



СОДЕРЖАНИЕ

1.	Обзор компании	2
	▪ Положение компании в отрасли	4
	▪ Бренды	8
2.	Обращение Председателя Правления и обращение Председателя Совета Директоров	28
3.	Ключевые события 2015 года	32
4.	Стратегия. Перспективы развития Компании	36
5.	Маркетинговая деятельность	38
6.	Дистрибуция и импорт	42
7.	Производство	74
8.	Экспортные операции Группа «ПентАгро»	76 80
10.	Финансовый обзор – отчет Совета директоров по приоритетным направлениям деятельности	82
11.	Социальная ответственность	88
12.	Акционерам и инвесторам	92
13.	Корпоративное управление	96
14.	Описание основных факторов риска. Управление рисками	112
15.	Консолидированная финансовая отчетность	116
16.	Приложение. Отчет о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления	122



История Компании

История ПАО «Синергия» берет своё начало в 1998 году, когда Александр Мечетин совместно с другими акционерами основал Акционерное общество «Синергия-Восток». В тот период основным бизнесом АО «Синергия-Восток» являлось развитие производства продуктов питания на Дальнем Востоке России. ПАО «Синергия» (далее также «Компания» или «Группа») было создано в декабре 2004 года в целях оптимизации корпоративной структуры сложившейся группы компаний.

В 1999 году был приобретен контрольный пакет одного из крупнейших производителей мясных продуктов в Приморье – ОАО «Мясокомбинат Находкинский».

В 2000 году в состав Группы входит АО «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ». Сегодня это предприятие является одним из лидеров на приморском рынке молочных продуктов.

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

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

В 2002 г. Группа приобрела контрольный пакет акций Открытого акционерного общества «Уссурйский бальзам» лидера рынка алкогольной продукции Приморского края.

В 2003 г. приобретен контрольный пакет акций Акционерного общества «Пермский вино-водочный завод «УРАЛАЛКО» крупнейшего производителя в Уральском регионе.

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

В 2005 году бизнес-направление «производство алкогольной продукции» Группы было расширено с приобретением контрольного пакета акций Акционерного общества «Ликеро-водочный завод «Хабаровский», что позволило Группе увеличить долю рынка алкогольных напитков в Дальневосточном Федеральном округе.

С 2005 года производство алкоголя становится стратегическим

ОБЗОР КОМПАНИИ

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 году в состав группы вошли также лидирующие предприятия Нижегородской и Кемеровской областей – Закрытое акционерное общество «РООМ» и Акционерное общество «Мариинский ликеро-водочный завод». В апреле 2006 года Группа продолжила развитие молочного направления и приобрела контрольный пакет акций Акционерного общества «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 году была заключена сделка по приобретению подмосковного завода «ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» и водочного бренда «Беленькая» - одного из лидеров в среднеценовом сегменте. Кроме того, в этом году был приобретен флагманский бренд группы Veluga, который вскоре стал абсолютным лидером в суперпремиальном сегменте.

В марте 2008 года 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»

Ликеро-водочные заводы

Акционерное общество «Архангельский ликеро-водочный завод»

Акционерное общество «Ликеро-водочный завод «Хабаровский»

Акционерное общество «Мариинский ликеро-водочный завод»

Акционерное общество «Пермский вино-водочный завод «УРАЛАЛКО»

Открытое акционерное общество «Уссурийский бальзам»

Общество с ограниченной ответственностью «Традиции качества»

ОБЗОР КОМПАНИИ

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 является производство и дистрибуция крепких алкогольных напитков самого высокого качества. Сегодня «Синергия» объединяет более 9000 сотрудников и представляет свою продукцию более чем в 70 странах мира.

Сбалансированный портфель торговых марок обеспечивает

ОБЗОР КОМПАНИИ

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» и собственным брендом грузинского коньяка «Сокровище Тифлиса», в категории шампанских и игристых вин – торговой маркой «VOGUE». Компания является лидером по производству горьких и сладких настоек, объединенных 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 Amarelula, рома Barcelo, винных компаний, включая такие известные марки как Cono Sur, Maset, Pasqua.

«Синергия» обладает одним из наиболее мощных и эффективных производственно-логистических комплексов в России: 6 ликеро-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 миллионов декалитров. Также Компания управляет собственной дистрибуционной системой в России, штат которой насчитывает около 3000 высокопрофессиональных сотрудников.

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

Высокий профессионализм и достижения Компании признаны деловым сообществом. Компания обладает долгосрочным международным рейтингом дефолта эмитента (РДЭ) на уровне «B+» и национальным долгосрочным рейтингом на уровне «A-(rus)», присвоенными агентством Fitch Rating.

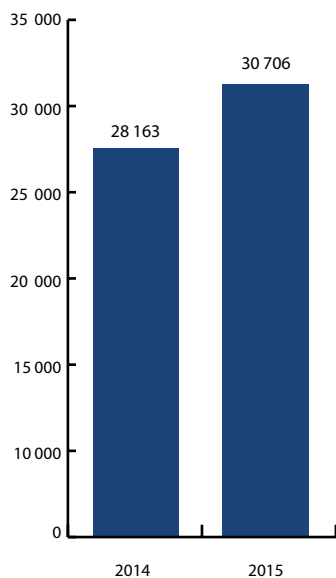
Группа компаний «Синергия» считает себя ответственным участником национального алкогольного рынка и реализует целенаправленную политику социальной ответственности. В этом направлении финансовая и организационная поддержка культурных и социальных проектов, благотворительная помощь являются важной частью 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 2015 года общие выплаты ПАО «Синергия» вместе с дочерними компаниями в бюджеты различных уровней составили более 21 миллиарда рублей.

ОБЗОР КОМПАНИИ

Обзор объемов продаж алкогольных напитков
(Обобщенная информация всех операционных пресс-релизов 2015 года)

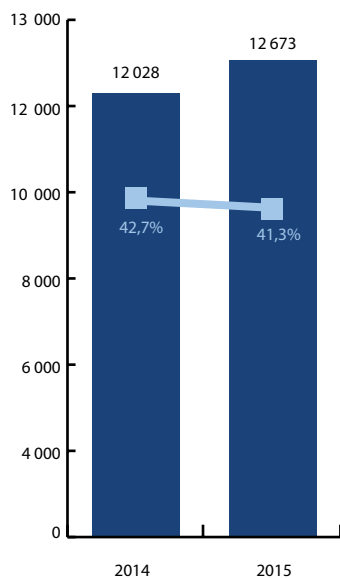
Продажи, '000 декалитры ¹	2015 г.	2014 г.	Изменение, %
Общий объем за год	9 870	11 021	-10
1 квартал	1 675	1 729	-3
2 квартал	2 426	2 645	-8
3 квартал	2 500	2 845	-12
4 квартал	3 268	3 803	-14

Выручка, млн. руб.



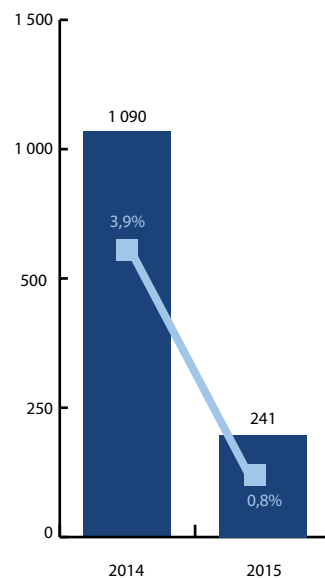
■ Выручка, млн. руб.

Валовая прибыль, млн. руб.



■ Валовая прибыль, млн. руб.
■ Рентабельность по валовой прибыли

Чистая прибыль, млн. руб.



■ Чистая прибыль, млн. руб.
■ Рентабельность по чистой прибыли

¹ 1 декалитр равен 10 литрам



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

БРЕНДЫ



В портфель стратегических федеральных брендов «Синергии» 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.

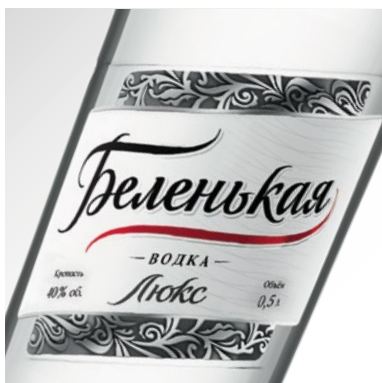
Водка Beluga – это флагман Компании, бренд №1 в России в сегментах супер и ультрапремиум. Уникальное сочетание традиций и инноваций вкупе с использованием только лучших ингредиентов позволили водке Beluga занять почетное место в списке символов России. Новейшее оборудование Мариинского ликеро-водочного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

В 2015 году Компания расширила линию Beluga (Beluga Noble, Beluga Gold, Beluga Transatlantic Racing и Beluga Allure), представив рынку лимитированный выпуск Beluga Celebration и серию биттеров Beluga Hunting: Beluga Hunting Herbal и Beluga Hunting Berry.

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 умягченной 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 & Мед», а также ликеры и настойки «Мягков» крепостью до 20% уже уверенно заняли свою нишу. В 2015 г. Компания запустила уникальную серию «Мягков Playboy» в сотрудничестве со всемирно известным журналом, которая моментально стала хитом продаж.

БРЕНДЫ



Водка «Беленькая» – одна из самых покупаемых водок в России. Этот факт отмечен победой в ежегодной национальной премии «Товар Года» в категории «Водка». «Беленькая» также продолжает укреплять свои лидерские позиции, увеличивая отрыв от основных конкурентов. Более того, бренд стабильно входит в список наиболее продаваемых водок мира по версии «The Millionaires' Club Drinks International». Такие результаты достигаются благодаря неизменно высокому качеству продукта.

Водка «Русский Лед». После революционного рестайлинга дизайна упаковки «Русский Лед» стал соответствовать всем критериям современного водочного рынка. Это оказало существенное влияние на продажи и расширение дистрибуции бренда в 2015 г.



Водка «Государев Заказ» – лидер эконом-сегмента на алкогольном рынке, входит в ТОП-7 российского водочного рынка. Продажи бренда демонстрируют уверенный рост на протяжении последних трех лет, в 2015 году объем продаж превысил 1 600 000 дкл. Водка «Государев заказ» завоевывает все больше и больше потребителей благодаря высокому качеству продукции, наследующей «государевы» традиции приготовления, которые подразумевают максимальную степень чистоты водки.

Бренди «Золотой Резерв». Компания активно работает как в водочном сегменте алкогольного рынка, так и в категории «Бренди». Отметим, что этот рынок является вторым по объему в России после водочного. Развивая собственный бренд «Золотой Резерв», компания вошла в пятерку крупнейших производителей бренди в России.



Бренди «Старая Гвардия» и «Каменный Лев». Компания продолжает уверенно наращивать свою рыночную позицию на рынке бренди, в том числе за счет расширения ассортимента выпускаемой продукции. Бренди «Старая Гвардия» успешно развивается в среднеценовом сегменте российского рынка, а «Каменный Лев» – один из лидеров субпремиального ценового сегмента.

БРЕНДЫ



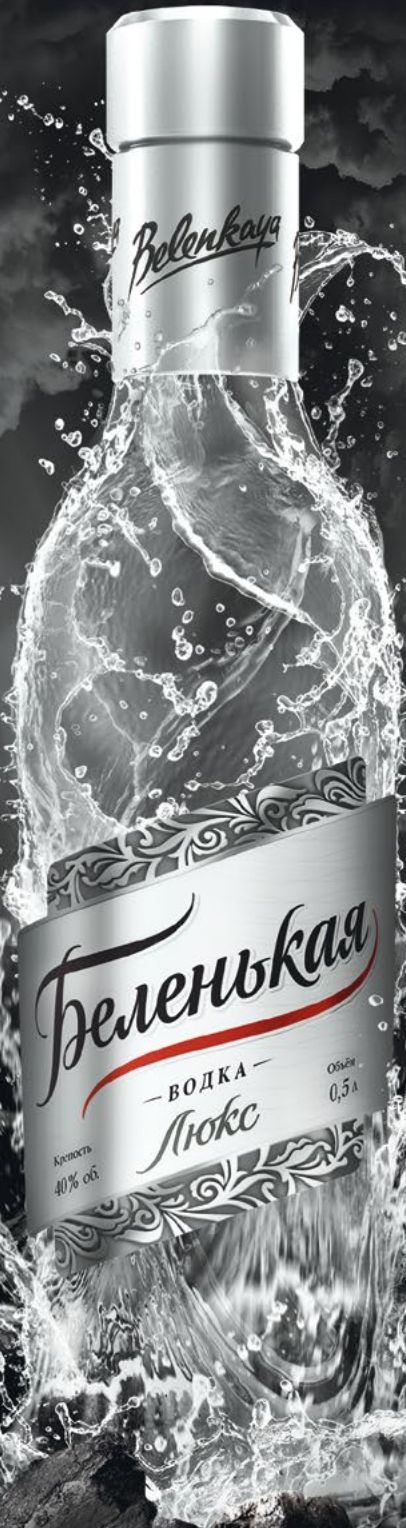
«Уссурийский бальзам» и **Doctor August**. В конце 2014 – начале 2015 года на прилавках страны появились три новинки: «Уссурийский бальзам», «Уссурийский ликер» и «Уссурийский корень». Кроме того, Компания вывела на рынок новый продукт – серию настоек **Doctor August**. Ассортимент вкусов беспрецедентен: 28 наименований, разделенных на пять категорий: горькие, сладкие и коньячные, ликеры и аперитивы.

