверен в том, что достижение высоких результатов и эффективность управления во многом определяются уровнем доверия к Компании. Доверие, в свою очередь, базируется на справедливом отношении и уважении ко всем заинтересованным сторонам: акционерам, потребителям, деловым партнёрам, сотрудникам. Мы строим взаимоотношения с этими группами и формируем корпоративную репутацию – один из основных нефинансовых активов, который особенно важен для компании, работающей в потребительском секторе рынка.

В основе нашей политики корпоративной и социальной ответственности лежат следующие четыре приоритетных направления:

- социально ответственный маркетинг и формирование культуры ответственного употребления алкоголя;
- социально ответственная кадровая политика, основанная на взаимном уважении, справедливой компенсации и предоставлении сотрудникам возможностей для профессионального роста;
- бережное отношение к окружающей среде и забота о сохранении природных ресурсов;
- социальные и культурные инициативы, способствующие гармоничному развитию общества.

Социально ответственный маркетинг

«Синергия» – один из лидеров российского алкогольного рынка и своей деятельностью в области продвижения алкогольных брендов старается подавать всему рынку пример социально ответственного маркетинга. Продвижение и дистрибуция продуктов Компании направлены исключительно на взрослых потребителей и учитывают риски, связанные с чрезмерным употреблением алкоголя.

Компания осуществляет маркетинговую деятельность в полном соответствии с российским законодательством и размещает рекламу только в разрешённых законом каналах. Помимо выполнения требований регулирующих органов, Компания разработала собственную систему стандартов в области ответственного употребления алкоголя и информирования потребителей, которые основаны на рекомендациях и директивах таких международных организаций, как Европейский форум за ответственное употребление алкоголя и Европейский совет министров.

В своей маркетинговой деятельности «Синергия» не навязывает процесс употребления алкоголя, а информирует совершеннолетних потребителей о своей продукции, чтобы они могли сделать осознанный выбор в пользу того или иного бренда.

Помимо этого, «Синергия» выступает инициатором более широкого распространения информационных материалов, разъясняющих негативные последствия чрезмерного употребления спиртных напитков. Так, в 2007 г. в Компании разработана и утверждена собственная информационно-разъяснительная программа под названием «Ответственное употребление алкоголя». Главными целями данного проекта являются предотвращение употребления алкогольной продукции среди несовершеннолетних, разъяснение потенциального вреда ликёро-

водочной продукции для определённых групп потребителей (беременных женщин, лиц, страдающих заболеваниями центральной нервной системы, и др.), предотвращение дорожно-транспортных происшествий, связанных с управлением автомобиля в нетрезвом виде.

Помимо соблюдения законодательства и более детальных внутрикорпоративных стандартов, «Синергия» активно участвует в формировании отраслевых стандартов в сфере ответственного маркетинга. Специалисты Компании принимают участие в разработке таких стандартов на базе Союза производителей алкогольной продукции (СПАП), а также в сотрудничестве с Федеральной службой по регулированию алкогольного рынка.

Социально ответственная кадровая политика

Сотрудники «Синергии» – залог её будущих достижений. Именно поэтому этическая и социально ответственная кадровая политика является для Компании ключевым приоритетом.

Мотивирование персонала, объективная оценка профессионального вклада каждого сотрудника, поддержка таланта и создание условий для самореализации специалистов – среди основных целей кадровой политики. Особое внимание в Компании уделяется улучшению качества жизни сотрудников и их семей. Льготы, связанные с охраной здоровья, применяются как к производственному персоналу, так и к офисным сотрудникам.

На производствах профессиональные медицинские обследования проводятся два раза в год. Для офисного персонала действует программа добровольного медицинского страхования.

Кроме того, сотрудникам и членам их семей предоставляются льготы, связанные с возможностями для отдыха. В частности, сотрудники раз в год могут пройти лечение в санаториях за счёт Компании, а также отправить своих детей в санатории и детские лагеря отдыха. Компания поощряет стремление сотрудников к здоровому образу жизни.

В «Синергии» действует принцип равных возможностей, и Компания гарантирует сотрудникам свободу от какой-либо дискриминации. Компания внимательно следит за тем, чтобы карьерный рост всегда был результатом производственных достижений, деловых качеств и накопленного опыта. Приём на работу и продвижение по службе осуществляются вне зависимости от пола, возраста, национальности, религии, политических убеждений и принадлежности к общественным объединениям. Все государственные нормы в отношении работодатель – сотрудник соблюдаются неукоснительно.

Бережное отношение к окружающей среде

Компания следует требованиям российского законодательства в сфере охраны окружающей среды и стремится минимизировать негативное влияние производства и его отходов на природу. Среди приоритетных направлений деятельности Компании по охране окружающей среды – рациональное использование природных ресурсов, сбережение электроэнергии и утилизация производственных отходов.

Компания осознает, что в производственном процессе используется немало ограниченных природных ресурсов, таких как вода и углеводородное топливо, и стремится к тому, чтобы использовать их максимально бережно. При этом для «Синергии» сохранение ресурсов имеет не только этический, но и экономический смысл – это важная часть общей системы управления расходами. Модернизация предприятий, которую планомерно проводит Компания, включает в себя создание природоохранных сооружений и оснащение производственных объектов системами мониторинга эксплуатации для предотвращения ущерба окружающей среде.

Социальные и культурные инициативы

Из года в год «Синергия» наращивает участие в проектах, направленных на социальную поддержку населения в регионах присутствия своих предприятий. Компания стремится к системной благотворительной деятельности и находит комплексный подход к решению социальных проблем в сотрудничестве с местными органами власти.

Оказывая помощь представителям наиболее нуждающихся слоёв населения, Компания не стремится поставить благотворительность на службу интересам продвижения собственных продуктов. Ни один из таких проектов не используется в качестве информационных и рекламных поводов. Кроме того, «Синергия» принимает все необходимые меры для того, чтобы помощь, конечным адресатом которой выступают несовершеннолетние, не ассоциировалась у них с алкогольными брендами Компании.

Помимо адресной помощи, «Синергия» активно участвует в программе Общероссийской общественной организации «Деловая Россия», ориентированной на помощь детям-сиротам и многодетным семьям, принимающим на воспитание детей из детских домов и домов ребёнка. В дополнение к организационной помощи в рамках этой программы Компания на регулярной основе перечисляет на расчётный счёт «Деловой России» средства, которые расходуются на приобретение игрушек, лекарственных препаратов, одежды, книг и многих других вещей, необходимых детям и их приёмным семьям. За эту помощь Компания была награждена дипломом «Общественное признание».

Также «Синергия» реализует политику открытости и участия в новых заметных проектах современного общества. В настоящее время «Синергия» оказывает поддержку Центру современного искусства «Заря» в г. Владивостоке.

Центр «Заря» – некоммерческая структура, созданная с целью продвижения лучших достижений современной культуры России и мира во Владивостоке, поддержки местных молодых художников. Центр призван стать независимой платформой для развития творческих идей через эффективный диалог с ведущими мировыми профессионалами в сфере современного искусства, дизайна, архитектуры, кинематографа, литературы, театра, музыки и новых медиа.

Проекты Центра современного искусства «Заря» проходят под флагом экспериментальных методик взаимодействия художников и зрителей: перформансов, открытых творческих мастерских, интерактивных инсталляций, сеансов арт-терапии, проектов work-in-progress, направленных на развитие практики активного восприятия со стороны зрителей и стимулирующих молодое поколение авторов к поиску и выбору собственного стиля и формата работы в контексте актуальных мировых трендов.

Один из ключевых элементов выставочной программы Центра – мобильное искусство компактного формата: миниатюрные работы, путешествующие в чемоданах известных художников по направлению к самой труднодоступной аудитории, а также масштабные инсталляции site-specific, которые авторы воспроизводят заново из материалов, доступных на месте каждой остановки.

В рамках образовательной программы Центр «Заря» проводит лекции по истории и теории современного искусства, дизайна одежды и аксессуаров, литературы, театра, музыки и других творческих индустрий; кинопоказы художественного и документального кино на языке оригинала с субтитрами; гастрольные показы свежих хитов тематических кинофестивалей, а также годовой проект AN ARTIST FOCUS SERIES – смотр главных образцов мирового видеоарта, инициированный Центром «Заря» совместно с ARTPROJX CINEMA.

12. АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕСТОРАМ

Акционерный капитал

Уставный капитал ПАО «Синергия» составляет 2 495 404 900 рублей, разделён на 24 954 049 обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 100 рублей.

Государственный регистрационный номер выпуска обыкновенных акций ПАО «Синергия» – 1-01-55052-E, ISIN: RU000A0HL5M1.

Регистратором, осуществляющим ведение реестра акционеров ПАО «Синергия», является АО «ВТБ Регистратор» (лицензия № 10-000-1-00347, выдана ФСФР России 21 февраля 2008 г.).

Акции Компании (код в системе Bloomberg SYNGRU Equity, SYNG RX Equity, код в системе Reuters SYNG RTS) обращаются на ПАО «Московская Биржа» в котировальном списке Второго уровня с кодом SYNG.

Сведения о лицах, имеющих право распоряжаться 5 и более процентами ценных бумаг (по состоянию на дату составления списка лиц, имеющих право на участие в Годовом Общем собрании акционеров, – 10.05.2016):

- Полное фирменное наименование: TOTTENWELL LIMITED.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: CYPRUS, LIMASSOL, P.C. 4525, MONI, 8, THANOU KLEOVOULOU.
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **17,4**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **17,4**.
Количество акций, принадлежащих TOTTENWELL LIMITED, уменьшилось на 1,2%, по сравнению с предыдущим отчётным периодом.
TOTTENWELL LIMITED является организацией, подконтрольной Компании.
- Полное фирменное наименование: DEEPLINE CONSULTANTS LIMITED.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: THEMISTOCLES DERVIS STREET, 12, PALAIS D'IVOIRE, 1ST FLOOR, H/C/ 1066, NICISIA, CYPRUS.
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **6.46**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **6.46**.
- Полное фирменное наименование: SYNEXEC SECURITES LIMITED.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: 13 CASTLE STREET, ST HELIER, JERSEY JE4 0Z.
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **13,99**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **13,99**.
Количество акций, принадлежащих САЙНЕКСЭК СЕКЬЮРИТИЗ ЛИМИТЕД, уменьшилось на 0,4%, по сравнению с предыдущим отчётным периодом.
- Полное фирменное наименование: SWORD ENTERPRISES LIMITED.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: 13 CASTLE STREET, ST HELIER, JERSEY JE4 0Z.
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **14.35**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **14.35**.
- Полное фирменное наименование: NEW MINES CS INVESTMENTS LIMITED.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: GLADSTONOS 97, OASIS CENTER, BLOCK A, FLAT/OFFICE 102, 3030, LIMASSOL, CYPRUS
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **12,45**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **12,45**.
Количество акций, принадлежащих НЬЮ МАЙНС СИ-ЭС ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД (NEW MINES CS INVESTMENTS LIMITED), увеличилось на 0,08%, по сравнению с предыдущим отчётным периодом.
- Полное фирменное наименование: ABERDEEN GLOBAL.
Сокращённое фирменное наименование: -
Место нахождения: 2B RUE ALBERT BORSCHETTE L-1246 LUXEMBOURG.
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: **9,0225**.
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: **9,0225**.

Облигации в обращении

- Процентные документарные неконвертируемые облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением с возможностью досрочного погашения по номиналу.
- Документарные процентные неконвертируемые биржевые облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением с возможностью досрочного погашения по требованию владельцев биржевых облигаций.

	Серия БО-04
Государственный регистрационный номер	4B02-04-55052-Е от 26.07.2013
Биржа	ПАО «Московская Биржа»
Раздел списка	Третий уровень
Торговый код	RU000A0JVG89
Код ISIN	RU000A0JVG89
Объём выпуска по номиналу	2 млрд руб.
Номинальная стоимость одной облигации	1 000 руб.
Количество бумаг в выпуске	2 000 000 штук
Дата размещения	04.06.2015
Дата погашения	28.05.2020
Срок обращения	1820 дней
Количество купонов	Десять
Длительность купонного периода	182 дня

	Серия БО-05
Государственный регистрационный номер	4B02-05-55052-Е от 26.07.2013
Биржа	ПАО «Московская Биржа»
Раздел списка	Третий уровень
Торговый код	RU000A0JWFE0
Код ISIN	RU000A0JWFE0
Объём выпуска по номиналу	2 млрд руб.
Номинальная стоимость одной облигации	1 000 руб.
Количество бумаг в выпуске	2 000 000 штук
Дата размещения	19.05.2016
Дата погашения	29.04.2020 – срок погашения указан с учётом принятого Эмитентом решения о частичном досрочном погашении (Приказ от 27.04.2016 № 68-од)
Срок обращения	1820 дней
Количество купонов	Восемь
Длительность купонного периода	182 дня

Отчёт о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Компании

В течение 2016 г. дивиденды по обыкновенным именным акциям ПАО «Синергия» не начислялись и не выплачивались. Компания считает целесообразным реинвестировать всю нераспределённую прибыль и не планирует выплаты дивидендов. Таким образом, Компания выполняет свои стратегические планы по расширению продаж и увеличению рыночной доли, и акционеры Компании получают доход в виде увеличения стоимости акций.