В течение первого года **Doctor August** продемонстрировал рост объема продаж на 27%, заняв таким образом 9% рынка в РФ. В 2015 году произошло расширение линейки бренда за счет запуска слабоалкогольных вкусов: ягодных ликеров и аперитивов. Новые продукты за 2015 год также достигли значимых объемов продаж.

Успех бренда на рынке обусловлен не только современным и привлекательным дизайном продукции, который заметен на полке, но и использованием натуральных ингредиентов в настойках, традициями производства на заводах с многолетней историей – «Алви» и «Уссурийский Бальзам», а также полной соборной историей, в которой каждый потребитель сможет найти свой вкус.

ПРЕЗЕРВНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АККОМУ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

Беленькая



Каждая капля водки «Беленькая» **ПРОХОДИТ ЧЕРЕЗ 13 МЕТРОВ** безжалостного угольного фильтра

СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА ВОДКИ «БЕЛЕНЬКАЯ»

НАИМЕНОВАНИЕ ПРИМЕСИ	ГОСТ 12712-2013 не более	Водка «Беленькая» не более
Массовая концентрация сивушного масла (мг/дм ³)	5,0	1,6
Массовая концентрация уксусного альдегида (мг/дм ³)	3,0	2,5
Массовая концентрация сложных эфиров (мг/дм ³)	5,0	0,5

www.belenkaya.ru

*Содержание примесей указано в перерасчёте на безводный спирт в водке «Беленькая Люкс»



BELUGA



Водка Beluga – первый глобальный российский бренд, лидер в водочном сегменте супер-премиум и ультра-премиум в России по объемам продаж. Beluga производится на Мариинском ликеро-водочном заводе. В основе успеха продукта – ингредиенты высочайшего качества, труд мастеров, 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 продается более чем в 60 странах и 160 аэропортах по всему миру.

Beluga Noble – флагманский продукт бренда. Своим вкусом Beluga Noble обязана уникальным натуральным компонентам в составе: солодовому спирту и чистой артезианской воде. После готовности напитка начинается тридцатидневный период «отдыха». Такая технология производства проверена веками и обеспечивает Beluga Noble насыщенный вкус и мягкий аромат. Beluga Transatlantic Racing – ограниченная серия водки, созданная в честь яхтенной команды Beluga, одержавшей множество побед на престижных соревнованиях по яхтенному спорту. Ячменный солод и уникальная система очистки через хлопковый фильтр делает вкус Beluga Transatlantic Racing легким, чистым и элегантным.

Beluga Allure – коллекционная серия водки Beluga, посвященная победам команды Beluga на крупных чемпионатах по конному поло. Beluga Allure олицетворяет истинные аристократизм и благородство, свойственные этому королевскому виду спорта, граничащему с искусством.

Beluga Gold Line – ограниченная серия водки Beluga, созданная для гурманов и настоящих ценителей прекрасного. Ее уникальный вкус – результат продолжительных творческих поисков мастеров Beluga. Каждая бутылка имеет свой индивидуальный номер и пробку, запечатанную горячим сургучом – еще один индикатор подлинности водки Beluga Gold Line.

Beluga Celebration – лимитированная серия водки Beluga Noble, посвященная юбилею Мариинского ликеро-водочного завода, основанного в 1900 году. Технология производства включает в себя двойную платиновую вакуумную металлизацию, покрытие бутылки золотым лаком и нанесение декора методом шелкографии. Этот юбилейный выпуск – знак уважения заводу с вековой историей.

Beluga Hunting – благородные биттеры Beluga Hunting Herbal и Beluga Hunting Berry создаются в сердце Сибири мастерами купажа, хранящими секреты производства водки Beluga. Уникальное сочетание трав и ягод, чистой артезианской скважин и солодового спирта воплотились в оригинальном и многогранном вкусе Beluga Hunting.

BELUGA



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&Мед», а также сладкую настойку «Мягков Рябина с коньяком» и ликер «Мягков Капучино». Лимитированная серия водки представлена «Мягков Playboy», запущенная в 2015 г.

В будущем бренд планирует расширить ассортимент, делая акцент на необычных и нестандартных продуктах, а также расширить предложение «женских» напитков.

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.

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

Рестайлинг коснулся всей упаковки линейки бренда. Рецепт и качество напитка остались неизменными, на прежнем высоком уровне.



МЯГКОВ



VEDA

Водка Veda – 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 грамотной стратегии продвижения в течение трех лет, бренд занял второе 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 ликеро-водочном заводе в Сибири, входящем в состав «Синергии».



РУССКИЙ ЛЕД

«Русский Лед» 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 счет использования высококачественного спирта класса «Люкс» и специальной технологии многоступенчатой очистки, которая включает в себя угольную, золотую и серебряную фильтрации.



БЕЛЕНЬКАЯ

«Беленькая» – самая покупаемая водка в России в 2014 году по данным всемирной информационно-исследовательской компании NIELSEN. Этот факт отмечен победой в ежегодной национальной премии «Товар Года» в категории «Водка». Кроме того, бренд входит в 10-ку самых продаваемых водок Мира (7-е место в рейтинге The Millionaires' Club is Drinks International, 2014).

Такие результаты достигаются благодаря неизменно высокому качеству продукта: показатели качества «Беленькой» в несколько раз превышают стандарты ГОСТа. Благодаря соблюдению традиций производства и строгих требований к качеству, когда каждая капля водки проходит сквозь 13 метров угляного фильтра, продукт пользуется завидным успехом у настоящих ценителей.

Развитие продуктовой линейки бренда достигается, прежде всего, за счет выпуска лимитированных серий. Новогодняя лимитированная серия на базе водки «Беленькая Люкс», выполненная в 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.

С целью привлечения дополнительной аудитории потребления «здесь и сейчас» был также запущен новый формат литража 0,1 л. – стакан. Преимущества нового формата очевидны: высокое качество продукции и удобный формат потребления.



БЕЛЕНЬКАЯ



ГОСУДАРЕВ ЗАКАЗ

Один из лидеров эконом-сегмента на водочном рынке – бренд «Государев Заказ» – в 2015 году вновь продемонстрировал рост и достиг объема продаж более 1 600 000 декалитров. После проведенного в 2011 году рестайлинга «Государев Заказ» демонстрирует ежегодный рост, уверенно входя в ТОП-7 лидирующих брендов в России. Помимо возрастающей популярности водки «Государев Заказ» у потребителей, причинами роста являются широкий ассортимент продукции, увеличивающиеся темпы роста эконом-сегмента в целом и расширение дистрибуции до 85 000 торговых точек.

В частности, в 2015 году продажи водки «Государев Заказ» стартовали в магазинах всех федеральных сетей в Москве и Московской области – крупнейшего рынка в России.

По прогнозам, в 2016 году рост продаж продукции под торговой маркой «Государев Заказ» продолжится и составит по итогам года 1 900 000 декалитров, что будет означать удвоение объема продаж, начиная с 2011 года.



КАМЕННЫЙ ЛЕВ

Бренди «Каменный Лев» – это новинка в ассортименте бренди «Синергии», которая призвана усилить позиции компании в суб-премиальном сегменте. «Каменный Лев» был создан по образцу лучших европейских представителей и выгодно отличается от конкурентов в категории российского коньяка. Основное преимущество бренда «Каменный Лев» – производство только из французских коньячных материалов. Статусный строгий дизайн бутылки, выполненной в премиальной матовой темно-зеленой цветовой гамме, добавляет привлекательности продукту. Вкус «Каменного Льва» отличается нотами фруктов с легкими оттенками ванили и шоколада.



СТАРАЯ ГВАРДИЯ

Еще один бренди среднеценового сегмента – «**Старая Гвардия**». Этот продукт органично дополнил ассортимент бренди Компании. Оригинальный вкус, полученный благодаря использованию французских коньячных материалов, яркий дизайн продукта, олицетворяющий мировую военную историю, – все это обеспечивает бренди «Старая Гвардия» повышенный интерес со стороны потребителей.



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. Ежегодное увеличение продаж позволило Компании войти в пятерку крупнейших производителей бренди в России. Для достижения этой цели был проведен рестайлинг бренда: фирменная бутылка теперь украшена металлической подвеской в виде виноградной лозы, а новая этикетка отразила факт использования французских дистиллятов.



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.



DOCTOR AUGUST



КАПИТАНСКИЙ

На старейших заводах «Синергии» – «Уссурийский Бальзам» и «АЛВИЗ» – продолжается производство линейки напитков «Капитанский Ром» и «Капитанский Джин». Использование натуральных специй позволило специалистам заводов значительно улучшить вкус продуктов, который много лет известен потребителям на региональных рынках.

2015 год стал крайне успешным для бренда. Сегодня он обладает широкой федеральной дистрибуцией и представлен во всех федеральных сетях, в том числе и в целевых магазинах – сетях-дискаунтерах, большинстве региональных сетей и множестве магазинов несетевого розницы. Общее количество торговых точек, где продается бренд, достигает 40 000. Объем продаж торговой марки в два раза превысил первоначальные планы.

Для укрепления позиций в категории аналогов на 2016 г. запланирован запуск новых потенциально объемных продуктов – бренди и виски.

Продажи категорий рома, джина и виски уверенно растут в России, при этом основной объем продаж приходится на эконом сегмент. Линейка крепкого алкоголя «Капитанский» предназначена для предложения этих напитков потребителю по «первой цене».



УССУРИЙСКИЙ БАЛЬЗАМ

«Уссурйский бальзам», «Уссурйский ликер» и «Уссурйский корень» производятся с помощью самых передовых технологий, максимально сохраняющих природную силу и вкус таежных растений. Мощный тонизирующий эффект достигается за счет точного соблюдения секретной фирменной рецептуры.

В СССР «Уссурйский 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



АЛЕКСАНДР
МЕЧЕТИН

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ
ПРАВЛЕНИЯ

Уважаемые акционеры, партнеры, клиенты!

В 2015 году Компания, несмотря на сохраняющиеся непростые условия, продолжала реализовывать долгосрочную стратегию развития, сконцентрировавшись на диверсификации бизнеса и повышении его операционной эффективности. На фоне общей нестабильной экономической ситуации в 2015 г. «Синергия» продемонстрировала рост определенных финансовых показателей благодаря проактивному подходу ко всем направлениям деятельности.

Компания увеличила чистую выручку на 9%, выручку алкогольного сегмента на 6%, а валовую прибыль на 5%, несмотря на 10-ти процентное снижение отгрузок в натуральном выражении. Последнее обусловлено характерным для кризиса набором факторов: падением покупательской способности потребителя и, как следствие, общим снижением товарооборота в стране, сохранением значительной рыночной доли нелегальной продукции.

Вместе с тем было зафиксировано снижение чистой прибыли вследствие значительного удорожания стоимости финансирования в первой половине 2015 года. Благодаря начатой в прошлом году программе по повышению эффективности бизнеса, включающей ряд мер: сокращение операционных издержек, в первую очередь административных затрат; инновационный рестайлинг продукции с фокусом на импортозамещение комплектующих; оптимизация производственной платформы; Компания, тем самым, создала серьезную базу для улучшения показателей рентабельности в 2016 году и далее.