Рейтинги ПАО «Синергия»

Рейтинговое агентство FITCH RATINGS

26.10.2016	Долгосрочный рейтинг дефолта эмитента в иностранной валюте: уровень «B+», Outlook Stable
26.10.2016	Долгосрочный рейтинг дефолта эмитента в национальной валюте: уровень «B+», Outlook Stable
26.10.2016	Национальный долгосрочный рейтинг: уровень «A-(rus)», Outlook Stable

Перечень совершённых в отчётном году крупных сделок

В отчётном году Компания не совершала сделок, признаваемых, в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах», крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых, в соответствии с Уставом ПАО «Синергия», распространяется порядок одобрения крупных сделок.

Перечень совершённых в отчётном году сделок, в осуществлении которых имеется заинтересованность

В отчётном году Компания не совершала сделок, признаваемых, в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах», сделками, в осуществлении которых имела заинтересованность.

Обзор сделок, совершённых подконтрольными юридическими лицами

Основной вид сделок, которые совершают ликёро-водочные заводы, являющиеся подконтрольными юридическими лицами ПАО «Синергия», – это сделки по получению банковских гарантий для производства и реализации алкогольной продукции. Условия, на которых заключаются данные сделки, являются рыночными. Компания не считает сделки по получению банковских гарантий существенными.

Информация об объёме каждого из использованных в отчётном году видов энергетических ресурсов

Компания потребляет электрическую и тепловую энергию в объёмах, обычно необходимых для нормального обеспечения функционирования административного аппарата. Компания арендует офисные помещения у третьего лица, и действующий договор аренды не предполагает выделения в сумме арендной платы отдельно суммы компенсации расходов арендодателя по оплате потреблённых энергоресурсов.

13. КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

ПАО «Синергия» прокладывает путь к оптимальной модели управления, ориентируясь на лучшую мировую практику, условия российского рынка и особенности своего бизнеса.

Для динамичной компании на развивающемся рынке система корпоративного управления не может оставаться статичной. Именно поэтому ПАО «Синергия» уделяет огромное внимание совершенствованию этой системы в интересах всех своих акционеров.

Корпоративное управление в ПАО «Синергия» строится на следующих принципах:

- стремление к максимально эффективному использованию активов Компании для получения экономической прибыли;
- неукоснительное соблюдение действующего законодательства;
- равное отношение ко всем акционерам Компании;
- прозрачность бизнеса, своевременное и полное раскрытие информации;
- внимание и уважение ко всем сторонам, заинтересованным в деятельности Компании.

Структура управления Компанией

Высшим органом управления в Компании является Общее собрание акционеров. Ему подотчётен Совет директоров, который осуществляет общее руководство деятельностью Компании, определяет приоритетные направления её деятельности и её стратегическое развитие. Исполнительными органами, подотчётными Совету директоров, являются Председатель Правления (единоличный исполнительный орган) и Правление (коллегиальный исполнительный орган), которые осуществляют оперативное управление Компанией. Дополнительный контроль над финансово-хозяйственной деятельностью Компании осуществляется со стороны отдела внутреннего аудита, комитета Совета директоров по аудиту, независимого аудитора и ревизионной комиссии.

Общее собрание акционеров

Акционеры ПАО «Синергия» участвуют в управлении Компанией путём голосования на Общем собрании акционеров, в соответствии с Федеральным законом от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»: акционеры – владельцы обыкновенных акций Компании могут участвовать в Общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции. В 2016 г. было проведено годовое Общее собрание акционеров.

Совет директоров

В состав Совета директоров Компании входит 7 человек, двое из них являются независимыми членами Совета директоров. Действовавший в течение 2016 г. состав Совета директоров был избран на годовых Общих собраниях акционеров ПАО «Синергия», состоявшихся 29 мая 2015 и 21 июня 2016 года.

Состав Совета директоров:

1. Белокопытов Николай Владимирович;
2. Гомзяков Андрей Александрович;
3. Завадников Валентин Георгиевич;
4. Купцов Сергей Александрович;
5. Малашенко Николай Геннадьевич;
6. Мечетин Александр Анатольевич;
7. Молчанов Сергей Витальевич.

Сергей Молчанов

Год рождения: 1976

Председатель Совета директоров, Заместитель Председателя Правления – операционный директор ПАО «Синергия»

На протяжении 15 лет работает на руководящих должностях в компаниях, входящих в группу ПАО «Синергия». Окончил экономический факультет Дальневосточного государственного университета по специальности «экономист». Обладает степенью бакалавра менеджмента, полученной в University of Maryland University College (США).

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) акциями ПАО «Синергия» не владел.

В течение отчётного года С.В. Молчановым совершены следующие сделки: приобретение 27 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 5 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 06.07.2016), отчуждение 59 800 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 17.10.2016).

Косвенно С.В. Молчанов владеет акциями Компании в размере 0,93% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,93%.

Конфликта интересов нет.

Николай Белокопытов

Год рождения: 1975

Заместитель Председателя Правления – финансовый директор ПАО «Синергия»

Работает на предприятиях, входящих в группу ПАО «Синергия», на протяжении 16 лет на руководящих должностях. Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета.

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,167% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,167%.

В течение отчётного года Н.В. Белокопытовым совершены следующие сделки: приобретение 27 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 3 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 27.07.2016), отчуждение 20 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 20.10.2016).

Косвенно Н.В. Белокопытов владеет акциями Компании в размере 0,93% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,93%.

Конфликта интересов нет.

Андрей Гомзяков

Год рождения: 1974

Независимый директор, Генеральный директор ООО «Мир продуктов», ЗАО «Ориент»

Окончил Финансово-экономический институт Дальневосточного государственного агротехнического университета, специальность «экономист-организатор».

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,001% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,001%.

В течение отчётного года А.А. Гомзяковым совершены следующие сделки: приобретение 2 250 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 2 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 19.08.2016).

Конфликта интересов нет.

Валентин Завадников

Год рождения: 1963

Независимый директор, Вице-президент Московской школы управления «Сколково»

В течение 10 лет (2002–2012) занимал должность председателя комитета Совета Федерации по промышленной политике.

Окончил Дальневосточное высшее инженерное морское училище им. адмирала Г. И. Невельского по специальности «Эксплуатация водного транспорта».

Акциями ПАО «Синергия» в течение отчётного периода не владел.

Конфликта интересов нет.

Сергей Купцов

Год рождения: 1973

Директор Инвестиционного департамента ПАО «Синергия»

Работает в ПАО «Синергия» на протяжении 16 лет. Ранее занимал руководящие должности в компании ТАЙГЕР СЕКЬЮРИТИЗ в г. Владивостоке.

Окончил Дальневосточный государственный университет, физический факультет. Обладает квалификационным аттестатом ФСФР России серии 1.0.

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,13% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,13%.

В течение отчётного года С.А. Купцовым совершены следующие сделки: приобретение 27 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 1 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 18.07.2016), отчуждение 5 000 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 19.08.2016), отчуждение 6 900 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 08.11.2016).

Косвенно С.А. Купцов владеет акциями Компании в размере 0,13% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,13%.

Конфликта интересов нет.

Николай Малашенко

Год рождения: 1974

Директор Правового департамента ПАО «Синергия»

Возглавляет Правовой департамент ПАО «Синергия» с 2004 года. Ранее занимал различные руководящие должности в АО «Синергия-Восток».

Окончил Дальневосточный государственный университет по специальностям «Юриспруденция» и «Финансовый менеджмент».

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,002% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,002%. В течение отчётного года Н.Г. Малашенко совершены следующие сделки: приобретение 13 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 6 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 14.04.2016), отчуждение 6 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 19.08.2016).

Конфликта интересов нет.

Александр Мечетин

Год рождения: 1975

Председатель Правления ПАО «Синергия»

Является основателем Группы компаний «Синергия» и руководителем Компании на протяжении 17 лет.

Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета, а также юридический факультет Дальневосточного государственного университета. В 2001 г. защитил кандидатскую диссертацию по экономике на тему «Организационно-экономическое обеспечение реформирования предприятий в переходный период». Имеет степень EMBA Оксфордского университета.

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,167% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,167%.

В течение отчётного года А.А. Мечетин совершены следующие сделки: приобретение 112 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 112 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 13.04.2016), отчуждение 51 324 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 08.12.2016).

Косвенно А.А. Мечетин владеет акциями Компании в размере 28,33% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 28,33%.

Конфликта интересов нет.

В 2016 г. было проведено 6 заседаний Совета директоров (пять заседаний проведены в форме совместного присутствия членов Совета директоров Общества для обсуждения вопросов повестки дня и принятия решений по ним, одно – в форме заочного голосования), на которых рассматривались вопросы по утверждению регистратора Общества, подготовке, созыву и проведению годового Общего собрания акционеров, избранию Председателя Совета директоров, членов комитетов Совета директоров и членов Правления, одобрению сделок, утверждению внутренних документов Общества, признанию независимым члена Совета директоров Общества и другие вопросы. В работе каждого из заседаний Совета директоров, проведённых в 2016 г., члены Совета директоров приняли участие в полном составе.

Совет директоров оценивает свою деятельность в 2016 г. как разумную, добросовестную и эффективную, которая осуществлялась в рамках обычного предпринимательского риска, с учётом равного отношения к акционерам общества.

Комитеты Совета директоров

В Совете директоров сформированы четыре комитета: по аудиту, по стратегическому планированию, по кадрам и вознаграждениям и финансовый комитет. Комитеты проводят предварительное рассмотрение наиболее важных вопросов, связанных с управлением Компанией, и выносят свои рекомендации на заседания Совета директоров.

Комитет по аудиту Совета директоров Компании (далее – Комитет по аудиту) – обеспечивает фактическое участие Совета директоров в осуществлении контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Компании. В своей работе Комитет по аудиту исходит из того, что профессиональная осведомлённость членов Совета директоров в отношении финансово-хозяйственной деятельности Компании необходима для того, чтобы Совет директоров мог

осуществлять контроль за исполнением бюджетов (финансово-хозяйственных планов) Компании и эффективностью работы системы внутреннего контроля и управления рисками Компании.

Исключительными функциями Комитета являются:

- контроль за обеспечением полноты, точности и достоверности финансовой отчётности Общества, в том числе надзор за полнотой и достоверностью налогового, бухгалтерского и управленческого учёта в Обществе; анализ отчётности Группы компаний «Синергия», подготовленной по Международным стандартам финансовой отчётности;
- контроль за надёжностью и эффективностью функционирования системы управления рисками и внутреннего контроля, в том числе оценка эффективности процедур внутреннего контроля Общества и подготовка предложений по их совершенствованию;
- обеспечение независимости и объективности осуществления функций внутреннего и внешнего аудита, в том числе оценка кандидатов в аудиторы Общества, оценка заключения аудитора, надзор за эффективностью работы структурного подразделения, осуществляющего функции внутреннего аудита Общества.

Цели и задачи Комитета по аудиту и порядок взаимодействия с органами Компании закреплены в Положении о Комитете по аудиту Совета директоров ПАО «Синергия». Комитет должен состоять только из членов Совета директоров, являющихся независимыми директорами, в соответствии с критериями независимости, установленными правилами листинга фондовой биржи, на которой торгуются бумаги Общества, а если это невозможно в силу объективных причин – из независимых директоров и членов Совета директоров, не являющихся единоличным исполнительным органом Общества и (или) членами коллегиального исполнительного органа Общества. Возглавляется независимым директором.

Персональный состав Комитета по аудиту:

- Андрей Гомзяков (Председатель Комитета, независимый директор);
- Валентин Завадников (независимый директор);
- Сергей Купцов.

Комитет по стратегическому планированию Совета директоров Компании (далее – Комитет по стратегическому планированию) – обеспечивает определение стратегических целей, разработку приоритетных направлений деятельности Компании, в том числе бизнес-планирование, разработку бюджетов и иных планов финансово-хозяйственной деятельности Компании на долгосрочную и текущую перспективу.

Цели, задачи и функции Комитета по стратегическому планированию и порядок взаимодействия с органами Компании закреплены в Положении о Комитете по стратегическому планированию Совета директоров ПАО «Синергия».

Персональный состав Комитета по стратегическому планированию:

- Сергей Молчанов (Председатель Комитета);
- Александр Мечетин;
- Николай Белокопытов.

Комитет по кадрам и вознаграждениям Совета директоров Компании (далее – Комитет по кадрам и вознаграждениям) – обеспечивает привлечение к управлению Компанией квалифицированных специалистов и создание необходимых стимулов для их успешной работы.