Сегодня «Синергия» занимает лидирующую позицию на рынке ликеро-водочной продукции, обладая диверсифицированным портфелем из брендов-лидеров, масштабной и уникальной дистрибуционной платформой, являясь независимым импортером №1 премиальных спиртных напитков.

В отчетном периоде Компания в рамках стратегии максимальной диверсификации вывела на рынок ряд брендов, обладающих значительным потенциалом. Среди них: водка «Георгиевская», ром и джин «Капитанский», широкая линия игристых вин «Vogue», коньяк «Сокровище Тифлиса». Развивался и флагманский супер-премиальный бренд Компании - Beluga. Здесь мы расширили своё присутствие за счёт эксклюзивной серии водки Beluga Celebration, а также биттеров Beluga Hunting Herbal и Beluga Hunting Berry.

В 2015 г. динамично развивалась дистрибуция импортируемой продукции компаний-партнеров. По итогам года рост импорта составил 32% (461 тыс. декалитров).

Были подписаны эксклюзивные контракты с новыми партнерами в лице компаний Allied Brands S.R.L. и Sazerac. Теперь Ком-

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПРАВЛЕНИЯ

пания представляет на территории России итальянский абсент Xenta и американские бурбоны Benchmark и Buffalo Trace. Также портфель «Синергии» пополнился легендарным ромом Sailor Jerry и виски-ликёром Drambuie от нашего стратегического партнера – компании William Grant&Sons. Сегодня «Синергия» продолжает уверенно оперировать в большинстве высокодоходных категорий, что положительно сказывается на доходности бизнеса в целом и напрямую влияет на его устойчивость.

*Александр Мечетин,
Председатель правления ПАО «Синергия»*

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ



СЕРГЕЙ
МОЛЧАНОВ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ
СОВЕТА
ДИРЕКТОРОВ

Уважаемые акционеры,

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

2015 год поставил перед для индустрией, и «Синергией» в частности, новые задачи. В ответ на вызовы времени, максимально диверсифицируя свои направления деятельности, мы продолжили поступательное движение вперед, несмотря на общую нестабильную экономическую ситуацию.

Используя рыночные преимущества, «Синергия» на протяжении 2015 года 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 и фокус на диверсификацию нашего 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 современному 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.

ОБРАЩЕНИЕ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ

Безусловно, большой вклад в успехи Компании вносят и все сотрудники «Синергии». От лица Совета директоров я благодарю коллектив за упорный труд, лояльность, самоотдачу. Также хочу выразить признательность всем инвесторам и партнерам, верящим в Компанию и поддерживающим её.

*Сергей Молчанов,
Председатель совета директоров ПАО «Синергия»*

3

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2015 ГОДА



Новинки от Beluga

Флагманский супер-премиальный бренд компании Beluga представил рынку эксклюзивные новинки, которые с момента появления сразу завоевали широкий успех среди ценителей благородной водки. В последнем квартале 2015 года Beluga начала выпуск лимитированной серии, посвященной 115-летию Мариинского ликеро-водочного завода и призванной привлечь внимание к бренду на полке. Изготовленная по уникальной технологии бутылка Beluga Celebration была представлена в крупных сетевых магазинах на территории России, а также с большим интересом встречена на экспортных рынках и международных индустриальных выставках.



В конце 2015 года бренд Beluga представил новинку в новой для себя категории биттеров – серию Beluga Hunting. Как и водка Beluga, супер-премиальные биттеры Beluga Hunting Herbal и Beluga Hunting Berry производятся на Мариинском ликеро-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.



Линия игристых вин Vogue

В октябре 2015 г. Компания совместно с издательским домом Conde Nast представила рынку свою новую разработку – линию российского премиального шампанского Vogue. Шампанское Vogue производится на мощностях одного из лидирующих предприятий в категории российских вин из премиального сортового российского винограда методом Charmat. Линия включает в себя 5 наиболее востребованных на российском рынке SKU: три вида белых, розовое и красное вино.

Категория российского шампанского является перспективной в силу значительной емкости категории (15,5 млн. декалитров) и возрастающей популярности российского шампанского у потребителя. Кроме того, выпуск шампанского именно из российского винограда законодательно позволяет в перспективе размещать рекламу на ТВ, в прессе и сети Интернет, что является значимым конкурентным преимуществом при достижении запланированных рыночных целей.

Без сомнения, бренд-икона стиля и красоты – Vogue – и самая премиальная категория вин – шампанское – идеально подходят друг другу, что подтвердил уверенный старт продаж в 4 квартале 2015 года.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2015 ГОДА



Водка «Георгиевская»

В прошедшем году портфель «Синергии» пополнился еще одним брендом с высоким потенциалом – водкой «Георгиевской». Продукт, позиционируемый в среднеценовом сегменте воплощает в себе идею национальных ценностей, повода для гордости за историю страны. Бренд представлен двумя SKU 0,5 и 0,7 л. и отличается высочайшим уровнем производства – отборное сырье, предварительная фильтрация через три слоя кварцевого песка, 3-х уровневая фильтрация через угольные батареи, а также 2 каскада золотых фильтров.



Усиление присутствия в категории коньяка

Прошедший год стал успешным для компании в коньячной категории. «Синергия» стала единственным независимым российским производителем коньяка, нарастившим выпуск данной продукции на 11,5%. В рамках направления, помимо развития существующих успешных марок, таких как «Каменный Лев» и «Старая Гвардия», компанией была выпущена новинка – собственная торговая марка 3-х летнего коньяка «Сокровище Тифлиса».



Эта категория обладает одним из наиболее сильных потенциалов среди импортных коньяков, активно восстанавливая свои позиции на рынке в последнее время. Производство состоялось на мощностях одного из лидирующих и динамично развивающихся производителей грузинского коньяка – «Кахетинское традиционное виноделие». Данный бренд призван еще более усилить позиции компании в перспективной и растущей коньячной категории.

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ 2015 ГОДА



Расширение импортного портфеля

«Синергией» подписаны важные долгосрочные соглашения с компаниями Allied Brands S.R.L. и Sazerac о дистрибуции итальянского абсента Xenta и американских бурбонов Benchmark и Buffalo Trace в России.

Xenta является лидером категории «абсент» в России и представлена в портфеле «Синергии» тремя SKU Xenta, Xenta Distilled и Xenta Superior, рассчитанными на самый взыскательный вкус потребителя.

Американские бурбоны Benchmark и Buffalo Trace давно уже стали легендарными среди ценителей высококачественного алкоголя, теперь они представлены и в России.



В импортный портфель Компании в 2015 г. также вошел легендарный карибский ром Sailor Jerry и виски-ликёр Drambuie от компании William Grant&Sons.

В целом, по итогам года рост импорта составил 32%. Сегодня доля импортной продукции в выручке компании занимает 13,3%, а сама «Синергия» является крупнейшим независимым российским импортером, а также №4 среди глобальных импортеров, занимая более 7% этого направления.





МЯГКОВ — ИСТОЧНИК МЯГКОСТИ

ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

4

СТРАТЕГИЯ



В основе стратегии компании «Синергия» лежит лидерство в производстве и дистрибуции алкогольных напитков в России. Кроме того, одной из основных целей, которую Компания ставит перед собой, является максимально широкое международное признание и узнаваемость бренда Beluga. Реализация поставленных задач достигается Компанией через расширение прямой дистрибуции, усиление выделенных сбытовых команд, повышение узнаваемости и представленности брендов «Синергии». Основной акцент Компания делает на максимально возможной диверсификации своих операций как на внешних, так и на внутренних рынках.

Посредством органического роста и расширения сфер деятельности «Синергия» планирует занять 20-25% легального алкогольного рынка России. Необходимо отметить, что сегодня Компания управляет сбалансированным портфелем федеральных брендов, охватывающим основные категории во всех ценовых сегментах.

Компания нацелена на рост доходности за счет премиумизации и диверсификации продаж алкогольной продукции. Компания также придерживается консервативного подхода к показателям долговой нагрузки, нашей целью здесь является не превышение трехкратного показателя отношения чистого финансового долга к EBITDA.

Перспективы развития компании

С 2002 года «Синергия» проводила политику целевого отбора брендов для включения их в свою федеральную дистрибуцию, и сегодня портфель собственных брендов Компании включает торговые марки в категориях водки, настоек и бальзамов, бренди.

Эти марки продаются на территории всей России и пользуются высоким спросом. Стратегия развития, которой придерживается Компания, позволяет ей постоянно повышать общую эффективность, оптимизировать производственные затраты, системно расширять рынок сбыта продукции. В дополнение к этому, Компания рассматривает возможность усиления своей системы сбыта путем выборочного добавления в дистрибуционный портфель премиальных международных брендов, что будет способствовать повышению операционной эффективности Компании. Развивая собственные торговые марки в категории бренди, Компания планирует охватить не менее 10% этого рынка, второй крупнейшей категории крепких спиртных напитков в России. В сегменте настоек компания занимает около 15% рынка и планирует увеличить свою долю до 20-25%.

В рамках диверсификации своей деятельности Компания планирует расширять эксклюзивную дистрибуцию известных

СТРАТЕГИЯ



импортных брендов, а также экспортные операции. Компания является крупнейшим российским независимым импортером крепкого алкоголя и одним из ведущих экспортеров ликероводочной продукции. Стратегия развития предусматривает наращивание лидерства в экспортно-импортных операциях.

В 2015 году Компания продолжила импортировать вина из основных винодельческих стран и планирует развивать это направление дальше.

Из-за ограничений рекламы крепкого алкоголя, Компания придает большое значение трейд-маркетинговой активности, работает над расширением качественной представленности ее брендов на полках магазинов. «Синергия» тщательно контролирует формат и параметры такого размещения продукции, развивая свою систему дистрибуции, в частности, за счет увеличения количества эксклюзивных торговых команд.

5

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



Маркетинг занимает одно из ключевых мест в деятельности Компании: команда профессионалов не прекращает поиск и разработку 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 объеме 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 остается поддержание супер-премиального имиджа бренда и создание информационных поводов для потребителя.



Имиджевые активации Beluga в точках продаж

В 2015 г. был осуществлен сезонный брендинг флагманских заведений Москвы, Санкт-Петербурга, Сочи и других крупных городов России. На лучших российских горнолыжных курортах открылись apres-ski зоны Beluga. Внимание посетителей привлекали качественный брендинг пространства - бары Beluga, выполненные из ценных пород дерева с элементами ковки, элегантные сани в стиле ар-деко, продуманная атмосфера с элементами уютного французского шале, а также сезонные горячие коктейли на основе водки Beluga.

Летом были забрендированы террасы флагманских летних ресторанов и лучших отелей России (Причал, Duran бар, отели Four Seasons, Ritz, Kempinski, Radisson), предлагавшие гостям авторские коктейли на основе Beluga, разработанные шеф-барменами заведений, а также специальные гастрономические сет-ы. В рамках сотрудничества с ключевыми партнерскими заведениями для них были выпущены кастомизированные бутылки водки Beluga Noble (Beluga для бара «Московский», Beluga для ГУМа).

В 5-звездочных отелях различных стран были размещены фирменные шкафы Beluga в стиле ар-деко, а в ряде люксовых заведений по всему миру – организованы дизайнерские витрины с выкладкой Beluga. Витрины размещались в лучших торго-

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



вых комплексах и икорных бутиках Лондона, Парижа, Канн и Монако.

В историческом центре Москвы в ГУМе открылось первое гастрономическое пространство бренда – Beluga Caviar Bar. Благородный интерьер в стиле ар-деко, изысканное меню, продуманная коктейльная карта, фирменные материалы и элегантная атмосфера призваны привлечь внимание к водке Beluga отечественных и зарубежных туристов, а также жителей столицы, создав уникальный опыт взаимодействия с брендом. В целях продвижения имиджа в канале Duty Free в аэропортах Бейрута и Канкуна были размещены элегантные брендированные зоны «Siberian Express» в стиле ар-деко, где проводились промо-акции и дегустации водки Beluga. В июне 2015 г. специально разработанный стенд Beluga Transatlantic украсил пространство аэропорта в Дубае.

Beluga участвует в значимых событиях по всему миру

В 2015 году Beluga стала партнером целого ряда крупных культурных событий в России и за рубежом, поддержав открытие крупнейшего в России и Европе Центра современного искусства «Гараж» и ряд организованных им крупных выставок, международную ярмарку современного искусства Cosmoscov, гастрономический фестиваль Omnivore, 56-ю Биеннале современного искусства в Венеции, Dubai World Cup 2015 – одно из престижнейших соревнований мира по верховой езде.

С целью повышения уровня знания бренда по всему миру и в рамках выстраивания супер-премиального имиджа Beluga успешно сотрудничает с лучшими мировыми исполнителями и видео-режиссерами, фигурируя в популярных музыкальных видеоклипах. В 2015 г. водка Beluga работала с такими звездами, как Jennifer Lopez, Akon, Jason Derullo, Rita Ora, Chris Brown, Pitbull, каждый клип с участием которых набирает миллионы просмотров по всему миру. В ряде стран проводились интегрированные рекламные кампании, была задействована наружная реклама и размещения на ТВ, в аэропортах, премиальной прессе и точках продаж; в рамках работы с лучшими мировыми курортами, отелями и ночными клубами водка Beluga поддерживала их ключевые сезонные активации и мероприятия.

Работа с профессиональными сообществами

Водка Beluga стала официальным алкогольным партнером всемирной выставки EXPO-2015 в Милане, проходившей с мая по конец октября 2015 года. Бренд также с успехом представил свои новинки партнерам и игрокам индустрии на крупнейших международных профессиональных выставках – Bar Convent Berlin, TFWA World Exhibition, Monaco International Clubbing Show,

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



где пользовавшийся популярностью стенд Veluga был признан лучшим среди участников. В 2015 г. были организованы барменские конкурсы на ключевых европейских рынках и подписаны соглашения о долгосрочном сотрудничестве с именитыми мировыми барменами.

Мягков Playboy

В 2015 был запущен беспрецедентный проект МЯГКОВ в сотрудничестве с журналом PLAYBOY.

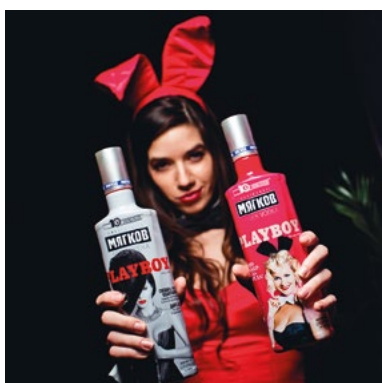
Мы выбрали 10 лучших обложек культового журнала из разных стран, начиная с 1960-х годов, и пересняли их с участием русских моделей. Полученные ремейки легендарных обложек легли в основу уникального дизайна лимитированной серии водки «МЯГКОВ PLAYBOY».



Подготовительный этап проекта занял около 2-х 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-ти лучших обложек по версии «Мягков» были отобраны 500 обложек легендарного журнала начиная с 1960-го года из всех стран присутствия. Для нон-стоп съемки 10-ти ремейков обложек в студии в Москве было потрачено 3 рабочих дня, в которых участвовали более 20 стилистов, визажистов, фото- и видео-операторов и 1 грузовик реквизита.

Основой ремейка отобранных со всего мира обложек стали модели из РФ, схожие 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 съемок 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 также 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.

Проекту был дан старт в Ноябре 2015 с первыми отгрузками серии в сеть X5. До конца 2016 года мы планируем выпустить порядка 4 000 000 бутылок. Проект подобного уровня реализован на международном алкогольном рынке впервые и поддерживается полномасштабной рекламной кампанией.

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



«Беленькая»

Продвижение и поддержка бренда в 2015 году осуществлялась за счет размещения рекламы на футбольных матчах чемпионов и ведущих команд России в рамках игр национальной сборной, Лиги чемпионов, play-off Лиги Европы 2015/2016 гг. и Объединенного суперкубка 2015 г., которые транслировались на центральных телеканалах страны (Первый Канал, Россия 1, Россия 2, НТВ). Охват каждого матча оценивается в 40 млн. зрителей. В 2015 г. Беленькая провела комплексную рекламную кампанию - широкомасштабное размещение рекламы в точках продаж в городах-миллионниках. Данная кампания повысила узнаваемость бренда и повлекла значительный рост продаж бренда в 4 кв. 2015 г.

В рамках экспортного направления регулярно проводятся масштабные рекламные кампании на центральных каналах ТВ Литвы и Армении. Кроме того, задействована наружная реклама, как наиболее эффективный и охватный инструмент. Брендированные билборды размещаются на главных улицах столиц и крупных региональных городов Грузии и Латвии.



Государев Заказ: 5 лет роста

Один из лидеров эконом-сегмента на водочном рынке – бренд «Государев Заказ» – в 2015 году вновь продемонстрировал рост и достиг объема продаж более 1 600 000 дкл. После проведенного в 2011 году рестайлинга «Государев Заказ» демонстрирует ежегодный рост, уверенно входя в топ-7 лидирующих брендов в России. Помимо возрастающей популярности водки «Государев Заказ» у потребителей, причинами роста являются широкий ассортимент продукции, увеличивающиеся темпы роста эконом-сегмента в целом и расширение дистрибуции до 85 000 торговых точек. В частности, в 2015 году продажи водки «Государев Заказ» стартовали в магазинах всех федеральных сетей в Москве и Московской области – крупнейшего рынка в России.

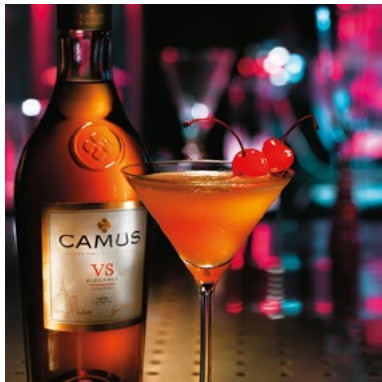


Настойка Usuri Корень женьшеня и мед: выход на федеральный рынок

Настойка Usuri Корень женьшеня и мед – новое направление в ассортименте Компании. Запуск призван сформировать уникальную нишу настоек с вложением в премиальном сегменте и занять уверенное место на полках в ключевых сетевых магазинах на территории всей страны. Продукт создан на одном из старейших заводов ОАО «Уссурийский Бальзам» и уникален тем, что в каждую бутылку вручную помещается настоящий корень женьшеня. Основными каналами продвижения станут торговые сети и канал NORECA. Также новый бренд будет представлен экспортным рынкам. В ближайшее время портфель будет расширен новыми запусками в этой же категории.

6

ДИСТРИБУЦИЯ И ИМПОРТ



Дистрибуция

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

Сегодня в команде, которая занимается продажами, работает более 3 600 человек. География дистрибуционной сети Компании делится на две части: Запад и Восток. В тех регионах, где расположены ликеро-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 выполнение плана и оптимизировать эффективность распределения собственных сил. Продажи в настоящее время сопровождаются реализацией программы по торговому маркетингу, в частности, мотивационными акциями для партнеров и распространением рекламных материалов в точках продаж.

Например, программа, ориентированная на мотивацию торговых точек выставлять 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 организуют 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 2015 году 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 ликера, вина и абсента.

ДИСТРИБУЦИЯ И ИМПОРТ



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 2015 года являются бренды компании William Grant & Sons: Grant's, Glenfiddich, Balvenie. Надежные позиции сохраняет бренд с многовековой историей – французский коньяк CAMUS. Отличные результаты продаж показал новый бренд – доминиканский ром Ron Barcelo.

С мая 2015 г. «Синергия Импорт» начала продажи бренди №1 в мире Torres. С июля 2015 года Синергия стала эксклюзивным импортером абсента XENTA, лидером категории «абсент» в РФ.

Также в 2015 г. был подписан контракт с брендом Sazerac, старт продаж бурбонов Buffalo Trace и Benchmark намечен на июнь 2016 года, а в конце 2016 года планируется запустить продажи бренда Fireball.

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

- с момента начала проекта (сентябрь 2014 года) объем продаж по импортным винам значительно увеличился, а в 2016 году компания планирует удвоить объем продаж;
- сформирован ассортиментный портфель мировых брендов от крупных винодельческих компаний: ConoSur (Чили), PASQUA (Италия), Murviedro (Испания), Les Grands Chais de France (Франция), Fratelli Martini (Италия), Distell (ЮАР);
- заключены контракты с крупнейшими поставщиками вин Нового Света: Grupo Peniaflor (Аргентина), BERTON Vineyard (Австралия). Подбран широкий ассортимент премиальных вин для канала прямых продаж он-трейд от компании «Нобл Хаус»;
- разработан отдельный подход к продажам и продвижению винного ассортимента. Сформирована отдельная команда продаж и маркетинга по развитию винного направления.

GRANT'S

История **Grant's** началась благодаря Уильяму Гранту в далеком 1898 году, 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 счет производства на основе зернового виски Гирван. Виски проходит вакуумную дистилляцию в условиях относительно низких температур, что способствует сохранению легких 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 придает вкусу виски нежность крем-брюле и шелковистость солодовых ноток.

Grant's Sherry Cask. Выдержка виски в собранных вручную бочках из-под хереса придает теплые 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 своем роде.

GRANT'S



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 неиспользованных ранее бочках из испанского и американского дуба.

Glenfiddich 15 Years Old – односолодовый виски с богатым ярким медовым пряным вкусом. Выдержан в трех 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 еще 3 месяца в дубовых чанах для «женитьбы» спиртов.

Glenfiddich 19 Years Old Age of Discovery – это многогранный вкус с нотами спелого инжира, запеченных фруктов, корицы и черного 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. Впервые шотландский виски довыдерживается в бочках из русского дуба. Вкус яркий, танинный, сладковато-дубовый. Главный акцент – горчинка верескового меда.

Glenfiddich 21 Years Old Gran Reserva. Выдержка в бочках из американского дуба в течение 21 года придает мягкий и богатый вкус, а довыдержка в бочках из-под карибского рома придает 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, шелковый, 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 приобрел необычный тон бересты.

GLENFIDDICH



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. Долгие годы этот виски 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 перемещен 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 ее спирты входят в купаж особенного виски Monkey Shoulder, но никто не пробовал их в виде односолодового экземпляра.

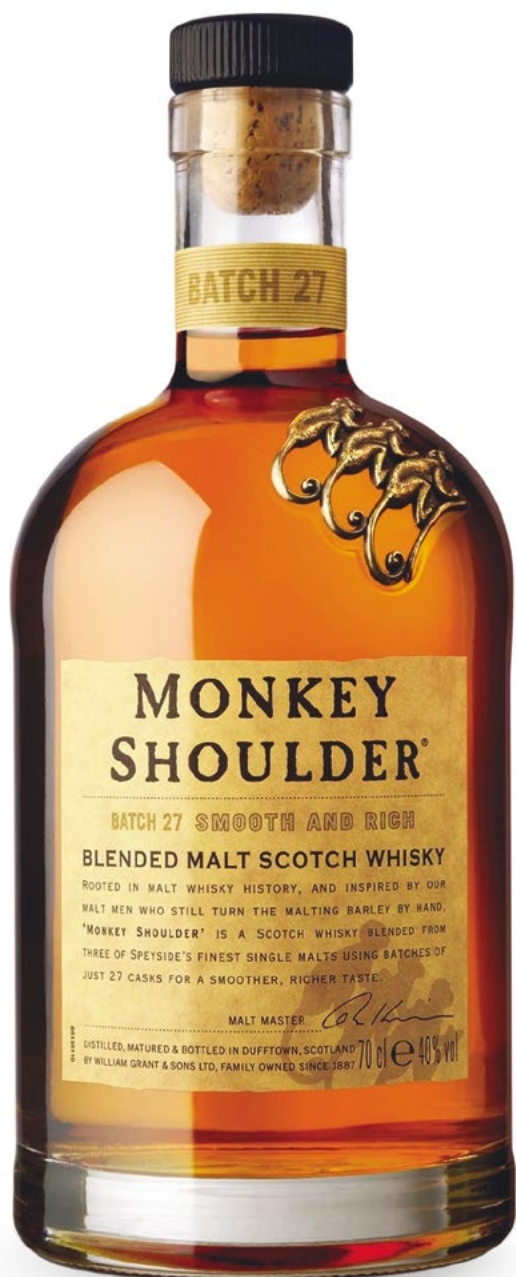
THE BALVENIE



MONKEY SHOULDER

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

Мастер винокурни собственноручно отбирает не более 27 бочек трех 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 меда и пряностей пробиваются через богатую ванильную сладость. **Monkey Shoulder** – «самый желанный шотландский виски в лучших барах мира» по версии журнала Drinks international



TORRES

Бренди с историей и наследием из региона Эль Пenedес (Барселона). Еще в 1928 году 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 – Пenedес», 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 награжден на самых престижных соревнованиях в сфере алкогольной продукции.