Цели, задачи и функции Комитета по кадрам и вознаграждениям и порядок его взаимодействия с органами Компании закреплены в Положении о Комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия». Комитет по кадрам и вознаграждениям должен состоять из независимых директоров, в соответствии с критериями независимости, установленными правилами листинга фондовой биржи, на которой торгуются бумаги Общества, а если это невозможно в силу объективных причин – большинство членов Комитета должны составлять независимые директора, а остальными членами Комитета могут быть члены Совета директоров, не являющиеся единоличным исполнительным органом и (или) членами коллегиального исполнительного органа Общества. Возглавляется независимым директором.

Персональный состав Комитета по кадрам и вознаграждениям:

- Андрей Гомзяков (Председатель Комитета, независимый директор);

- Сергей Молчанов;
- Сергей Купцов.

Финансовый комитет Совета директоров Компании (далее – Финансовый комитет) – обеспечивает предварительное рассмотрение материалов, касающихся сделок Компании, которые являются для Компании крупными сделками и/или сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, решения об одобрении которых принимает Совет директоров. Целью создания Финансового комитета является разработка и представление рекомендаций, консультирование Совета директоров Общества по вопросам одобрения сделок. Задачи и функции Финансового комитета и порядок его взаимодействия с органами Компании закреплены в Положении о Финансовом комитете Совета директоров ПАО «Синергия».

Персональный состав Финансового комитета:

- Николай Белокопытов (Председатель Финансового комитета);
- Сергей Купцов;
- Николай Малашенко.

Исполнительные органы ПАО «Синергия»

Исполнительные органы ПАО «Синергия» действуют в интересах Компании и его акционеров, подотчётны Общему собранию акционеров и Совету директоров.

Правление

Правление вырабатывает хозяйственную политику Компании, координирует работу служб и подразделений аппарата Компании, принимает решения по важнейшим вопросам текущей хозяйственной деятельности.

Правление действует на основании Устава Компании, утверждённого Общим собранием акционеров Компании, Положения о коллегиальном исполнительном органе (Правлении) ПАО «Синергия» и иных внутренних документов Компании. В соответствии с Уставом ПАО «Синергия» количественный состав Правления Компании определяется Советом директоров и составляет не менее 4 (четырёх) человек. Действующий состав Правления был назначен Советом директоров 28 июня 2016 г. (Протокол № 151 от 28.06.2016). До проведения годового Общего собрания акционеров ПАО «Синергия» 21 июня 2016 г. Правление осуществляло деятельность в аналогичном составе.

Состав Правления

Елена Ким

Год рождения: 1976

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владела акциями ПАО «Синергия» в размере 0,006% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,006%.

Александр Прокопьев

Год рождения: 1948

Советник Председателя Правления по безопасности ПАО «Синергия»

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,008% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,008%.

Олег Ясенов

Год рождения: 1981

Директор по маркетингу ПАО «Синергия»

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0%.

В течение отчётного года О.И. Ясеновым совершены следующие сделки: приобретение 4 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 10 800 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 06.09.2016).

Председатель Правления

Александр Мечетин

Год рождения: 1975

Председатель Правления Компании назначается на должность Общим собранием акционеров сроком на 5 (пять) лет. Внеочередным Общим собранием акционеров от 16 декабря 2014 г. Председателем Правления назначен Александр Мечетин, начиная с 18 декабря 2014 года.

Права и обязанности, ответственность и оплата труда Председателя Правления определяются договором, заключаемым с ним Компанией.

А.А. Мечетин является основателем группы ПАО «Синергия» и руководителем Компании на протяжении 17 лет.

Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета, а также юридический факультет Дальневосточного государственного университета. В 2001 г. защитил кандидатскую диссертацию по экономике на тему «Организационно-экономическое обеспечение реформирования предприятий в переходный период». Имеет степень EMBA Оксфордского университета.

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,167% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,167%.

В течение отчётного года А.А. Мечетиным совершены следующие сделки: приобретение 112 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 112 500 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 13.04.2016), отчуждение 51 324 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 08.12.2016).

Косвенно А.А. Мечетин владеет акциями Компании в размере 28,33 % уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 28,33 %.

Конфликта интересов нет.

Работа исполнительных органов оценивается Компанией как эффективная. При исполнении своих обязанностей Правление и Председатель Правления руководствовались законодательством Российской Федерации, положениями Устава Общества, Положения о Правлении и указаниями Совета директоров Общества.

Общий размер вознаграждения (компенсации расходов) лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа, членов коллегиального исполнительного органа и членов Совета директоров Компании

Между ПАО «Синергия» и лицом, исполняющим обязанности единоличного исполнительного органа, заключён трудовой договор, в котором определён размер вознаграждения, получаемого этим лицом.

Члены коллегиального исполнительного органа ПАО «Синергия» вознаграждения и компенсации за исполнение своих обязанностей не получают.

Члены Совета директоров ПАО «Синергия» получают вознаграждение (компенсации расходов) в соответствии с Положением о вознаграждении членов Совета директоров ПАО «Синергия».

В течение 2016 г. и по итогам 2016 г. решения о выплате вознаграждения (компенсации расходов) лицам, занимающим должность единоличного исполнительного органа, членов коллегиального исполнительного органа и членов Совета директоров Компании, не принимались, выплаты не осуществлялись.

Сведения о размере вознаграждения по каждому из органов управления (за исключением физического лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа управления эмитента)

Совет директоров, тыс. рублей

Наименование показателя	2016
Заработная плата	43 430
Премии	9 140
<i>ИТОГО</i>	52 570

Коллегиальный исполнительный орган, тыс. рублей

Наименование показателя	2016
Заработная плата	128 916
Премии	38 207
<i>ИТОГО</i>	167 123

Корпоративный секретарь

К функциям Корпоративного секретаря относятся:

- участие в организации подготовки и проведения общих собраний акционеров Общества;
- обеспечение работы Совета директоров и комитетов Совета директоров;
- участие в реализации политики Общества по раскрытию информации, а также обеспечение хранения корпоративных документов Общества;
- обеспечение взаимодействия Общества с его акционерами и участие в предупреждении корпоративных конфликтов;
- обеспечение взаимодействия Общества с органами регулирования, организаторами торговли, регистратором, иными профессиональными участниками рынка ценных бумаг, в рамках полномочий, закреплённых за Корпоративным секретарём;
- обеспечение реализации установленных законодательством и внутренними документами Общества процедур, обеспечивающих реализацию прав и законных интересов акционеров и контроль за их исполнением;
- незамедлительное информирование Совета директоров обо всех выявленных нарушениях законодательства, а также положений внутренних документов Общества, соблюдение которых относится к функциям Корпоративного секретаря;
- участие в совершенствовании системы и практики корпоративного управления Общества.

Корпоративным секретарём назначен Дмитрий Тимошин – начальник отдела корпоративного права ПАО «Синергия» [на основании приказа Председателя Правления №19 от 30.09.2016, решения Совета директоров от 30.09.2016 (протокол №152 от 04.10.2016)].

Имеет высшее юридическое образование: окончил Академию народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации.

По состоянию на конец отчётного периода (31.12.2016) акциями ПАО «Синергия» не владел.

В течение отчётного года Д.А. Тимошиным совершены следующие сделки: приобретение 3 375 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 01.03.2016), отчуждение 3 375 обыкновенных именных акций Компании (дата совершения сделки – 19.08.2016).

Аудитор Компании

Аудитором Компании на годовом Общем собрании акционеров Компании, проведённом 21 июня 2016 г., избрано Общество с ограниченной ответственностью «Бейкер Тилли Русаудит» (место нахождения: 127015, г. Москва, ул. Новодмитровская, д. 5а, стр. 8, ИНН 7716044594, ОГРН 1037700117949). Является членом Саморегулируемой организации аудиторов Ассоциация «Содружество», место нахождения: Российская Федерация, город Москва.

Порядок выбора Аудитора Компании: кандидатуры возможных аудиторов выдвигаются Советом директоров для их утверждения на Общем собрании акционеров.

Размер вознаграждения Аудитора: за проведение независимой проверки бухгалтерской (финансовой) отчётности по РСБУ за 2016 г. Аудитору Эмитентом было выплачено 370 тыс. рублей; за проведение независимой проверки консолидированной финансовой отчётности Общества в соответствии с Международными стандартами финансовой отчётности (МСФО) – 8 000 тыс. рублей.

Результаты оценки Комитетом по аудиту эффективности процесса поведения внешнего и внутреннего аудита

Внутренний аудит

В соответствии с Политикой в области внутреннего аудита ПАО «Синергия», основная цель внутреннего аудита (в том числе отдела внутреннего аудита) заключается в обеспечении эффективности функционирования всех видов деятельности на всех уровнях управления, а также в защите законных интересов Общества и её акционеров.

Основной задачей внутреннего аудита (в том числе отдела внутреннего аудита) является оказание содействия Совету директоров и исполнительным органам Общества в повышении эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля, корпоративного управления Общества, посредством оценок их адекватности, представления необходимых заключений и рекомендаций по совершенствованию, а также проведения соответствующих мероприятий, направленных на проверку обеспечения:

- полноты и достоверности бухгалтерской, статистической, управленческой и иной отчётности Общества;
- соблюдения нормативных правовых актов Российской Федерации, решений органов управления Общества и локальных нормативных документов (актов) Общества;
- сохранности активов Общества;
- защиты прав и законных интересов акционеров Общества;
- эффективности осуществления бизнес-процессов Общества;
- защиты информационных систем;
- эффективности и экономичности использования ресурсов Общества.

Функциями внутреннего аудита являются:

- оценка эффективности системы внутреннего контроля;
- оценка эффективности системы управления рисками;
- оценка корпоративного управления.

По результатам анализа деятельности отдела внутреннего аудита за 2016 финансовый год Комитет по аудиту считает организацию и процесс выполнения функций и результаты деятельности отдела внутреннего аудита удовлетворительными.

Внешний аудит

Внешний аудит ПАО «Синергия» за 2016 финансовый год по консолидированной отчётности по МСФО и индивидуальной отчётности по российским стандартам бухгалтерского учёта был проведён независимой аудиторской компанией ООО «Бейкер Тилли Русаудит», входящей в международную аудиторско-консалтинговую сеть BAKER TILLY INTERNATIONAL. Стандарты качества данной сети и компаний, входящих в неё, признаны во всем мире.

Комитет по аудиту Компании считает организацию процесса проведения аудиторских проверок эффективной, результаты удовлетворительными.

Раскрытие информации и отношения с акционерами и инвесторами

ПАО «Синергия» ценит свои отношения с институциональными частными инвесторами и стремится к максимальной прозрачности своей деятельности. Диалог с инвесторами – процесс, который Компания ведёт на каждодневной основе.

Помощь Правлению и Совету директоров в общении с акционерами и инвестиционным сообществом в целом оказывает внутренний Департамент по связям с инвесторами. Департамент поддерживает регулярные контакты с институциональными инвесторами и аналитиками инвестиционных компаний и регулярно проводит исследование мнений инвесторов о работе Компании. Раскрытие полугодовых и годовых финансовых результатов Компании сопровождается прямым общением инвесторов с руководителями «Синергии» в формате телефонных и интернет-конференций.

На сайте ПАО «Синергия» работает постоянно обновляемый раздел для инвесторов, который содержит новости, касающиеся обращения ценных бумаг Компании на рынке, презентации, раскрытие финансовых результатов и информацию о корпоративном управлении.

Сведения о соблюдении ПАО «Синергия» Кодекса корпоративного управления

В своей практике ПАО «Синергия» планирует активно применять положения Кодекса корпоративного управления, рекомендованного к применению письмом Банка России от 10.04.2014 № 06-52/2463 «О Кодексе корпоративного управления», с целью повышения привлекательности Компании для существующих и потенциальных инвесторов.

В отчётном периоде осуществлялась работа по выявлению новелл Кодекса корпоративного управления, требующих реализации в практике корпоративного управления ПАО «Синергия», а также подготовка к применению Компанией рекомендаций Кодекса корпоративного управления.

Отчёт о соблюдении принципов корпоративного управления, закреплённых Кодексом корпоративного управления, планируемые (предполагаемые) действия и мероприятия Компании по совершенствованию модели и практики корпоративного управления приведены в Приложении к настоящему к годовому отчёту.

14. ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА

Управление рисками

Успешное достижение стратегических целей ПАО «Синергия» невозможно без своевременной идентификации и эффективного управления существующими и потенциальными рисками. Управление рисками и внутренний контроль способствуют достижению стратегических целей наиболее эффективными способами, позволяют поддерживать высокое качество управления Компанией.

Система управления рисками и внутреннего контроля основана на взаимодействии органов управления Компании, её структурных подразделений и отдельных сотрудников и разграничении

их компетенции. Контроль риска включает в себя все меры, направленные на своевременное выявление риска с целью его снижения или исключения. Способами его осуществления являются внутренний аудит, внешний аудит и внутренний контроль.

Совет директоров эффективность системы управления рисками и внутреннего контроля Компании оценивает как удовлетворительную.

Экономические риски

Риски снижения спроса

Основным рыночным риском является снижение рыночного спроса на продукцию Компании, прежде всего на водку. Изменение предпочтений потребителей в пользу других алкогольных напитков и развитие государственных программ в области здравоохранения могут привести к снижению спроса на водку.

Управление рисками снижения спроса

Компания выстроила систему исследования спроса во всех сегментах своей продукции, которая позволяет быстро реагировать на возможные колебания спроса. ПАО «Синергия» ожидает, что вероятное снижение спроса на водку коснётся, прежде всего, нелегальной продукции и дешёвого ценового сегмента. Диверсифицированный портфель брендов Компании во многом защищает её от колебаний спроса в различных ценовых сегментах. Динамика спроса в приоритетных для Компании водочных премиальных сегментах сильно отличается от динамики спроса на водку в целом, и Компания прогнозирует активный рост в этом сегменте.

Для поддержания и развития спроса покупателей на продукцию «Синергия» регулярно производит обновление (рестайлинг) собственных брендов.

Помимо направленности Компании на премиумизацию продаж собственной продукции, «Синергия» активно диверсифицируется и выходит в другие премиальные сегменты крепкого алкоголя. Так, в рамках развития своего портфеля торговых марок, Компания расширила линейку, выпустила собственный бренд виски, запустила своё семейство настоек и бальзамов.

Риски колебания цен на ресурсы

Повышение выше ожидаемого цен на используемые в производстве ресурсы может негативно отразиться на результатах Компании из-за увеличения себестоимости продукции и повышения расходов на логистику.

Дополнительными факторами риска, связанными с ресурсами, являются своевременность и объёмы поставок сырья.

Управление рисками колебания цен на ресурсы

ПАО «Синергия» отслеживает инфляционную динамику всех используемых Компанией ресурсов, минимизирует риски колебания цен на ресурсы путём заключения долгосрочных соглашений с поставщиками, оптимизации процесса закупок и эффективного управления запасами, а также собственной проактивной ценовой политикой.

Финансовые риски

К финансовым рискам Компания относит кредитные риски покупателей и банков-контрагентов, колебания процентной ставки, риски недостаточной ликвидности, а также риски нарушения условий кредитных договоров (ковенант). Риски колебания валютных курсов являются незначительными, так как Компания не совершает существенных по объёмам транзакций с зарубежными контрагентами.

Информация о финансовых рисках и усилиях Компании по их минимизации содержится в примечаниях к консолидированной финансовой отчётности (пункт 27 «Управление финансовыми рисками»).

Производственные риски

Технологические риски

ПАО «Синергия» осуществляет инвестиционную программу, направленную на увеличение производственных мощностей, повышение производительности, снижение себестоимости и поддержание качества продукции при растущих масштабах производства. Установка, запуск и поддержание оборудования в рабочем состоянии – задача, на решение которой затрачиваются значительные внутренние и внешние инженерные ресурсы. Недочёты в процессе проектирования и установки оборудования могут приводить к срыву производственных планов и увеличению издержек Компании. Ухудшение технического состояния оборудования может привести к нарушению стандартов качества продукции.

Управление технологическими рисками

Для снижения технологических рисков Компания выстроила систему планово-предупредительных ремонтов и мониторинга качества продукции. Действует программа планомерной модернизации оборудования во избежание чрезмерного износа. Для снижения технологических рисков ПАО «Синергия» тщательно выбирает поставщиков оборудования и заключает долгосрочные сервисные соглашения.

Компания осуществляет программу страхования основных средств, соответствующую отраслевым стандартам. Уровень подготовки технического персонала регулярно оценивается и повышается при помощи различных тренингов и образовательных программ.

Риски потери квалифицированного персонала

Конкурентные условия на рынке труда создают риск потери Компанией ключевых навыков и компетенций при уходе персонала. Также существует риск невозможности найти новый квалифицированный персонал, необходимый для поддержания и расширения деятельности Компании.

15. КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

По разделу 15 единица измерения млн.руб.

Консолидированный отчёт о совокупном доходе

	2016 год	2015 год
Чистая выручка	35 903	30 706
Себестоимость	(21 385)	(18 033)
Валовая прибыль	14 518	12 673
Общехозяйственные и административные расходы	(2 478)	(2 582)
Коммерческие расходы	(9 346)	(8 260)
Прочие доходы/(расходы)	(208)	278
Операционная прибыль	2 486	2 109
Доля в прибыли ассоциированных компаний	6	–
Чистые затраты на финансирование	(2 039)	(1 737)
Прибыль до налогообложения	453	372
Налог на прибыль	(178)	(131)
Чистая прибыль и совокупный доход за период	275	241
Приходящийся на:		
основных акционеров Компании	237	210
долю неконтролирующих акционеров	38	31
Базовая прибыль на акцию, руб.	13,79	12,21

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЁТ О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ

	31 декабря 2016 года	31 декабря 2015 года
АКТИВЫ		
Долгосрочные активы		
Основные средства	6 579	6 724
Гудвил	230	235
Инвестиции в ассоциированные компании	706	700
Нематериальные активы	8 653	7 228
Прочие долгосрочные активы	115	102
Отложенные налоговые активы	610	478
Всего долгосрочные активы	16 893	15 467
Краткосрочные активы		
Запасы	8 789	7 137
Биологические активы	274	281
Торговая и прочая дебиторская задолженность	10 252	10 970
Авансы выданные	509	576
Авансовые платежи по налогу на прибыль	25	61
Активы, предназначенные для продажи	241	-
Денежные средства и их эквиваленты	1 010	1 161
Всего краткосрочные активы	21 100	20 186
ВСЕГО АКТИВЫ	37 993	35 653
СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Капитал и резервы		
Уставный капитал	2 495	2 495
Собственные акции, выкупленные у акционеров	(770)	(773)
Эмиссионный доход	5 532	5 582
Нераспределённая прибыль	11 505	11 268
Итого капитал, приходящийся на долю акционеров ПАО «Синергия»	18 762	18 572
Доля неконтролирующих акционеров	691	689
Всего капитал и резервы	19 453	19 261
Долгосрочные обязательства		
Кредиты и облигации	6 123	5 647
Отложенные налоговые обязательства	845	555
Всего долгосрочные обязательства	6 968	6 202
Краткосрочные обязательства		
Кредиты и облигации	2 930	2 802
Торговая и прочая кредиторская задолженность	8 423	7 326
Задолженность по налогу на прибыль	219	62
Всего краткосрочные обязательства	11 572	10 190
ВСЕГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	37 993	35 653

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЁТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В КАПИТАЛЕ

	Уставный капитал	Собственные акции	Эмиссионный доход	Нераспределенная прибыль	Итого собственный капитал	Доля неконтролирующих акционеров	Всего
Сальдо на 31 декабря 2014 года	2 495	(785)	5 572	11 127	18 409	735	19 144
Прочие изменения доли неконтролирующих акционеров	—	—	—	—	—	(57)	(57)
Дивиденды, начисленные неконтролирующим акционерам дочерних компаний	—	—	—	—	—	(20)	(20)
Отделение прочих резервов от эмиссионного дохода и включение их в состав нераспределенной прибыли	—	—	69	(69)	—	—	—
Выплаты, основанные на акциях	—	27	103	—	130	—	130
Выкуп собственных акций	—	(15)	(162)	—	(177)	—	(177)
Итого изменения, не отраженные в чистой прибыли	—	12	10	(69)	(47)	(77)	(124)
Совокупный доход за период	—	—	—	210	210	31	241
Сальдо на 31 декабря 2015 года	2 495	(773)	5 582	11 268	18 572	689	19 261
Прочие изменения доли неконтролирующих акционеров	—	—	—	—	—	(30)	(30)
Приобретения предприятий	—	—	—	—	—	(6)	(6)
Выплаты, основанные на акциях	—	33	99	—	132	—	132
Выкуп собственных акций	—	(30)	(149)	—	(179)	—	(179)
Итого изменения, не отраженные в чистой прибыли	—	3	(50)	—	(47)	(36)	(83)
Совокупный доход за период	—	—	—	237	237	38	275
Сальдо на 31 декабря 2016 года	2 495	(770)	5 532	11 505	18 762	691	19 453

КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЁТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

	2016 год	2015 год
Поток денежных средств от операционной деятельности		
Прибыль до налогообложения и затрат на финансирование	2 486	2 109
Поправки:		
Амортизация основных средств и нематериальных активов	726	776
(Прибыль)/убыток от выбытия основных средств	8	(363)
Выплаты, основанные на акциях	132	130
Обесценение Гудвила	5	-
(Прибыль) от изменения справедливой стоимости биологических активов	15	13
Прочие неденежные операции	23	97
Изменения в оборотном капитале:		
(Увеличение)/уменьшение запасов и биологических активов	(1 643)	(1 773)
(Увеличение)/уменьшение дебиторской задолженности	775	2 035
Увеличение/(уменьшение) кредиторской задолженности	(363)	1 070
Поток денежных средств от операционной деятельности	2 164	4 094
Проценты уплаченные	(2 004)	(1 918)
Налог на прибыль уплаченный	(63)	(109)
Чистый поток денежных средств от операционной деятельности	97	2 067
Поток денежных средств от инвестиционной деятельности		
Приобретение дочерних компаний и ассоциированных компаний	16	(700)
Приобретение основных средств и нематериальных активов	(579)	(639)
Выбытие основных средств и нематериальных активов	79	394
Чистый поток денежных средств от инвестиционной деятельности	(484)	(945)
Поток денежных средств от финансовой деятельности		
Выкуп собственных акций	(179)	(177)
Дивиденды, выплаченные неконтролирующим акционерам	-	(21)
Поступления от кредитов и облигаций	37 532	30 351
Погашение кредитов и облигаций	(37 117)	(30 596)
Чистый поток денежных средств от финансовой деятельности	236	(443)
Чистое увеличение/(уменьшение) денежных средств	(151)	679
Денежные средства и эквиваленты на начало года	1 161	482
Денежные средства и эквиваленты на конец года	1 010	1 161

РАСЧЁТ ПОКАЗАТЕЛЯ EBITDA (НЕАУДИРОВАННЫЙ) *

	2016 год	2015 год
Чистая прибыль	275	241
Налог на прибыль	178	131
Чистые финансовые расходы	2 039	1 737
Амортизация	726	776
EBITDA	3 218	2 885

* Значение EBITDA рассчитывается как чистая прибыль перед выплатой процентов, налогов и амортизации. Маржа по EBITDA представляет собой частное от EBITDA к сумме выручки.

Компания рассчитывает значение EBITDA, так как считает, что оно является важным дополнительным показателем операционной деятельности.

Показатель EBITDA как аналитический инструмент имеет свои ограничения в использовании и не должен рассматриваться в отрыве или вместо показателей, рассчитанных в соответствии с МСФО. Кроме того, прочие компании могут рассчитывать этот показатель другим образом, ограничивая его возможности как инструмента сравнения.

Параметр EBITDA также не должен рассматриваться как альтернатива денежному потоку от операционной деятельности или как показатель ликвидности.

16. ПРИЛОЖЕНИЕ

Отчёт о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления

О Т Ч Ё Т о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления (далее – Кодекс)

№ п/п	Принципы корпоративного управления	Критерии оценки соблюдения принципа корпоративного управления	Статус соответствия принципу корпоративного управления	Объяснения отклонения от критериев оценки соблюдения принципа корпоративного управления
1.1	Общество должно обеспечивать равное и справедливое отношение ко всем акционерам при реализации ими права на участие в управлении обществом			
1.1.1	Общество создаёт для акционеров максимально благоприятные условия для участия в Общем собрании, условия для выработки обоснованной позиции по вопросам повестки дня Общего собрания, координации своих действий, а также возможность высказать своё мнение по рассматриваемым вопросам	<p>1. В открытом доступе находится внутренний документ Общества, утверждённый Общим собранием акционеров и регламентирующий процедуры проведения Общего собрания.</p> <p>2. Общество предоставляет доступный способ коммуникации с Обществом, такой как «горячая линия», электронная почта или форум в Интернете, позволяющий акционерам высказать своё мнение и направить вопросы в отношении повестки дня в процессе подготовки к проведению Общего собрания. Указанные действия предпринимались Обществом накануне каждого Общего собрания, прошедшего в отчётный период</p>	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	<p>Положение о проведении Общего собрания акционеров Компании находится в открытом доступе: размещено в сети Интернет по адресам, используемым ПАО «Синергия» для раскрытия информации: http://www.e-disclosure.ru/portal/company.aspx?id=7380; http://www.sygroup.ru/investor_center/</p> <p>Общество предоставляет доступный способ коммуникации с Обществом, такой как электронная почта.</p> <p>Контакты для инвесторов размещены на сайте ПАО «Синергия» в сети Интернет, а именно: ir@sygroup.ru, TimoshinDA@sygroup.ru</p>