CLAN MACGREGOR

Высококачественный шотландский виски **Clan MacGregor**, которым наслаждаются более чем в 30 странах мира, гордо несет свой символ и девиз, наряду с персональным знаком отличия 24-го главы клана МакГрегор, Сэра Малькольма МакГрегора. Родоначальником клана считается Грегор, третий сын Альпина, который был королем Шотландии в 8 веке н.э. Благодаря этой связи с королем, 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 их 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.



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 своем роде микс из специй и других естественных вкусовых добавок, наиболее яркие из которых – ваниль и корица. Результат – сногшибательный, высококачественный, олдскульный карибский ром со специями. Нестареющая классика!



TULLAMORE D.E.W.

Ирландский купажированный виски **Tullamore D.E.W.** – премиальный купажированный 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 еще большую мягкость и чтобы он подходил бы в дальнейшем для всех случаев жизни, будь то встреча с друзьями или ужин в кругу семьи. Tullamore D.e.w. можно наслаждаться как в чистом виде, так и со льдом, или с содовой и лаймом. В линейке **Tullamore D.E.W.** помимо купажа стандартной выдержки представлены еще 2 продукта: односолодовый виски **Tullamore D.E.W. 10 Years Old** и купажированный **Tullamore D.E.W. 12 Years Old**. **Tullamore D.E.W. 10 Years Old** выдерживается в течение 10 лет в бочках из-под бурбона, хереса оlorосо, портвейна и мадеры. Это единственный ирландский односолодовый виски, который доводится до совершенства в бочках четырех разных видов. Специально отобранные бочки обогащают и усиливают аромат напитка, в результате он приобретает восхитительно сложный и насыщенный вкус.

Tullamore D.E.W. 12 Years Old – купажированный ирландский виски, созданный из тщательно отобранных бочек 12 и 15-летней выдержки. Совершенство напитку придает тройная дистилляция, кристально чистая вода, отборный ячмень, солод и выдержка в бочках из-под бурбона и хереса «олоросо».

TULLAMORE D.E.W.



MILAGRO

Текила Milagro – больше, чем просто текила. Создается из 100% голубой агавы. Сырье, которое выращивается на собственных плантациях, собирается вручную и запекается в керамических печах. Тройная дистилляция небольшими партиями рождает напиток с легким ароматом и мягким вкусом. Сорта Reposado и Anejo 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 легким 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 вкус, с нотами ванили, черного перца, корицы и сухим послевкусием.

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

MILAGRO



HENDRICK'S

Премиальный шотландский джин Hendrick's – это джин, который изготавливается необычным образом с добавлением необычных ингредиентов, придающих ему оригинальный вкус и аромат – экстракты 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.

Удивительно богатое и интригующее сочетание растительных ингредиентов, с доминантой в виде ароматов розы и огурца. Уникальное сочетание самых разных ингредиентов **Hendrick's** изготавливают в Шотландии, используя только чистейшую воду из местных естественных источников.



DRAMBUIE

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



CAMUS

CAMUS представляет историю коньячного дома, который с 1863 года 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.

Визитной карточкой Коньячного Дома являются спирты из самых ценных виноградников семьи Камю в Бордери. CAMUS является одним из крупнейших землевладельцев в краю 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. Элегантность – главное свойство, определяющее коньяки CAMUS и Camus VS ELEGANCE, воплощает жизненную энергию молодости в свежем и ярком коньяке.

CAMUS VSOP ELEGANCE обязан своими превосходными вкусовыми свойствами купажу вин, дистиллированных на осадке. CAMUS XO ELEGANCE – 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 подчеркивает и раскрывает достоинства каждого из них.

BORDERIES. VSOP 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. 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. Яркий, йодистый, пряный вкус с тонами ванили.

CAMUS



BERNEROY

Кальвадос **Berneroy** – один из лучших в мире алкогольных напитков с ароматом яблок и старого дуба, производится в Нормандии, знаменитой провинции Франции, по меньшей мере, в течение пяти веков. Изготавливается из тщательно отобранных яблок лучших садовых хозяйств. Однократная дистилляция способствует концентрации фруктового букета сидра и придает продукту натуральный яблочный вкус. Выдержка в испытанных годами дубовых бочках ограничивает содержание дубильных веществ и сохраняет насыщенность аромата.



BERNEROY



RON BARCELO

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, проведенное в бочке из американского дуба, продукт приобретает богатый янтарный цвет, уникальный аромат и запоминающийся вкус. Своеобразным признанием исключительного качества **Barcelo** говорит тот факт, что швейцарская шоколадная компания Lindt выбрала для начинки своих новых пралине **Ron Barcelo Gran Acejo** из 500 ромов на рынке.



RON BARCELÓ



XENTA

Лидер категории «абсент» в России. **Xenta** – абсент для настоящих ценителей: он готовится по подлинному рецепту XIX века, путем 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 супер-премиум 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. Фильтрация, осуществляемая по специальной технологии, сохраняет ароматические свойства полыни и придает 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.



AMARULA

Amarula Cream – уникальный африканский продукт. Этот сливочный ликер на основе плодов диких деревьев Марула, произрастающих исключительно на субэкваториальных африканских равнинах, известен по всему миру как один из истинных символов Южной Африки. Молодой напиток проходит выдержку в дубовых бочках в течение двух лет, а затем смешивается до получения ровной консистенции со свежайшими сливками. Такой процесс получения ликера соответствует самым высоким стандартам, в результате чего рождается богатый и мягкий сливочный продукт. Ароматным и исключительно приятным на вкус ликером Amarula Cream можно наслаждаться в чистом виде, со льдом или в составе многочисленных коктейлей.



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. Virtuозная перегонка катализирует эфирные фруктовые нотки в нашем спирте, создавая вкусы цитрусовых, ванили, сливок, печеных осенних фруктов и карамелизированных яблок, слив и груш. А выдержка в дубе добавляет характер, и делает наш виски восхитительно другим!



РИЖСКИЙ ЧЕРНЫЙ 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 Черный бальзам**» – легендарный биттер, который выпускается с 1752 года, является одним из старейших. Линейка «Рижского Черного бальзама» представлена тремя вкусами – классический биттер, со вкусом черной смородины и бальзам с ромом.



«**Рижский Черный Бальзам**» – классический, но в то же время и современный горьковато-сладкий вкус сочетает в себе различные вкусовые нюансы. Кто-то найдет для себя в его вкусе нежную слабость липового цвета, малины, черники, а кто-то ощутит вкус меда с пикантным нюансом имбиря, мускатного ореха и дуба.

«**Рижский Черный Бальзам Черная 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 Черный Бальзам Элемент**» – это особенная композиция вкусов, которая базируется на оригинальных ингредиентах «Рижского Черного Бальзама» с добавлением высококачественного рома.

ВИНО



LES GRANDS CHAIS DE FRANCE (ФРАНЦИЯ)

Гран Ше де ФРАНС – крупнейший экспортер вин из Франции с 1979 года (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 продвижения. Les Grands Chais Des 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 жестким 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, Leclerc, Carrefour и другие.

На данный момент «Вев 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.



MAILLY GRAND CRU (ФРАНЦИЯ, ШАМПАНЬ)

Мэйи Гран Крю – единственный в Шампани Дом, производящий вина по принципу Гран Крю Классе 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%). Богатый терруар обеспечивает винам утонченность 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.

ВИНО



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 году 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 млн. бутылок вина в год.

Первая линейка вин «Fratelli Martini Secondo Luigi» получила названия «Casa SantOrsola» 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: эко-совместимость и «зеленую философию». Тара под вино состоит из переработанного на 85% стекла, а

ВИНО



этикетки производятся с использованием натуральных красок. Все это – внешние положительные изменения, а внутреннее наполнение, то есть само вино, остается 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 Джорджо Пелиссеро – опытный энолог, активно занимающийся повышением качества вина и расширением владений компании, которые составляют 38 гектаров земель. Винный завод располагается в зоне Треизо, на вершине живописного холма. Ежегодно Pelissero производит около 100 тысяч бутылок премиального вина, завоевавших 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 зеленых холмов на высоте 470 метров над уровнем моря. Общая площадь поместья составляет примерно 1900 гектаров. На территории замка расположены цех по розливу вина и четыре погреба, где происходят различные этапы производства вина, начиная с процесса ферментации, заканчивая выдержкой. Основную долю в производстве вин «Кастелло ди Кверчето» составляют вина «Кьянти Классико» и «Кьянти Классико Ризерва», а самым известным вином Дома Кварчетто является супертосканское вино «Чиньяле», на этикетке которого изображен тосканский кабан.

BODEGAS MURVIEDRO (ИСПАНИЯ, ВАЛЕНСИЯ)

Компания Bodegas Murviedro, основанная в 1927 году, представляет бренд Gran Castillo.

Bodegas Murviedro производит 35 миллионов 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-х странах по всему миру.

CONO SUR (ЧИЛИ)

Компания Cono Sur была основана в 1993 году. Винодельня располагается в г.Чимбаронго в Долине Колчагуа. Предприятие

ВИНО



владеет 1600 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 году и на данный момент представлены в 43 странах мира.

Вина получили свое название в честь народов «obikwa», заселявших ЮАР в древности, и их характер полностью отображает 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 сверхлегкие бутылки массой 350 грамм (на 25% меньше веса стандартной бутылки объемом 750 мл).



BERTON VINEYARD (АВСТРАЛИЯ)

Начиная с 2005 года 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. Винодельня Бертон также получила 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 годах прошлого века, включая крупнейшее хозяйство в регионе Средний Мозель, общая площадь которого составляет 38 гектаров. Виноградники, принадлежащие семье Молитор, уникальны: они находятся на крутых склонах и простираются от Браунберга до Трабен-Трарбаха и реки Саар.



ПРОИЗВОДСТВО



Группа компаний «Синергия» управляет 6 ликеро-водочными заводами, которые, с учетом стратегических интересов Компании, расположены в крупнейших федеральных округах, включая Центральный, Дальневосточный, Северо-Западный, Приволжский и Сибирский. Количество ликеро-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 миллионов 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 ликеро-водочном заводе в Сибири. Заводы «Синергии» – важная составляющая дистрибуционной системы Группы: они активно используются в качестве больших логистических центров в соответствующих регионах.

К.

Завод «Традиции качества», один из крупнейших заводов по производству крепкого алкоголя в России, расположен в городе Краснознаменске Московской области. Предприятие было основано в 1997 году и присоединилось к Группе в 2007. В 2009 году завод вошел в десятку крупнейших заводов по производству крепкого алкоголя по объемам 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.

А

Архангельский ликеро-водочный завод был основан в 1899 году и в настоящее время является крупнейшим ликеро-водочным предприятием в Архангельской области. Завод был приобретен «Синергией» в 2004 году и является одним из ведущих предприятий по производству крепких алкогольных напитков в регионе. Завод использует современное высокопроизводительное оборудование немецкого и итальянского производства.

ПРОИЗВОДСТВО



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 году 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 году купцом Михаилом Пьянковым. Завод функционирует как производство и центр дистрибуции и представляет все федеральные водочные бренды Компании на Дальнем Востоке России.



Мариинский ликеро-водочный завод в Кемеровской области – один из ведущих заводов в России. Завод функционирует с 1900 года и служит логистическим центром, который осуществляет производство и дистрибуцию всего ассортимента Компании в Сибири. Завод присоединился к компании «Синергия» в 2006 году.



Ликеро-водочный завод «Хабаровский», основанный в 1881 году, является крупнейшим заводом по производству крепких спиртных напитков на Дальнем Востоке. Завод присоединился к компании «Синергия» в 2005 г.

8

ЭКСПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ



В 2015 году «Синергия» продолжила развивать и совершенствовать свою экспортную сеть, насчитывающую более 70 стран мира. Компания входит в тройку крупнейших экспортеров российской водки. И по прежнему является единственной компанией в России, которая успешно экспортирует водку супер-премиального сегмента.

Супер-премиальный сегмент является наиболее стабильно растущим в категории водки, за последний год его прирост составил 9%. Важно отметить, что бренд Veluga входит в ТОП-5 супер-премиальных водок в мире. Во многих макрорегионах бренд показал рост по отгрузкам. Так, на Ближнем Востоке продажи увеличились на 87% и составили более 10% в экспортных продажах Veluga.