1.1.2	Порядок сообщения о проведении Общего собрания и предоставления материалов к Общему собранию даёт акционерам возможность надлежащим образом подготовиться к участию в нём	<p>1. Сообщение о проведении Общего собрания акционеров размещено (опубликовано) на сайте в сети Интернет не менее чем за 30 дней до даты проведения Общего собрания.</p> <p>2. В сообщении о проведении собрания указано место проведения собрания и документы, необходимые для допуска в помещение.</p> <p>3. Акционерам был обеспечен доступ к информации о том, кем предложены вопросы повестки дня и кем выдвинуты кандидатуры в Совет директоров и ревизионную комиссию общества</p>	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
1.1.3	В ходе подготовки и проведения Общего собрания акционеры имели возможность беспрепятственно и своевременно получать информацию о собрании и материалы к нему, задавать вопросы исполнительным органам и членам Совета директоров Общества, общаться друг с другом	<p>1. В отчётном периоде акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества накануне и в ходе проведения годового Общего собрания.</p> <p>2. Позиция Совета директоров (включая внесённые в протокол особые мнения) по каждому вопросу повестки общих собраний, проведённых в отчётный период, была включена в состав материалов к Общему собранию акционеров.</p> <p>3. Общество предоставляло акционерам, имеющим на это право, доступ к списку лиц, имеющих право на участие в Общем собрании, начиная с даты получения его Обществом, во всех случаях проведения общих собраний в отчётном периоде</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	<p>В отчётном периоде акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам Совета директоров Общества накануне и в ходе проведения годового Общего собрания. Акционеры, имеющие на это право, могли получить информацию по списку лиц, имеющих право на участие в Общем собрании, определённую законодательством. Вопросы повестки дня общих собраний акционеров, проведённых в 2016 г., утверждены членами Совета директоров при созыве собраний. Особые мнения отсутствуют, поэтому в состав материалов к собранию данная информация не включалась</p>

1.1.4	Реализация права акционера требовать созыва Общего собрания, выдвигать кандидатов в органы управления и вносить предложения для включения в повестку дня Общего собрания не была сопряжена с неоправданными сложностями	<p>1. В отчётном периоде акционеры имели возможность в течение не менее 60 дней после окончания соответствующего календарного года, вносить предложения для включения в повестку дня годового Общего собрания.</p> <p>2. В отчётном периоде Общество не отказывало в принятии предложений в повестку дня или кандидатур в органы Общества по причине опечаток и иных несущественных недостатков в предложении акционера</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Пункт 5 статьи 2 Положения о порядке подготовки и проведения Общего собрания акционеров Компании предусматривает срок для направления акционерами предложений о внесении вопросов в повестку дня годового Общего собрания акционеров и предложений о выдвижении кандидатов в органы управления и иные органы Общества, избираемых на годовом Общем собрании акционеров, должны поступить в Общество не позднее чем через 30 дней после окончания финансового года. От акционеров предложения в повестку дня или кандидатур в органы Общества в отчётном году не поступали
1.1.5	Каждый акционер имел возможность беспрепятственно реализовать право голоса самым простым и удобным для него способом	Внутренний документ (внутренняя политика) Общества содержит положения, в соответствии с которыми каждый участник Общего собрания может до завершения соответствующего собрания потребовать копию заполненного им бюллетеня, заверенного счётной комиссией	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Внутренние документы Компании данного положения не содержат, но на практике акционерам предоставляются копии заполненных бюллетеней, если в ходе проведения Общего собрания акционеров от акционера поступает просьба об их предоставлении
1.1.6	Установленный Обществом порядок ведения Общего собрания обеспечивает равную возможность всем лицам, присутствующим на собрании, высказать своё мнение и задать	1. При проведении в отчётном периоде общих собраний акционеров в форме собрания (совместного присутствия акционеров) предусматривалось достаточное время для докладов по вопросам повестки дня и время для обсуждения этих вопросов	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Лица, присутствующие на Общих собраниях акционеров Компании, имеют равные возможности для высказывания своего мнения и получения ответов на интересующие их вопросы. Кандидаты в органы управления доступны

	интересующие их вопросы	<p>2. Кандидаты в органы управления и контроля Общества были доступны для ответов на вопросы акционеров на собрании, на котором их кандидатуры были поставлены на голосование.</p> <p>3. Советом директоров при принятии решений, связанных с подготовкой и проведением общих собраний акционеров, рассматривался вопрос об использовании телекоммуникационных средств для предоставления акционерам удалённого доступа для участия в общих собраниях в отчётном периоде</p>		<p>для ответов на вопросы акционеров.</p> <p>Компания планирует использовать на годовом Общем собрании акционеров в 2017 г. телекоммуникационные средства связи</p>
--	-------------------------	--	--	---

1.2	Акционерам предоставлена равная и справедливая возможность участвовать в прибыли Общества посредством получения дивидендов			
1.2.1	Общество разработало и внедрило прозрачный и понятный механизм определения размера дивидендов и их выплаты	<p>1. В Обществе разработана, утверждена Советом директоров и раскрыта дивидендная политика.</p> <p>2. Если дивидендная политика Общества использует показатели отчётности Общества для определения размера дивидендов, то соответствующие положения дивидендной политики учитывают консолидированные показатели финансовой отчётности</p>	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
1.2.2	Общество не принимает решения о выплате дивидендов, если такое решение, формально не нарушая ограничений, установленных законодательством, является экономически не обоснованным и может привести к формированию ложных представлений о деятельности Общества	1. Дивидендная политика Общества содержит чёткие указания на финансовые/экономические обстоятельства, при которых Обществу не следует выплачивать дивиденды	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
1.2.3	Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров	1. В отчётном периоде Общество не предпринимало действий, ведущих к ухудшению дивидендных прав существующих акционеров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

1.2.4	Общество стремится к исключению использования акционерами иных способов получения прибыли (дохода) за счёт Общества, помимо дивидендов и ликвидационной стоимости	В целях исключения акционерами иных способов получения прибыли (дохода) за счёт Общества, помимо дивидендов и ликвидационной стоимости, во внутренних документах Общества установлены механизмы контроля, которые обеспечивают своевременное выявление и процедуру одобрения сделок с лицами, аффилированными (связанными) с существенными акционерами (лицами, имеющими право распоряжаться голосами, приходящимися на голосующие акции), в тех случаях, когда закон формально не признает таких сделок в качестве сделок с заинтересованностью	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	В настоящее время для определения заинтересованности совершения Обществом сделки Компания руководствуется положениями главы XI Федерального закона «Об акционерных обществах»
1.3	Система и практика корпоративного управления обеспечивают равенство условий для всех акционеров – владельцев акций одной категории (типа), включая миноритарных (мелких) акционеров и иностранных акционеров, и равное отношение к ним со стороны Общества			
1.3.1	Общество создало условия для справедливого отношения к каждому акционеру со стороны органов управления и контролирующих лиц Общества, в том числе условия, обеспечивающие недопустимость злоупотреблений со стороны крупных акционеров по отношению к миноритарным акционерам	В течение отчётного периода процедуры управления потенциальными конфликтами интересов у существенных акционеров являются эффективными, а конфликтам между акционерами, если таковые были, Совет директоров уделит надлежащее внимание	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

1.3.2	Общество не предпринимает действий, которые приводят или могут привести к искусственному перераспределению корпоративного контроля	Квазиказначейские акции отсутствуют или не участвовали в голосовании в течение отчётного периода	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	В данный момент законодательством не определено понятие «квазиказначейских» акций; нормами, регулирующими проведение Общего собрания акционеров, не предусмотрена/не описана процедура исключения «квазиказначейских» акций из голосования/кворума. Если будут внесены соответствующие изменения на законодательном уровне, Компания осуществит необходимые действия для соблюдения данного критерия
1.4	Акционерам обеспечены надёжные и эффективные способы учёта прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций			
1.4	Акционерам обеспечены надёжные и эффективные способы учёта прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций	Качество и надёжность осуществляемой регистратором Общества деятельности по ведению реестра владельцев ценных бумаг соответствуют потребностям Общества и его акционеров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.1	Совет директоров осуществляет стратегическое управление Обществом, определяет основные принципы и подходы к организации в Обществе системы управления рисками и внутреннего контроля, контролирует деятельность исполнительных органов Общества, а также реализует иные ключевые функции			
2.1.1	Совет директоров отвечает за принятие решений, связанных с назначением и освобождением от занимаемых должностей исполнительных органов, в том числе в связи с ненадлежащим исполнением ими своих обязанностей. Совет директоров также осуществляет контроль за тем, чтобы исполнительные органы Общества действовали в соответствии с утверждёнными стратегией развития и основными направлениями деятельности Общества	<p>1. Совет директоров имеет закреплённые в Уставе полномочия по назначению, освобождению от занимаемой должности и определению условий договоров в отношении членов исполнительных органов.</p> <p>2. Советом директоров рассмотрен отчёт (отчёты) единоличного исполнительного органа и членов коллегиального исполнительного органа о выполнении стратегии Общества</p>	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Отчёты единоличного исполнительного органа и членов коллегиального исполнительного органа не составляются, так как Совет директоров находится в постоянном взаимодействии с исполнительными органами Компании, обладает полной информацией об их деятельности

2.1.2	Совет директоров устанавливает основные ориентиры деятельности Общества на долгосрочную перспективу, оценивает и утверждает ключевые показатели деятельности и основные бизнес-цели Общества, оценивает и одобряет стратегию и бизнес-планы по основным видам деятельности Общества	1. В течение отчетного периода на заседаниях Совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с ходом исполнения и актуализации стратегии, утверждением финансово-хозяйственного плана (бюджета) Общества, а также рассмотрением критериев и показателей (в том числе промежуточных) реализации стратегии и бизнес-планов Общества	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Вопросы, связанные с определением ключевых показателей деятельности, основных бизнес-целей Общества, а также рассмотрением критериев и показателей реализации стратегии и бизнес-планов Общества, рассматривались членами Совета директоров при обсуждении и утверждении годового отчета Компании
2.1.3	Совет директоров определяет принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в Обществе	1. Совет директоров определил принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в Обществе. 2. Совет директоров провел оценку системы управления рисками и внутреннего контроля Общества в течение отчетного периода	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Совет директоров не проводил оценку системы управления рисками и внутреннего контроля общества в течение отчетного года. Определение принципов и подходов к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе находится в процессе разработки.
2.1.4	Совет директоров определяет политику общества по вознаграждению и (или) возмещению расходов (компенсаций) членам совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам общества.	1. В Обществе разработана и внедрена одобренная Советом директоров политика (политики) по вознаграждению и возмещению расходов (компенсаций) членов Совета директоров, исполнительных органов Общества и иных ключевых руководящих работников общества. 2. В течение отчетного периода на заседаниях Совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с указанной политикой (политиками)	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	В течение отчетного периода не требовалось вносить изменения в вопросы, связанные с вознаграждением и возмещением расходов (компенсаций) членов Совета директоров, исполнительных органов Общества и иных ключевых руководящих работников Общества (политиками)
2.1.5	Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов между органами Общества, акционерами Общества и работниками Общества	1. Совет директоров играет ключевую роль в предупреждении, выявлении и урегулировании внутренних конфликтов. 2. Общество создало систему идентификации сделок, связанных с конфликтом интересов, и систему мер, направленных на разрешение таких конфликтов	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

2.1.6	Совет директоров играет ключевую роль в обеспечении прозрачности Общества, своевременности и полноты раскрытия Обществом информации, необременительного доступа акционеров к документам Общества	1. Совет директоров утвердил положение об информационной политике. 2. В обществе определены лица, ответственные за реализацию информационной политики.	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Советом директоров Компании утверждено Положение по использованию информации о деятельности ПАО «Синергия», ответственным за соблюдением его положений является Совет директоров Компании.
2.1.7	Совет директоров осуществляет контроль за практикой корпоративного управления в обществе и играет ключевую роль в существенных корпоративных событиях общества.	1. В течение отчётного периода Совет директоров рассмотрел вопрос о практике корпоративного управления в Обществе	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.2	Совет директоров подотчётен акционерам Общества			
2.2.1	Информация о работе Совета директоров раскрывается и предоставляется акционерам	1. Годовой отчёт Общества за отчётный период включает в себя информацию о посещаемости заседаний Совета директоров и комитетов отдельными директорами. 2. Годовой отчёт содержит информацию об основных результатах оценки работы Совета директоров, проведённой в отчётном периоде	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.2.2	Председатель Совета директоров доступен для общения с акционерами Общества	1. В Обществе существует прозрачная процедура, обеспечивающая акционерам возможность направлять Председателю Совета директоров вопросы и свою позицию по ним	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.3	Совет директоров является эффективным и профессиональным органом управления Общества, способным выносить объективные независимые суждения и принимать решения, отвечающие интересам Общества и его акционеров			