В пятерке стран-лидеров по продажам супер-премиальной водки Veluga по-прежнему Германия, Италия, страны Прибалтики, Вьетнам и Азербайджан.

Лидером Западной Европы в 2015 году выступила Италия, увеличив продажи Veluga более чем в два раза. Успехи на рынке объясняются ростом узнаваемости бренда, в частности среди барменского сообщества. Значительную поддержку продажам и имиджу бренда оказало участие в выставке Milan Expo 2015, где Veluga была представлена как один из основных спонсоров Российского павильона. Рост в 30% показал рынок Германии. Качественная работа локального бренд-амбассадора и команды дистрибьютора позволила увеличить представленность водки Veluga в северной части страны.



В 2015 году в нескольких странах Восточной Европе стартовали отгрузки бренда «Беленькая». Также достигнуты успешные договоренности по реализации амбициозного проекта по бренду в Румынии на 2016 г. В настоящее время портфель «Синергии» представлен во всех торговых сетях Болгарии.

Как отмечалось, значительно выросли продажи компании в ряде стран Ближнего Востока, а именно в Ираке и ОАЭ. За счет развития приграничной торговли между Ираком и Ираном удалось значительно увеличить объем отгружаемой продукции. Широкая маркетинговая поддержка и работа с каналом HORECA на рынке ОАЭ позволили добиться впечатляющих результатов.

Активизировались продажи и в Латинской Америке. В 2015 году совершены первые отгрузки Veluga в Уругвай, на финальной стадии сертификация данного продукта на территории Коста-Рики и Гватемалы. К середине 2016 года планируется завершить аналогичную процедуру на Кубе, в Колумбии и Венесуэле. Также активная работа с лучшими отелями Мексики позволила увеличить дистрибуцию Veluga на этом рынке, обладающим большой емкостью.

ЭКСПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ



Достигнуты договоренности об отгрузках брендов «Русский Лед», «Ржаной Колос» и «Белое Озеро» в самую крупную сеть на территории Бразилии – «Пао де Асукар».

В 2015 году развивался и совершенствовался канал продаж Duty Free, который в целом насчитывает более 170 направлений по России и зарубежным странам.

Общий рост продаж среди ТОП-30 аэропортов мира, в которых продается Beluga, составляет 7%. При этом в большинстве аэропортов за пределами России и СНГ этот показатель демонстрирует двузначный рост. «Синергия» продолжает активное продвижение в данном направлении путем реализации интенсивных тренингов представителей системы Duty Free.

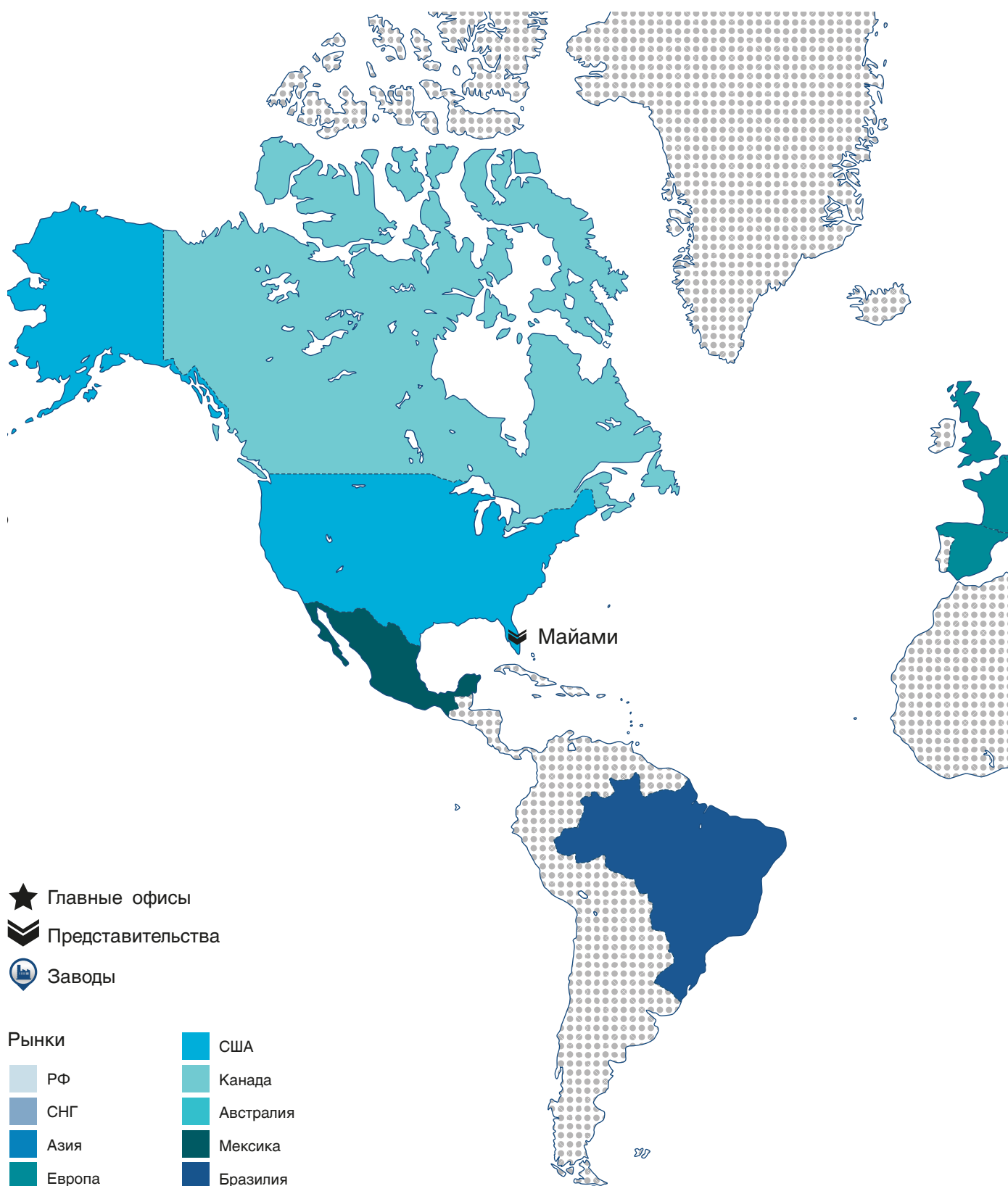


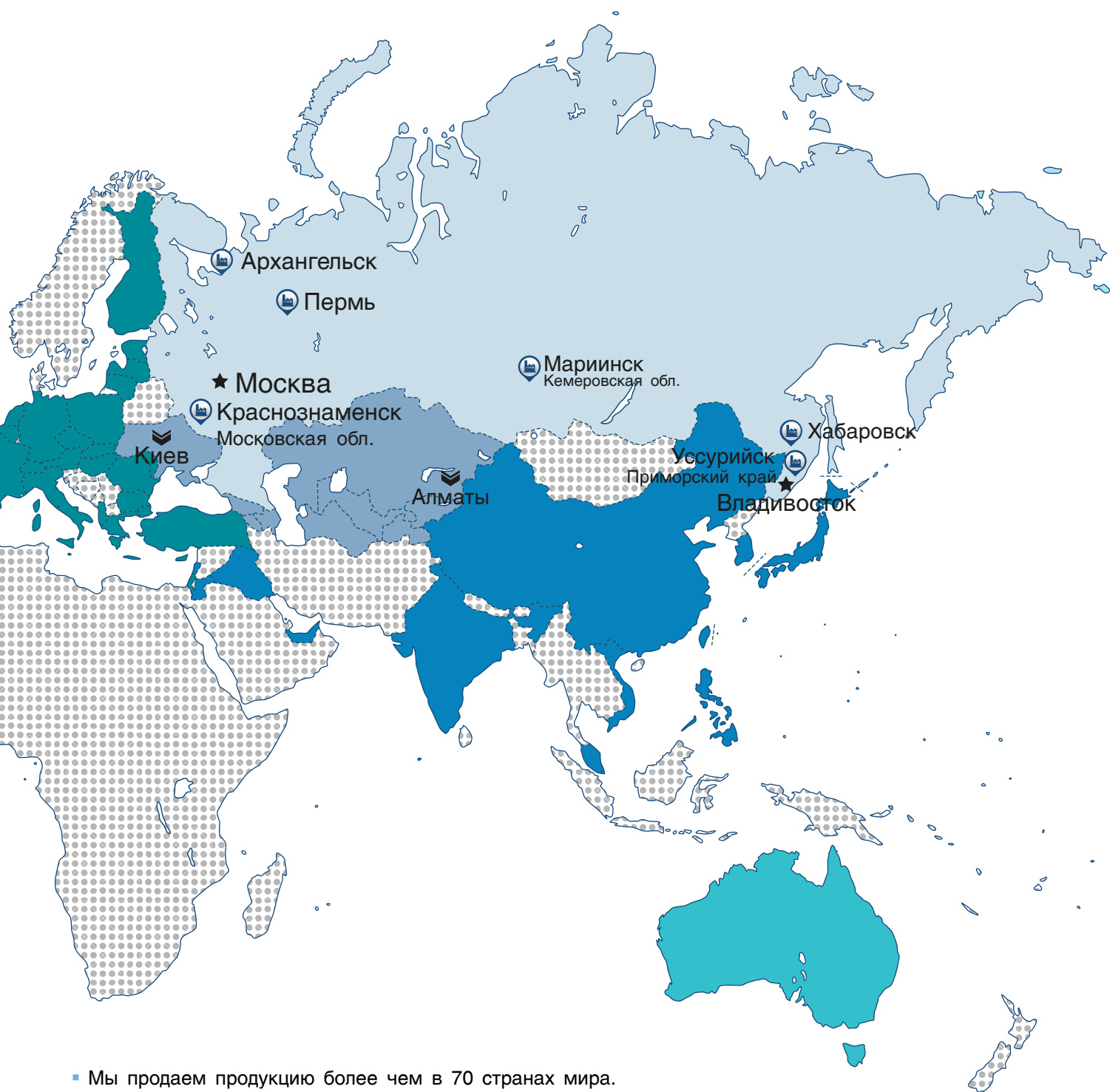
Одними из основных результатов работы за 2015 год стали новые листинги в 30 аэропортах крупнейших городов по всему миру, включая Таллин, Ханой, Сеул, Сан-Паулу и другие. За прошедший год было проведено множество успешных промо-акций с использованием брендированных декораций и промо-персонала в самых крупных магазинах Duty Free.

В 2015 году «Синергия» заключила контракты с новыми перспективными партнерами по целому ряду ключевых стран: Турция, Китай, Израиль, Великобритания, Франция, ЮАР, Румыния, Дания и другие.



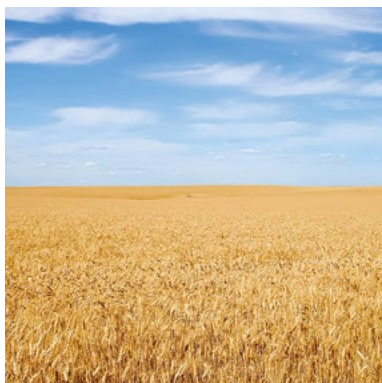
ГЕОГРАФИЯ И ДИСТРИБУЦИЯ





- Мы продаем продукцию более чем в 70 странах мира.
- В нашу Компанию входят 6 заводов.
- 2 офиса: Москва и Владивосток.
- Три репрезентативных офиса: Киев, Алматы и Майами.

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 году 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 краев. Молочные активы Компании состоят из двух производственных предприятий: АО «Молочный завод «УССУРИЙСКИЙ», расположенный в городе Уссурийске Приморского края, и АО «ДАКГОМЗ», расположенный в городе Комсомольск-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.

ГРУППА «ПЕНТАГРО»

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ



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: вареные, сырокопченые и полукопченые 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 племпзавод 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 охлажденное мясо птицы, полуфабрикаты, готовые блюда, колбасы. Комплекс также обладает собственной дистрибуторской сетью, отделом продаж и собственными розничными магазинами.



10

ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Результаты финансовой деятельности и операций

В таблице ниже приведены консолидированные финансовые результаты деятельности Компании за 2015 год в сравнении с показателями за 2014 год.