2.3.1	Только лица, имеющие безупречную деловую и личную репутацию и обладающие знаниями, навыками и опытом, необходимыми для принятия решений, относящихся к компетенции Совета директоров, и требующимися для эффективного осуществления его функций, избираются членами Совета директоров	<p>1. Принятая в Обществе процедура оценки эффективности работы Совета директоров включает в том числе оценку профессиональной квалификации членов Совета директоров.</p> <p>2. В отчётном периоде Советом директоров (или его Комитетом по номинациям) была проведена оценка кандидатов в Совет директоров с точки зрения наличия у них необходимого опыта, знаний, деловой репутации, отсутствия конфликта интересов и т. д.</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Совет директоров проводит оценку кандидатур в члены Совета директоров при утверждении списка кандидатур для голосования по избранию членов Совета директоров Компании на Общем собрании акционеров
2.3.2	Члены Совета директоров Общества избираются посредством прозрачной процедуры, позволяющей акционерам получить информацию о кандидатах, достаточную для формирования представления об их личных и профессиональных качествах	Во всех случаях проведения Общего собрания акционеров в отчётном периоде, повестка дня которого включала вопросы об избрании Совета директоров, Общество представило акционерам биографические данные всех кандидатов в члены Совета директоров, результаты оценки таких кандидатов, проведённой Советом директоров (или его Комитетом по номинациям), а также информацию о соответствии кандидата критериям независимости, в соответствии с рекомендациями <u>102–107</u> Кодекса, и письменное согласие кандидатов на избрание в состав Совета директоров	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	<p>Акционерам не предоставлялись результаты оценки кандидатов в члены Совета директоров, учитывая тот факт, что все кандидаты неоднократно включались в список кандидатур для голосования по избранию членов Совета директоров Компании на Общем собрании акционеров, и известны акционерам.</p> <p>В будущем Совет директоров планирует включать результаты оценки кандидатов в члены Совета директоров в состав информации (материалов) к собранию акционеров</p>
2.3.3	Состав Совета директоров сбалансирован, в том числе по квалификации его членов, их опыту, знаниям и деловым качествам, и пользуется доверием акционеров	В рамках процедуры оценки работы Совета директоров, проведённой в отчётном периоде, Совет директоров проанализировал собственные потребности в области профессиональной квалификации, опыта и деловых навыков	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

2.3.4	Количественный состав Совета директоров Общества даёт возможность организовать деятельность Совета директоров наиболее эффективным образом, включая возможность формирования комитетов Совета директоров, а также обеспечивает существенным миноритарным акционерам Общества возможность избрания в состав Совета директоров кандидата, за которого они голосуют	В рамках процедуры оценки Совета директоров, проведённой в отчётном периоде, Совет директоров рассмотрел вопрос о соответствии количественного состава Совета директоров потребностям Общества и интересам акционеров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Вопрос о количественном составе Совета директоров в отчётном периоде не рассматривался, так как Совет директоров, состоящий из 7 членов, закреплённый в Уставе Компании в настоящее время, считается оптимальным, отвечающим потребностям Общества и интересам акционеров
2.4	В состав Совета директоров входит достаточное количество независимых директоров			
2.4.1	Независимым директором признается лицо, которое обладает достаточными профессионализмом, опытом и самостоятельностью для формирования собственной позиции, способно выносить объективные и добросовестные суждения, независимые от влияния исполнительных органов Общества, отдельных групп акционеров или иных заинтересованных сторон. При этом следует учитывать, что в обычных условиях не может считаться независимым кандидат (избранный член Совета директоров), который связан с Обществом, его существенным акционером, существенным контрагентом или конкурентом Общества или связан с государством	В течение отчётного периода все независимые члены Совета директоров отвечали всем критериям независимости, указанным в рекомендациях <u>102–107</u> Кодекса, или были признаны независимыми по решению Совета директоров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

2.4.2	Проводится оценка соответствия кандидатов в члены Совета директоров критериям независимости, а также осуществляется регулярный анализ соответствия независимых членов Совета директоров критериям независимости. При проведении такой оценки содержание должно преобладать над формой	<p>1. В отчётном периоде Совет директоров (или Комитет по номинациям Совета директоров) составил мнение о независимости каждого кандидата в Совет директоров и представил акционерам соответствующее заключение.</p> <p>2. За отчётный период Совет директоров (или Комитет по номинациям Совета директоров), по крайней мере, один раз рассмотрел независимость действующих членов Совета директоров, которых Общество указывает в годовом отчёте в качестве независимых директоров.</p> <p>3. В Обществе разработаны процедуры, определяющие необходимые действия члена Совета директоров в том случае, если он перестаёт быть независимым, включая обязательства по своевременному информированию об этом Совета директоров</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	В отчётном периоде Совет директоров дважды проводил заседания Совета директоров для рассмотрения вопросов о признании независимыми членов Совета директоров Малащенко Н.Г., Гомзякова А.А. В будущем Совет директоров планирует проводить оценку независимости каждого кандидата в Совет директоров и включать результаты оценки в состав информации (материалов) к собранию акционеров
2.4.3	Независимые директора составляют не менее одной трети избранного состава Совета директоров	Независимые директора составляют не менее одной трети состава Совета директоров	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Независимыми являются 2 из 7 членов Совета директоров Компании
2.4.4	Независимые директора играют ключевую роль в предотвращении внутренних конфликтов в Обществе и совершении Обществом существенных корпоративных действий	Независимые директора (у которых отсутствует конфликт интересов) предварительно оценивают существенные корпоративные действия, связанные с возможным конфликтом интересов, а результаты такой оценки предоставляются Совету директоров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.5	Председатель Совета директоров способствует наиболее эффективному осуществлению функций, возложенных на Совет директоров			
2.5.1	Председателем Совета директоров избран независимый директор, либо из числа избранных независимых	1. Председатель Совета директоров является независимым директором, или же среди независимых директоров определён старший независимый директор.	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Председатель Совета директоров Компании не входит в состав исполнительных органов (Председатель Правления, Правление), обладает необходимыми знаниями и опытом

	директоров определён старший независимый директор, координирующий работу независимых директоров и осуществляющий взаимодействие с председателем Совета директоров	2. Роль, права и обязанности Председателя Совета директоров (и, если применимо, старшего независимого директора) должным образом определены во внутренних документах Общества		для руководства деятельностью Совета директоров и его эффективной работы. Роль, права и обязанности Председателя Совета директоров определены Уставом и Положением о Совете директоров Компании
2.5.2	Председатель Совета директоров обеспечивает конструктивную атмосферу проведения заседаний, свободное обсуждение вопросов, включённых в повестку дня заседания, контроль за исполнением решений, принятых Советом директоров	Эффективность работы Председателя Совета директоров оценивалась в рамках процедуры оценки эффективности Совета директоров в отчётном периоде	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	Деятельность Председателя Совета директоров Компании соответствует данному принципу. Оценка эффективности работы Председателя Совета директоров в отчётном периоде не проводилась. Для нового состава Совета директоров будет поставлена задача по оценке эффективности работы Председателя Совета директоров
2.5.3	Председатель Совета директоров принимает необходимые меры для своевременного предоставления членам Совета директоров информации, необходимой для принятия решений по вопросам повестки дня	Обязанность Председателя Совета директоров принимать меры по обеспечению своевременного предоставления материалов членам Совета Директоров по вопросам повестки заседания Совета директоров закреплена во внутренних документах Общества	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.6	Члены Совета директоров действуют добросовестно и разумно в интересах Общества и его акционеров на основе достаточной информированности, с должной степенью заботливости и осмотрительности			
2.6.1	Члены Совета директоров принимают решения с учётом всей имеющейся информации, в отсутствие конфликта интересов, с учётом равного отношения к акционерам Общества, в рамках обычного предпринимательского риска	1. Внутренними документами Общества установлено, что член Совета директоров обязан уведомить Совет директоров, если у него возникает конфликт интересов в отношении любого вопроса повестки дня заседания Совета директоров или Комитета Совета директоров, до начала обсуждения соответствующего вопроса повестки.	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

		<p>2. Внутренние документы Общества предусматривают, что член Совета директоров должен воздержаться от голосования по любому вопросу, в котором у него есть конфликт интересов.</p> <p>3. В Обществе установлена процедура, которая позволяет Совету директоров получать профессиональные консультации по вопросам, относящимся к его компетенции, за счёт Общества</p>		
2.6.2	Права и обязанности членов Совета директоров чётко сформулированы и закреплены во внутренних документах Общества	1. В Обществе принят и опубликован внутренний документ, чётко определяющий права и обязанности членов Совета директоров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.6.3	Члены Совета директоров имеют достаточно времени для выполнения своих обязанностей	<p>1. Индивидуальная посещаемость заседаний Совета и Комитетов, а также время, уделяемое для подготовки к участию в заседаниях, учитывались в рамках процедуры оценки Совета директоров в отчётном периоде.</p> <p>2. В соответствии с внутренними документами Общества члены Совета директоров обязаны уведомлять Совет директоров о своём намерении войти в состав органов управления других организаций (помимо подконтрольных и зависимых организаций Общества), а также о факте такого назначения</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Обязательство по уведомлению Совета директоров о намерении членов Совета директоров войти в состав органов управления других организаций во внутренних документах Компании не закреплено, однако члены Совета директоров доводят до сведения Компании информацию о занимаемых должностях и произошедших изменениях
2.6.4	Все члены Совета директоров в равной степени имеют возможность доступа к документам и информации Общества. Вновь избранным членам Совета директоров в максимально возможный	1. В соответствии с внутренними документами Общества члены Совета директоров имеют право получать доступ к документам и делать запросы, касающиеся Общества и подконтрольных ему организаций, а исполнительные органы Общества обязаны предоставлять соответствующую информацию и документы.	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

	короткий срок предоставляется достаточная информация об Обществе и о работе Совета директоров	2. В Обществе существует формализованная программа ознакомительных мероприятий для вновь избранных членов Совета директоров		
2.7	Заседания Совета директоров, подготовка к ним и участие в них членов Совета директоров обеспечивают эффективную деятельность Совета директоров			
2.7.1	Заседания Совета директоров проводятся по мере необходимости, с учётом масштабов деятельности и стоящих перед Обществом в определённый период времени задач	Совет директоров провёл не менее шести заседаний за отчётный год	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.7.2	Во внутренних документах Общества закреплён порядок подготовки и проведения заседаний Совета директоров, обеспечивающий членам Совета директоров возможность надлежащим образом подготовиться к его проведению	В Обществе утверждён внутренний документ, определяющий процедуру подготовки и проведения заседаний Совета директоров, в котором в том числе установлено, что уведомление о проведении заседания должно быть сделано, как правило, не менее чем за 5 дней до даты его проведения	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.7.3	Форма проведения заседания Совета директоров определяется с учётом важности вопросов повестки дня. Наиболее важные вопросы решаются на заседаниях, проводимых в очной форме	Уставом или внутренним документом Общества предусмотрено, что наиболее важные вопросы (согласно перечню, приведённому в рекомендации 168 Кодекса) должны рассматриваться на очных заседаниях Совета	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	В связи с разным графиком работы, спецификой занятости членов Совета директоров, некоторая часть заседаний Совета директоров проводится в заочной форме. Члены Совета директоров поддерживают связь посредством современных коммуникаций, поэтому проведение заседаний в заочной форме не влияет на качество принимаемых Советом директоров решений

2.7.4	Решения по наиболее важным вопросам деятельности Общества принимаются на заседании Совета директоров квалифицированным большинством или большинством голосов всех избранных членов Совета директоров	Уставом Общества предусмотрено, что решения по наиболее важным вопросам, изложенным в рекомендации 170 Кодекса, должны приниматься на заседании Совета директоров квалифицированным большинством, не менее чем в три четверти голосов, или же большинством голосов всех избранных членов Совета директоров	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	На заседании Совета директоров Компании квалифицированным большинством могут быть приняты решения, для которых такой порядок предусмотрен законодательством Российской Федерации. В 2016 г. решение о принятии рекомендаций по размеру дивидендов по акциям Общества, изложенное в рекомендации 170 Кодекса, было принято членами Совета директоров единогласно
2.8	Совет директоров создаёт комитеты для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов деятельности Общества			
2.8.1	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с контролем за финансово-хозяйственной деятельностью Общества, создан Комитет по аудиту, состоящий из независимых директоров	<p>1. Совет директоров сформировал Комитет по аудиту, состоящий исключительно из независимых директоров.</p> <p>2. Во внутренних документах Общества определены задачи Комитета по аудиту, включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 172 Кодекса.</p> <p>3. По крайней мере, один член Комитета по аудиту, являющийся независимым директором, обладает опытом и знаниями в области подготовки, анализа, оценки и аудита бухгалтерской (финансовой) отчётности.</p> <p>4. Заседания Комитета по аудиту проводились не реже одного раза в квартал в течение отчётного периода</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Советом директоров Общества создан Комитет по аудиту, функции которого закреплены в Положении о Комитете по аудиту Совета директоров. В составе Комитета по аудиту 2 директора из 3 являются независимыми. Возглавляет Комитет по аудиту независимый директор. Расширение функций Комитета по аудиту Совета директоров, в соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления для Комитета по номинациям, находится в стадии разработки
2.8.2	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с формированием эффективной и прозрачной практики вознаграждения, создан Комитет по	<p>1. Советом директоров создан Комитет по вознаграждениям, который состоит только из независимых директоров.</p> <p>2. Председателем Комитета по вознаграждениям является независимый директор, который не является Председателем Совета директоров.</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Советом директоров Общества создан Комитет по кадрам и вознаграждениям, функции которого закреплены в Положении о Комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров. В состав Комитета по кадрам и вознаграждениям входит