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

	2015 г.	2014 г.	Изменение, %
Продажи, тыс. декалитров	9 870	11 021	-10
Продажи, включая акциз	47 591	46 814	+2
Чистая выручка	30 706	28 163	+9
Себестоимость продаж	18 033	16 135	+12
Валовая прибыль	12 673	12 028	+5
Рентабельность по валовой прибыли, %	41,3	42, 7	-1,4 пп
Общие и административные расходы	2 582	2 411	+7
Коммерческие расходы	8 260	7 389	+12
ЕБИТДА	2 885	2 973	-3
Рентабельность по ЕБИТДА, %	9,4	10,6	-1,2 пп
Операционная прибыль	2 109	2 274	-7
Рентабельность по операционной прибыли, %	6,9	8,1	-1,2 пп
Чистые финансовые расходы	1 737	945	+84
Чистая прибыль	241	1 090	-78
Рентабельность по чистой прибыли, %	0,8	3,9	-3,1пп
Чистая прибыль на 1 акцию, руб.	12,21	61,73	-80
Чистый операционный денежный поток	2 067	-878	

ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В 2015 году на продажи компании продолжал оказывать давление рост ставки акциза, повышенной в 2014 году, а также снижение покупательской способности потребителей вследствие экономического кризиса в стране. Снижение отгрузок Группы «Синергия» составило 10% (с 11 021 тыс. декалитров, до 9870 тыс. декалитров), однако за счет увеличения цен отгрузки и интенсивного развития премиальной импортной дистрибуции Компания сумела нивелировать это падение, добившись роста выручки на 9% (с 28 163 млн. руб. до 30 706 млн. руб.). Дополнительное давление на отгрузки оказало введение Единой государственной автоматизированной информационной системы (ЕГАИС) в оптовом звене с 1 января 2016 года. Дистрибуторы минимизировали свои запасы в конце года в связи со спецификой перехода на ЕГАИС. Вместе с тем в первом квартале 2016 года оптовые компании восстанавливали свои запасы, что оказывает поддержку продажам Компании в начале 2016 года.

Рентабельность по валовой прибыли незначительно сократилась за счет инфляционного роста себестоимости, валовая прибыль выросла на 5% до 12 673 млн. руб.

Общие и административные расходы увеличились на 7% до 2 411 млн. руб. за счет индексации расходов на оплату труда.

С учетом сложной ситуации на алкогольном рынке, Компания принимала усилия для повышения операционной эффективности и рост коммерческих расходов составил 12% до 8 260 млн. руб. в сравнении с ростом 26% годом ранее.

Консолидированный показатель EBITDA за 2015 год сохранился практически на уровне предыдущего года, сокращение не превысило 3% (с 2 973 млн. руб. до 2 885 млн. руб.). Данный результат Компания считает хорошим достижением с учетом снижения отгрузок на 10%.

Чистая прибыль сократилась на 78% с 1 090 млн. руб. до 241 млн. руб. Данное падение почти полностью обусловлено резким увеличением процентных ставок – средневзвешенная ставка заимствований на 31 декабря 2014 года составляла 10,9%, а на 30 июня 2015 года уже 14,82%, при том, что в пиковые моменты финансового кризиса процентные ставки по новым заимствованиям достигали и больших величин. На конец 2015 года средневзвешенная стоимость заимствований снизилась до 14,06%. По мере стабилизации финансовой ситуации и продолжения Центральным Банком РФ политики снижения процентных ставок, Компания ожидает восстановление показателя чистой прибыли в 2016 году.

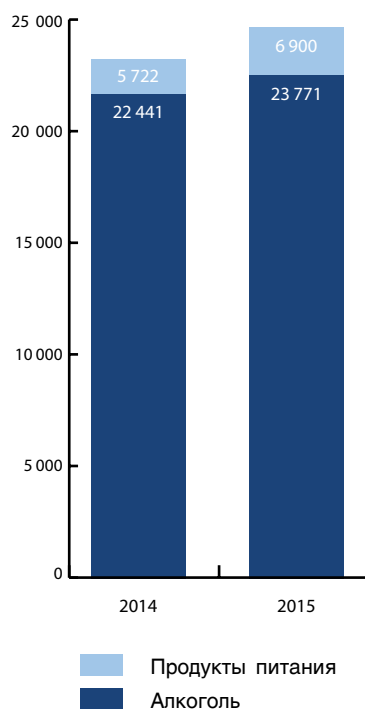
ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

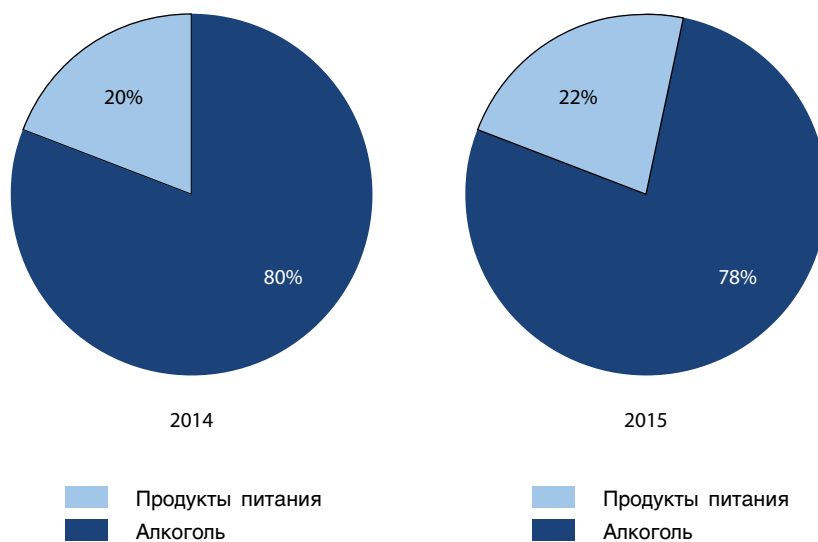
Выручка

Выручка Компании в 2015 году составила 30 706 млн. руб., что на 9% больше, чем в 2014 году.

Выручка, млн. руб.



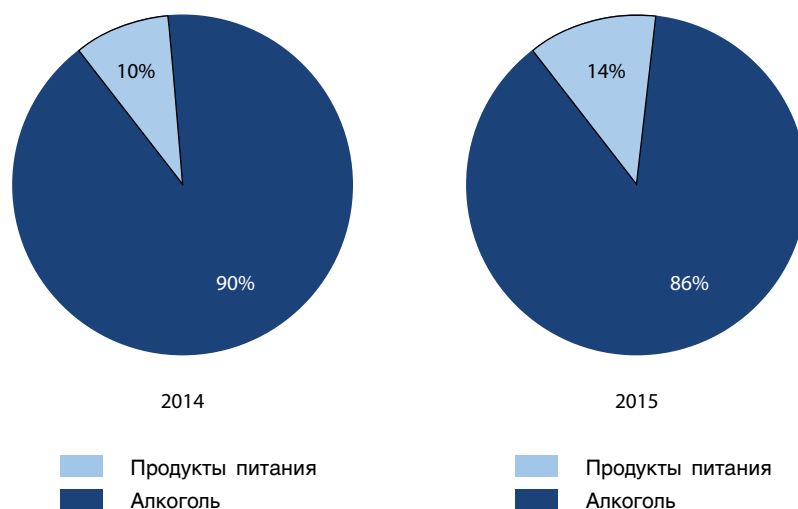
Доли сегментов в выручке



ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Доли сегментов в валовой прибыли



Нижеприведенная таблица иллюстрирует изменения в распределении выручки и валовой прибыли по сегментам за 2015 год, в сравнении с предыдущим аналогичным периодом. Данные, представленные ниже, не включают межсегментную выручку. (В миллионах рублей)

	Алкогольный сегмент			Сегмент продуктов питания		
	2015	прирост	2014	2015	прирост	2014
Выручка	23 771	+6%	22 441	6 900	+21%	5 722
Валовая прибыль	10 840	+1%	10 779	1 821	+33%	1 369
Рентабельность по валовой прибыли, %	45,6%	- 2 пп	47,6%	26,4%	+2,5 пп	23,9 %

Алкогольный сегмент

Динамика показателей алкогольного сегмента аналогична результатам Группы в целом – снижение объемов продаж, рост выручки и валовой прибыли благодаря повышению цен и динамичной диверсификации операций Группы.

Сегмент продуктов питания

В 2015 году наблюдался рост во всех подсегментах продуктового направления. Фокус на более премиальные продукты в молочном и мясном направлениях, эффективная работа птицеводческого подразделения положительным образом сказались на результатах сегмента.

ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Структура капитала

Приведенная ниже таблица иллюстрирует изменения в структуре капитала на 31 Декабря 2015 года, по сравнению с предыдущим периодом.

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

	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2014 г.	Изменение, %
Общие долговые обязательства	8 449	8 708	-3
Долгосрочные долговые обязательства	5 647	5 544	+1,9
Краткосрочные долговые обязательства	2 802	2 904	- 11,4
Доля долгосрочных долговых обязательств в общей задолженности, %	67	64	+3 пп
Доля не обеспеченных залогом долговых обязательств в общей задолженности, %	43	49	-6 пп
Денежные средства и их эквиваленты	1 161	482	+140,9
Чистый долг	7 288	8 226	-11,4
Итого Капитал и Резервы	19 261	19 144	+0,6%
Всего Капитал	25 463	25 220	+1
Чистый долг / Показатель EBITDA	2,53	2,77	-8,7

В 2015 году общие долговые обязательства снизились на 259 млн. руб. и составили 8 449 млн. руб.

Денежные средства выросли значительно, в первую очередь это остатки в долларах США и евро для обеспечения импортных операций в первом полугодии 2016 года. По мере стабилизации валютных курсов объем денежных средств на остатках будет снижаться.

Повышение эффективности управления капиталом привело к снижению чистого долга на 938 млн. руб., или 11,4% до 7 288 млн. руб.

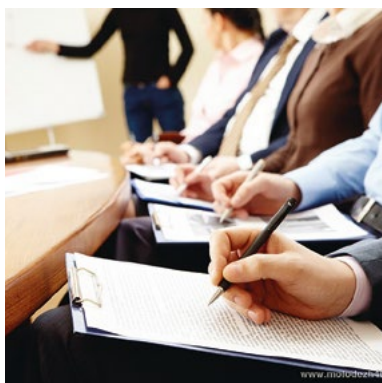
ФИНАНСОВЫЙ ОБЗОР

ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАП РАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Операционный денежный поток

Чистый положительный операционный денежный поток в 2015 году составил 2 067 млн. рублей (отрицательный денежный поток в размере 878 млн. рублей в 2014 году). Генерация Компанией значительного денежного потока свидетельствует о ее способности эффективно управлять рабочим капиталом, что особенно важно в текущей кризисной ситуации.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



«Синергия» строит свое 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 2015 году совокупный объем налоговых выплат составил более 21 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 партнерам, 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.

- 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 разрешенных 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.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



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 ликеро-водочной продукции для определенных 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 ее 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 счет Компании, а также отправить своих детей в санатории и детские лагеря отдыха. Компания поощряет стремление сотрудников к здоровому образу жизни.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



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. Прием 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 отношениях 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.

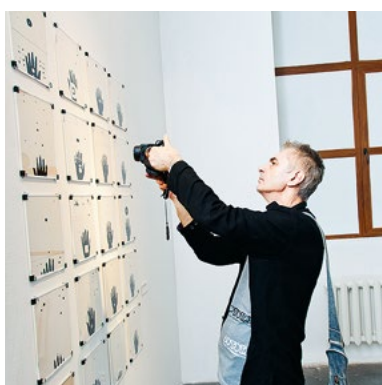
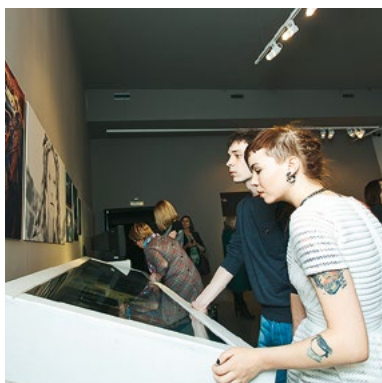
Социальные и культурные инициативы

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 слоев 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

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



программе общероссийской общественной организации «Деловая Россия», ориентированной на помощь детям-сиротам и многодетным семьям, принимающим на воспитание детей из детских домов и домов ребенка. В дополнение к организационной помощи в рамках этой программы Компания на регулярной основе перечисляет на расчетный счет «Деловой России» средства, которые расходуются на приобретение игрушек, лекарственных препаратов, одежды, книг и многих других вещей, необходимых детям и их приемным 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.