	вознаграждениям, состоящий из независимых директоров и возглавляемый независимым директором, не являющимся Председателем Совета директоров	3. Во внутренних документах Общества определены задачи Комитета по вознаграждениям, включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 180 Кодекса.		1 независимый директор, который является его Председателем и не является Председателем Совета директоров. Расширение функций Комитета по кадрам и вознаграждениям Совета директоров, в соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления для Комитета по номинациям, находится в стадии разработки
2.8.3	Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с осуществлением кадрового планирования (планирования преемственности), профессиональным составом и эффективностью работы Совета директоров, создан Комитет по номинациям (назначениям, кадрам), большинство членов которого являются независимыми директорами	<p>1. Советом директоров создан Комитет по номинациям (или его задачи, указанные в рекомендации 186 Кодекса, реализуются в рамках иного комитета), большинство членов которого являются независимыми директорами.</p> <p>2. Во внутренних документах Общества определены задачи Комитета по номинациям (или соответствующего Комитета с совмещённым функционалом), включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 186 Кодекса</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	<p>Функции Комитета по номинациям выполняются Комитетом Совета директоров по кадрам и вознаграждениям и не в полной мере соответствуют рекомендациям Кодекса корпоративного управления для Комитета по номинациям.</p> <p>Расширение функций Комитета по кадрам и вознаграждениям Совета директоров, в соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления для Комитета по номинациям, находится в стадии разработки.</p>

2.8.4	С учётом масштабов деятельности и уровня риска Совет директоров Общества удостоверился в том, что состав его комитетов полностью отвечает целям деятельности Общества. Дополнительные комитеты либо были сформированы, либо не были признаны необходимыми (Комитет по стратегии, Комитет по корпоративному управлению, Комитет по этике, Комитет по управлению рисками, Комитет по бюджету, Комитет по здоровью, безопасности и окружающей среде и др.).	В отчётном периоде Совет директоров Общества рассмотрел вопрос о соответствии состава его комитетов задачам Совета директоров и целям деятельности Общества. Дополнительные комитеты либо были сформированы, либо не были признаны необходимыми	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Вопрос о соответствии состава комитетов Совета директоров и их соответствии задачам Совета директоров и целям деятельности Общества рассматривался Советом директоров при формировании комитетов Совета директоров, но на отдельное голосование данный вопрос не выносился. По мнению членов Совета директоров, состав комитетов соответствует задачам Совета директоров и целям деятельности Общества
2.8.5	Состав комитетов определён таким образом, чтобы он позволял проводить всестороннее обсуждение предварительно рассматриваемых вопросов с учётом различных мнений	1. Комитеты Совета директоров возглавляются независимыми директорами. 2. Во внутренних документах (политиках) Общества предусмотрены положения, в соответствии с которыми лица, не входящие в состав Комитета по аудиту, Комитета по номинациям и Комитета по вознаграждениям, могут посещать заседания комитетов только по приглашению председателя соответствующего комитета	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.8.6	Председатели комитетов регулярно информируют Совет директоров и его Председателя о работе своих комитетов	В течение отчётного периода председатели комитетов регулярно отчитывались о работе комитетов перед Советом директоров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.9	Совет директоров обеспечивает проведение оценки качества работы Совета директоров, его комитетов и членов Совета директоров			

2.9.1	Проведение оценки качества работы Совета директоров направлено на определение степени эффективности работы Совета директоров, комитетов и членов Совета директоров, соответствия их работы потребностям развития Общества, активизацию работы Совета директоров и выявление областей, в которых их деятельность может быть улучшена	1. Самооценка или внешняя оценка работы Совета директоров, проведённая в отчётном периоде, включала оценку работы комитетов, отдельных членов Совета директоров и Совета директоров в целом. 2. Результаты самооценки или внешней оценки Совета директоров, проведённой в течение отчётного периода, были рассмотрены на очном заседании Совета директоров	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
2.9.2	Оценка работы Совета директоров, комитетов и членов совета директоров осуществляется на регулярной основе не реже одного раза в год. Для проведения независимой оценки качества работы совета директоров не реже одного раза в три года привлекается внешняя организация (консультант).	1. Для проведения независимой оценки качества работы Совета директоров в течение трёх последних отчётных периодов по меньшей мере один раз Обществом привлекалась внешняя организация (консультант)	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	Для оценки качества работы Совета директоров внешние организации (консультанты) не привлекаются. Совет директоров рассматривает возможность привлечения внешних организаций (консультантов) для оценки качества его работы в будущем
3.1	Корпоративный секретарь Общества осуществляет эффективное текущее взаимодействие с акционерами, координацию действий Общества по защите прав и интересов акционеров, поддержку эффективной работы Совета директоров			
3.1.1	Корпоративный секретарь обладает знаниями, опытом и квалификацией, достаточными для исполнения возложенных на него обязанностей, безупречной репутацией и пользуется доверием акционеров	1. В обществе принят и раскрыт внутренний документ – Положение о корпоративном секретаре. 2. На сайте Общества в сети Интернет и в годовом отчёте представлена биографическая информация о корпоративном секретаре, с таким же уровнем детализации, как для членов Совета директоров и исполнительного руководства общества	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	В Годовом отчёте будет представлена биографическая информация о корпоративном секретаре, с таким же уровнем детализации, как для членов Совета директоров и исполнительного руководства общества.

3.1.2	Корпоративный секретарь обладает достаточной независимостью от исполнительных органов Общества и имеет необходимые полномочия и ресурсы для выполнения поставленных перед ним задач	Совет директоров одобряет назначение, отстранение от должности и дополнительное вознаграждение корпоративного секретаря	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
4.1	Уровень выплачиваемого Обществом вознаграждения достаточен для привлечения, мотивации и удержания лиц, обладающих необходимой для Общества компетенцией и квалификацией. Выплата вознаграждения членам Совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам Общества осуществляется в соответствии с принятой в Обществе политикой по вознаграждению			
4.1.1	Уровень вознаграждения, предоставляемого Обществом членам Совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам, создаёт достаточную мотивацию для их эффективной работы, позволяя Обществу привлекать и удерживать компетентных и квалифицированных специалистов. При этом Общество избегает большего, чем это необходимо, уровня вознаграждения, а также неоправданно большого разрыва между уровнями вознаграждения указанных лиц и работников Общества	В Обществе принят внутренний документ (документы) – Политика (политики) по вознаграждению членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников, в котором чётко определены подходы к вознаграждению указанных лиц	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

4.1.2	<p>Политика Общества по вознаграждению разработана Комитетом по вознаграждениям и утверждена Советом директоров Общества. Совет директоров при поддержке Комитета по вознаграждениям обеспечивает контроль за внедрением и реализацией в Обществе политики по вознаграждению, а при необходимости – пересматривает и вносит в неё коррективы</p>	<p>В течение отчётного периода Комитет по вознаграждениям рассмотрел политику (политики) по вознаграждениям и практику её (их) внедрения и при необходимости представил соответствующие рекомендации Совету директоров</p>	<p><input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается</p>	<p>Политика по вознаграждению в Компании отсутствует. Выработка принципов и критериев размера вознаграждения членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества осуществляется Комитетом по кадрам и вознаграждениям Совета директоров на основании Положения о Комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия»</p>
4.1.3	<p>Политика Общества по вознаграждению содержит прозрачные механизмы определения размера вознаграждения членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества, а также регламентирует все виды выплат, льгот и привилегий, предоставляемых указанным лицам</p>	<p>Политика (политики) Общества по вознаграждению содержит (содержат) прозрачные механизмы определения размера вознаграждения членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества, а также регламентирует (регламентируют) все виды выплат, льгот и привилегий, предоставляемых указанным лицам</p>	<p><input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается</p>	<p>Политика по вознаграждению в Компании отсутствует. Выработка принципов и критериев размера вознаграждения членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества осуществляется Комитетом по кадрам и вознаграждениям Совета директоров на основании Положения о Комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия»</p>

4.1.4	Общество определяет политику возмещения расходов (компенсаций), конкретизирующую перечень расходов, подлежащих возмещению, и уровень обслуживания, на который могут претендовать члены Совета директоров, исполнительные органы и иные ключевые руководящие работники Общества. Такая политика может быть составной частью политики Общества по вознаграждению	В политике (политиках) по вознаграждению или в иных внутренних документах Общества установлены правила возмещения расходов членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	Правила возмещения расходов членов Совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества устанавливаются Комитетом по кадрам и вознаграждениям Совета директоров в соответствии с Положением о Комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия»
4.2	Система вознаграждения членов Совета директоров обеспечивает сближение финансовых интересов директоров с долгосрочными финансовыми интересами акционеров			
4.2.1	Общество выплачивает фиксированное годовое вознаграждение членам Совета директоров. Общество не выплачивает вознаграждения за участие в отдельных заседаниях Совета или комитетов Совета директоров. Общество не применяет форм краткосрочной мотивации и дополнительного материального стимулирования в отношении членов Совета директоров	Фиксированное годовое вознаграждение являлось единственной денежной формой вознаграждения членов Совета директоров за работу в Совете директоров в течение отчётного периода	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	Вознаграждение членам Совета директоров в отчётном году не выплачивалось

4.2.2	Долгосрочное владение акциями Общества в наибольшей степени способствует сближению финансовых интересов членов Совета директоров с долгосрочными интересами акционеров. При этом Общество не обуславливает права реализации акций достижением определённых показателей деятельности, а члены Совета директоров не участвуют в опционных программах	Если внутренний документ (документы) – Политика (политики) по вознаграждению Общества предусматривает предоставление акций Общества членам Совета директоров, должны быть предусмотрены и раскрыты чёткие правила владения акциями членами Совета директоров, нацеленные на стимулирование долгосрочного владения такими акциями	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	В настоящее время политика по вознаграждению Общества, предусматривающая предоставление акций Общества членам Совета директоров, находится в стадии разработки
4.2.3	В Обществе не предусмотрены какие-либо дополнительные выплаты или компенсации в случае досрочного прекращения полномочий членов Совета директоров в связи с переходом контроля над Обществом или иными обстоятельствами	В Обществе не предусмотрены какие-либо дополнительные выплаты или компенсации в случае досрочного прекращения полномочий членов Совета директоров в связи с переходом контроля над Обществом или иными обстоятельствами	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
4.3	Система вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества предусматривает зависимость вознаграждения от результата работы Общества и их личного вклада в достижение этого результата			
4.3.1	Вознаграждение членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества определяется таким образом, чтобы обеспечивать разумное и	1. В течение отчётного периода одобренные Советом директоров годовые показатели эффективности использовались при определении размера переменного вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества.	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	Вознаграждение членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества в отчетном году не осуществлялось.

	<p>обоснованное соотношение фиксированной части вознаграждения и переменной части вознаграждения, зависящей от результатов работы Общества и личного (индивидуального) вклада работника в конечный результат</p>	<p>2. В ходе последней проведённой оценки системы вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества, Совет директоров (Комитет по вознаграждениям) удостоверился в том, что в Обществе применяется эффективное соотношение фиксированной части вознаграждения и переменной части вознаграждения.</p> <p>3. В Обществе предусмотрена процедура, обеспечивающая возвращение Обществу премиальных выплат, неправомерно полученных членами исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества</p>		
4.3.2	<p>Общество внедрило программу долгосрочной мотивации членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества с использованием акций Общества (опционов или других производных финансовых инструментов, базисным активом по которым являются акции Общества)</p>	<p>1. Общество внедрило программу долгосрочной мотивации для членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества с использованием акций Общества (финансовых инструментов, основанных на акциях Общества).</p> <p>2. Программа долгосрочной мотивации членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества предусматривает, что право реализации используемых в такой программе акций и иных финансовых инструментов наступает не ранее, чем через три года с момента их предоставления. При этом право их реализации обусловлено достижением определённых показателей деятельности общества</p>	<p><input type="checkbox"/> соблюдается</p> <p><input type="checkbox"/> частично соблюдается</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается</p>	<p>В настоящее время программа долгосрочной мотивации для членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников Общества с использованием акций Общества (финансовых инструментов, основанных на акциях Общества) в Компании находится в стадии разработки</p>

4.3.3	Сумма компенсации («золотой парашют»), выплачиваемая Обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевых руководящих работников по инициативе Общества и при отсутствии с их стороны недобросовестных действий, не превышает двукратного размера фиксированной части годового вознаграждения	Сумма компенсации («золотой парашют»), выплачиваемая Обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевых руководящих работников по инициативе Общества и при отсутствии с их стороны недобросовестных действий, в отчётном периоде не превышала двукратного размера фиксированной части годового вознаграждения	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
5.1	В Обществе создана эффективно функционирующая система управления рисками и внутреннего контроля, направленная на обеспечение разумной уверенности в достижении поставленных перед Обществом целей			
5.1.1	Советом директоров Общества определены принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в Обществе	Функции различных органов управления и подразделений Общества в системе управления рисками и внутреннем контроле чётко определены во внутренних документах/соответствующей политике Общества, одобренной Советом директоров	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Система управления рисками и внутреннего контроля основана на взаимодействии органов управления Компании, ее структурных подразделений и отдельных сотрудников и разграничении их компетенции.
5.1.2	Исполнительные органы общества обеспечивают создание и поддержание функционирования эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.	Исполнительные органы Общества обеспечили распределение функций и полномочий в отношении управления рисками и внутреннего контроля между подотчётными ими руководителями (начальниками) подразделений и отделов	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

5.1.3	Система управления рисками и внутреннего контроля в Обществе обеспечивает объективное, справедливое и ясное представление о текущем состоянии и перспективах Общества, целостность и прозрачность отчётности Общества, разумность и приемлемость принимаемых Обществом рисков	1. В обществе утверждена политика по противодействию коррупции. 2. В обществе организован доступный способ информирования совета директоров или комитета совета директоров по аудиту о фактах нарушения законодательства, внутренних процедур, кодекса этики общества.	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Политика по противодействию коррупции в Компании не утверждена. Координарование деятельности работников структурных подразделений Компании, направленных на предупреждение, выявление и пресечение противоправных мошеннических действий и коррупционных проявлений, осуществляет департамент безопасности Компании. Совет директоров информируется о фактах нарушения законодательства и внутренних процедур Компании.
5.1.4	Совет директоров Общества предпринимает необходимые меры для того, чтобы убедиться, что действующая в Обществе система управления рисками и внутреннего контроля соответствует определённым Советом директоров принципам и подходам к её организации и эффективно функционирует	В течение отчётного периода Совет директоров или Комитет по аудиту Совета директоров провёл оценку эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля Общества. Сведения об основных результатах такой оценки включены в состав Годового отчёта Общества	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
5.2	Для систематической независимой оценки надёжности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля и практики корпоративного управления Общество организывает проведение внутреннего аудита			
5.2.1	Для проведения внутреннего аудита в Обществе создано отдельное структурное подразделение или привлечена независимая внешняя организация. Функциональная и административная подотчётности подразделения внутреннего аудита разграничены. Функционально подразделение внутреннего аудита подчиняется Совету директоров	Для проведения внутреннего аудита в Обществе создано отдельное структурное подразделение внутреннего аудита, функционально подотчётное Совету директоров или Комитету по аудиту, или привлечена независимая внешняя организация с тем же принципом подотчётности	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

5.2.2	Подразделение внутреннего аудита проводит оценку эффективности системы внутреннего контроля, оценку эффективности системы управления рисками, а также системы корпоративного управления. Общество применяет общепринятые стандарты деятельности в области внутреннего аудита	1. В течение отчётного периода в рамках проведения внутреннего аудита дана оценка эффективности системы внутреннего контроля и управления рисками. 2. В Обществе используются общепринятые подходы к внутреннему контролю и управлению рисками	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
6.1	Общество и его деятельность являются прозрачными для акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц			
6.1.1	В Обществе разработана и внедрена информационная политика, обеспечивающая эффективное информационное взаимодействие Общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц	1. Советом директоров Общества утверждена информационная политика Общества, разработанная с учётом рекомендаций Кодекса. 2. Совет директоров (или один из его комитетов) рассмотрел вопросы, связанные с соблюдением Обществом его информационной политики, как минимум, один раз за отчётный период	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Советом директоров Компании утверждено Положение по использованию информации о деятельности ПАО «Синергия». Редакция Положения с учётом рекомендаций Кодекса находится в процессе разработки
6.1.2	Общество раскрывает информацию о системе и практике корпоративного управления, включая подробную информацию о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса	1. Общество раскрывает информацию о системе корпоративного управления в Обществе и общих принципах корпоративного управления, применяемых в Обществе, в том числе на сайте Общества в сети Интернет. 2. Общество раскрывает информацию о составе исполнительных органов и Совета директоров, независимости членов Совета и их членстве в комитетах Совета директоров (в соответствии с определением Кодекса). 3. В случае наличия лица, контролирующего Общество, Общество публикует меморандум контролирующего лица относительно планов такого лица в отношении корпоративного управления в Обществе	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	

6.2	Общество своевременно раскрывает полную, актуальную и достоверную информацию об Обществе для обеспечения возможности принятия обоснованных решений акционерами Общества и инвесторами			
6.2.1	Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности и оперативности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных	<p>1. В информационной политике Общества определены подходы и критерии определения информации, способной оказать существенное влияние на оценку Общества и стоимость его ценных бумаг и процедуры, обеспечивающие своевременное раскрытие такой информации.</p> <p>2. В случае если ценные бумаги Общества обращаются на иностранных организованных рынках, раскрытие существенной информации в Российской Федерации и на таких рынках осуществляется синхронно и эквивалентно в течение отчётного года.</p> <p>3. Если иностранные акционеры владеют существенным количеством акций Общества, то в течение отчётного года раскрытие информации осуществлялось не только на русском, но также и на одном из наиболее распространённых иностранных языков</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности и оперативности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных. Подходы и критерии информационной политики разрабатываются
6.2.2	Общество избегает формального подхода при раскрытии информации и раскрывает существенную информацию о своей деятельности, даже если раскрытие такой информации не предусмотрено законодательством	<p>1. В течение отчётного периода Общество раскрывало годовую и полугодовую финансовую отчётность, составленную по стандартам МСФО. В годовой отчёт Общества за отчётный период включена годовая финансовая отчётность, составленная по стандартам МСФО, вместе с аудиторским заключением.</p> <p>2. Общество раскрывает полную информацию о структуре капитала Общества в соответствии Рекомендацией 290 Кодекса в Годовом отчёте и на сайте Общества в сети Интернет</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Компания избегает формального подхода при раскрытии информации и раскрывает существенную информацию о своей деятельности. В годовой отчёт Общества за отчётный период включаются показатели по годовой финансовой отчётности, составленной по стандартам МСФО, аудиторское заключение раскрывается в составе годовой финансовой отчётности, составленной по стандартам МСФО, и ежеквартального отчета

6.2.3	Годовой отчёт, являясь одним из наиболее важных инструментов информационного взаимодействия с акционерами и другими заинтересованными сторонами, содержит информацию, позволяющую оценить итоги деятельности Общества за год	1. Годовой отчёт Общества содержит информацию о ключевых аспектах операционной деятельности Общества и его финансовых результатах. 2. Годовой отчёт Общества содержит информацию об экологических и социальных аспектах деятельности Общества	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
6.3	Общество предоставляет информацию и документы по запросам акционеров в соответствии с принципами равнодоступности и необременительности			
6.3.1	Предоставление Обществом информации и документов по запросам акционеров осуществляется в соответствии с принципами равнодоступности и необременительности	Информационная политика Общества определяет необременительный порядок предоставления акционерам доступа к информации, в том числе информации о подконтрольных Обществу юридических лицах, по запросу акционеров	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
6.3.2	При предоставлении обществом информации акционерам обеспечивается разумный баланс между интересами конкретных акционеров и интересами самого общества, заинтересованного в сохранении конфиденциальности важной коммерческой информации, которая может оказать существенное влияние на его конкурентоспособность.	1. В течение отчётного периода Общество не отказывало в удовлетворении запросов акционеров о предоставлении информации, либо такие отказы были обоснованными. 2. В случаях, определённых информационной политикой Общества, акционеры предупреждаются о конфиденциальном характере информации и принимают на себя обязанность по сохранению её конфиденциальности	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
7.1	Действия, которые в значительной степени влияют или могут повлиять на структуру акционерного капитала и финансовое состояние Общества, и соответственно на положение акционеров (существенные корпоративные действия), осуществляются на справедливых условиях, обеспечивающих соблюдение прав и интересов акционеров, а также иных заинтересованных сторон			

7.1.1	<p>Существенными корпоративными действиями признаются реорганизация Общества, приобретение 30 и более процентов голосующих акций Общества (поглощение), совершение Обществом существенных сделок, увеличение или уменьшение уставного капитала Общества, осуществление листинга и делистинга акций Общества, а также иные действия, которые могут привести к существенному изменению прав акционеров или нарушению их интересов. Уставом Общества определён перечень (критерии) сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, и такие действия отнесены к компетенции Совета директоров Общества</p>	<p>1. Уставом Общества определён перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями и критерии для их определения. Принятие решений в отношении существенных корпоративных действий отнесено к компетенции Совета директоров. В тех случаях, когда осуществление данных корпоративных действий прямо отнесено законодательством к компетенции Общего собрания акционеров, Совет директоров предоставляет акционерам соответствующие рекомендации.</p> <p>2. Уставом Общества к существенным корпоративным действиям отнесены, как минимум: реорганизация Общества, приобретение 30 и более процентов голосующих акций Общества (поглощение), совершение Обществом существенных сделок, увеличение или уменьшение уставного капитала Общества, осуществление листинга и делистинга акций Общества</p>	<p><input type="checkbox"/> соблюдается</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается</p> <p><input type="checkbox"/> не соблюдается</p>	<p>Уставом Общества перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, не определён, решения по таким сделкам и действиям принимаются в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах».</p> <p>В будущем Компания планирует определить перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями и критерии для их определения</p>
7.1.2	<p>Совет директоров играет ключевую роль в принятии решений или выработке рекомендаций в отношении существенных корпоративных действий. Совет директоров опирается на позицию независимых директоров Общества</p>	<p>В Обществе предусмотрена процедура, в соответствии с которой независимые директора заявляют о своей позиции по существенным корпоративным действиям до их одобрения</p>	<p><input type="checkbox"/> соблюдается</p> <p><input type="checkbox"/> частично соблюдается</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается</p>	<p>Уставом Общества перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, не определён. Процедура, в соответствии с которой независимые директора заявляют о своей позиции по существенным корпоративным действиям до их одобрения, Уставом Компании и Положением о Совете директоров не предусмотрена.</p> <p>В будущем Компания планирует определить перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, и критерии для их определения</p>

7.1.3	При совершении существенных корпоративных действий, затрагивающих права и законные интересы акционеров, обеспечиваются равные условия для всех акционеров Общества, а при недостаточности предусмотренных законодательством механизмов, направленных на защиту прав акционеров, – дополнительные меры, защищающие права и законные интересы акционеров Общества. При этом Общество руководствуется не только соблюдением формальных требований законодательства, но и принципами корпоративного управления, изложенными в Кодексе	<p>1. Уставом Общества с учётом особенностей его деятельности установлены более низкие, чем предусмотренные законодательством, минимальные критерии отнесения сделок Общества к существенным корпоративным действиям.</p> <p>2. В течение отчётного периода все существенные корпоративные действия проходили процедуру одобрения до их осуществления</p>	<input type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> не соблюдается	При совершении существенных корпоративных действий, затрагивающих права и законные интересы акционеров, обеспечиваются равные условия для всех акционеров Общества, в соответствии с законодательством Российской Федерации. Однако в 2016 г. Общество не совершало существенных корпоративных действий
7.2	Общество обеспечивает такой порядок совершения существенных корпоративных действий, который позволяет акционерам своевременно получать полную информацию о таких действиях, обеспечивает им возможность влиять на совершение таких действий и гарантирует соблюдение и адекватный уровень защиты их прав при совершении таких действий			
7.2.1	Информация о совершении существенных корпоративных действий раскрывается с объяснением причин, условий и последствий совершения таких действий	В течение отчётного периода Общество своевременно и детально раскрывало информацию о существенных корпоративных действиях Общества, включая основания и сроки совершения таких действий	<input checked="" type="checkbox"/> соблюдается <input type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	
7.2.2	Правила и процедуры, связанные с осуществлением Обществом существенных корпоративных действий, закреплены во внутренних документах Общества	1. Внутренние документы Общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, отчуждаемого или приобретаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью.	<input type="checkbox"/> соблюдается <input checked="" type="checkbox"/> частично соблюдается <input type="checkbox"/> не соблюдается	Внутренние документы Общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации. Крупные сделки и сделки с заинтересованностью в отчётном

		<p>2. Внутренние документы Общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для оценки стоимости приобретения и выкупа акций Общества.</p> <p>3. Внутренние документы Общества предусматривают расширенный перечень оснований, по которым члены Совета директоров Общества и иные предусмотренные законодательством лица признаются заинтересованными в сделках Общества</p>		<p>году Компанией не совершались</p>
--	--	--	--	--------------------------------------