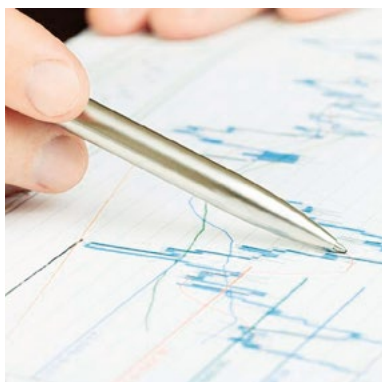
Центр «Заря» – некоммерческая структура, созданная с целью продвижения лучших достижений современной культуры России и мира во Владивостоке, поддержки местных молодых художников. Центр призван стать независимой платформой для развития творческих идей через эффективный диалог с ведущими мировыми профессионалами 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.

АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕТОРАМ



Акционерный капитал

Уставный капитал ПАО «Синергия» составляет 2 495 404 900 рублей, разделен 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 Акционерное общество ВТБ Регистратор (лицензия № 045-13970-000001, 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 бирже ЗАО «ФБ ММВБ» в котировальном списке первого уровня с кодом SYNG.

Сведения о лицах, имеющих право распоряжаться 5 и более процентов ценных бумаг (по состоянию на дату составления списка лиц, имеющих право на участие во внеочередном общем собрании акционеров, – 16.06.2015 г.):

- Полное фирменное наименование: TOTTENWELL LIMITED
Сокращенное фирменное наименование: –
Место нахождения: Кипр, город Лимасол, почтовый индекс 4525, Мони, ул. Фану Клеовулу, дом 8
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: 18,6
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: 18,6
Количество акций, принадлежащих TOTTENWELL LIMITED, уменьшилось на 0,33 % по сравнению с предыдущим отчетным периодом.
TOTTENWELL LIMITED является организацией, подконтрольной Компании
- Полное фирменное наименование: ДИПЛАЙН КОНСАЛТАНТС ЛИМИТЕД
Сокращенное 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
В отчетном году компания ДИПЛАЙН КОНСАЛТАНТС ЛИМИТЕД прекратила владение 4,2 % обыкновенных именных акций эмитента.

АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕТОРАМ



- Полное фирменное наименование: САЙНЕКСЭК СЕКЬЮРИТИЗ ЛИМИТЕД
Сокращенное фирменное наименование: –
Место нахождения: 13 CASTLE STREET, ST HELIER, JERSEY JE4 0Z
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: 14.38
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: 14.38



- Полное фирменное наименование: СВОРД ЭНТЕРПРАЙЗИС ЛИМИТЕД
Сокращенное 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: НЬЮ МАЙНС СИ-ЭС ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД (NEW MINES CS INVESTMENTS LIMITED)
Сокращенное фирменное наименование: –
Место нахождения: Кипр, г. Лимасол, 3032, улица Гладстонос, 97, здание «Оазис-Центр», блок А, офис 102
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: 12,37
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: 12,37
Количество акций, принадлежащих НЬЮ МАЙНС СИ-ЭС ИНВЕСТМЕНТС ЛИМИТЕД (NEW MINES CS INVESTMENTS LIMITED), увеличилось на 4,97% по сравнению с предыдущим отчетным периодом.

- Полное фирменное наименование: ABERDEEN GLOBAL
Сокращенное фирменное наименование: –
Место нахождения: 2B RUE ALBERT BORSCHETTE L-1246 LUXEMBOURG
Доля участия лица в уставном капитале эмитента, %: 8.8
Доля принадлежавших лицу обыкновенных акций эмитента, %: 8.8

В отчетном году компания ПЕНТАГРО ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД (PENTAGRO HOLDINGS LIMITED)
Место нахождения: Кипр, город Лимасол, почтовый ящик 3030, улица Арх. Макариу III, 206, здание «КРИСАЛИА КОРТ», 5 этаж, прекратило владение 1 270 100 обыкновенных акций эмитента, что составляет 5,09 % общего количества размещенных обыкновенных акций и уставного капитала эмитента.

ПЕНТАГРО ХОЛДИНГС ЛИМИТЕД (PENTAGRO HOLDINGS LIMITED) является организацией, подконтрольной Компании.

АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕТОРАМ

Облигации в обращении

Процентные документарные неконвертируемые облигации на предъявителя с обязательным централизованным хранением 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-E от 26.07.2013
Биржа	ММВБ
Раздел списка	Третий уровень
Торговый код	RU000A0JVG89
Код ISIN	RU000A0JVG89
Объем 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

АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕТОРАМ

Рейтинги ПАО «Синергия»

Рейтинговое агентство Fitch Ratings

03.12.2015	Долгосрочный рейтинг дефолта эмитента в иностранной валюте: уровень «В+»
03.12.2015	Долгосрочный рейтинг дефолта эмитента в национальной валюте: уровень «В+»
03.12.2015	Национальный долгосрочный рейтинг: уровень «А-(rus)»

Перечень совершенных в отчетном году крупных сделок

В отчетном году Компания не совершала сделки, признаваемые в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками, а также иные сделки, на совершение которых в соответствии с Уставом ОАО «Синергия» распространяется порядок одобрения крупных сделок.

Перечень совершенных в отчетном году сделок, в совершении которых имеется заинтересованность

В отчетном году Компания не совершала сделки, признаваемые в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, совершении которых имелась заинтересованность.

Обзор сделок, совершенных подконтрольными юридическими лицами

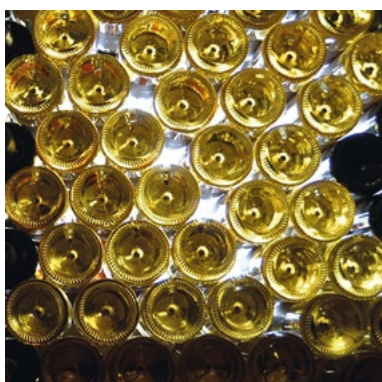
Основной вид сделок, которые совершают ликеро-водочные заводы, являющиеся подконтрольными юридическими лицами ОАО «Синергия», – это сделки по получению банковских гарантий для производства и реализации алкогольной продукции. Условия, на которых заключаются данные сделки, являются рыночными. Компания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

Информация об объеме каждого из использованных в отчетном году видов энергетических ресурсов

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

- 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.

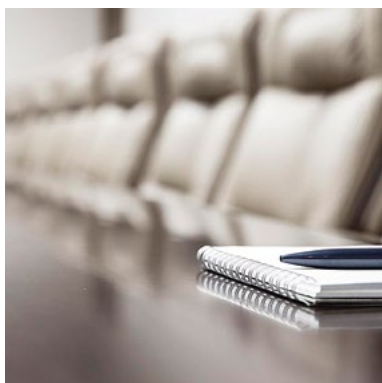
Структура управления Компанией

Высшим органом управления в Компании является Общее собрание акционеров. Ему подотчетен Совет директоров, который осуществляет общее руководство деятельностью Компании, определяет приоритетные направления ее деятельности и ее стратегическое развитие. Исполнительными органами, подотчетными Совету директоров, являются Председатель Правления (единоличный исполнительный орган) и Правление (коллективный 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 путем голосования на Общем собрании акционеров в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» № 208 ФЗ: акционеры-владельцы обыкновенных акций Компании могут участвовать в Общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции. В 2015 году было проведено годовое Общее собрание акционеров и одно внеочередное Общее собрание акционеров. В повестку дня внеочередного Общего собрания акционеров был включен вопрос об утверждении изменений и дополнений в Устав Компании.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



Совет директоров

В состав Совета директоров Компании входит 7 человек, двое из них являются независимыми членами Совета директоров. Действовавший в течение 2015 года состав Совета директоров был избран на годовых Общих собраниях акционеров ПАО «Синергия», состоявшихся 19 июня 2014 года и 29 мая 2015 года.

Состав Совета директоров:

- Белокопытов Николай Владимирович;
- Гомзяков Андрей Александрович;
- Завадников Валентин Георгиевич;
- Купцов Сергей Александрович;
- Малашенко Николай Геннадьевич;
- Мечетин Александр Анатольевич;
- Молчанов Сергей Витальевич.



КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



Николай Белокопытов,

Заместитель Председателя Правления – финансовый директор
ПАО «Синергия»

Работает на предприятиях, входящих в группу ПАО «Синергия», на протяжении 15 лет на руководящих должностях. Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета.

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,15% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,15%.

В течение отчетного года Белокопытовым Н.В. совершена сделка по приобретению ценных бумаг Компании в количестве 21 600 штук, дата совершения сделки – 25.03.2015 г.

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

Конфликта интересов нет.



Сергей Купцов,

Директор инвестиционного департамента ПАО «Синергия»

Работает в ПАО «Синергия» на протяжении 15 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 отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,1% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,1%.

В течение отчетного года Купцовым С.А. совершены следующие сделки: приобретение 21 600 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г., отчуждение 2500 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 14.05.2015 г., отчуждение 1000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 15.07.2015 г., отчуждение 5000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 13.08.2015 г., отчуждение 7000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 11.12.2015 г.

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

Конфликта интересов нет.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



Сергей Молчанов,
Председатель Совета директоров ПАО «Синергия»,
Операционный директор

На протяжении 14 лет работает на руководящих должностях в компаниях, входящих в группу ОАО «Синергия». Окончил экономический факультет Дальневосточного государственного университета по специальности «экономист». Обладает степенью бакалавра менеджмента, полученной в University of Maryland University College.

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,15% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,15%.

В течение отчетного года Молчановым С.В. совершена сделка по приобретению ценных бумаг Компании в количестве 21 600 штук, дата совершения сделки – 25.03.2015 г.

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

Конфликта интересов нет.



Александр Мечетин,
Председатель Правления ПАО «Синергия»

Является основателем группы компаний «Синергия» и руководителем Компании на протяжении 16 лет. Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета, а также юридический факультет Дальневосточного государственного университета. В 2001 году защитил кандидатскую диссертацию по экономике на тему «Организационно-экономическое обеспечение реформирования предприятий в переходный период». Имеет степень EMBA Оксфордского университета.

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,4% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,4%.

В течение отчетного года Мечетиным А.А. совершена сделка по приобретению 90 000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г.

Косвенно Мечетин А.А. владеет акциями Компании в размере 28,73% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 28,73%.

Конфликта интересов нет.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



Николай Малашенко,
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 отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,0004% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,0004%. В течение отчетного года Малашенко Н.Г. совершены следующие сделки: приобретение 10 800 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г., отчуждение 6000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 19.05.2015 г., отчуждение 4800 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 17.07.2015 г.

Конфликта интересов нет.



Андрей Гомзяков,
Независимый директор,
Генеральный директор ООО «Мир продуктов»

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

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) акциями ПАО «Синергия» не владел. В течение отчетного года Гомзяковым А.А. совершены следующие сделки: отчуждение 2500 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 22.01.2015 г., приобретение 1800 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г., отчуждение 2150 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 28.07.2015 г.

Конфликта интересов нет.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



Валентин Завадников,
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 отчетного периода не владел.

Конфликта интересов нет.

В 2015 году было проведено 6 заседаний Совета директоров (два заседания проведены в форме совместного присутствия членов Совета директоров Общества для обсуждения вопросов повестки дня и принятия решений по ним, четыре – в форме заочного голосования), на которых рассматривались вопросы по подготовке, созыву и проведению Общих собраний акционеров, избранию Председателя Совета директоров, членов комитетов Совета директоров и членов Правления, одобрению сделок и другие вопросы. В работе каждого из заседаний Совета директоров, проведенных в 2015 г., члены Совета директоров приняли участие в полном составе.

Совет директоров оценивает свою деятельность в 2015 году как разумную, добросовестную и эффективную, которая осуществлялась в рамках обычного предпринимательского риска, с учетом равного отношения к акционерам общества.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



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 осведомленность 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 по аудиту являются оценка кандидатов в аудиторы Компании, оценка заключения аудитора, оценка эффективности процедур внутреннего контроля Компании и подготовка предложений по их совершенствованию.

Цели и задачи Комитета по аудиту и порядок взаимодействия с органами Компании закреплены в Положении о Комитете по аудиту Совета директоров ПАО «Синергия». Комитет по аудиту состоит из независимых членов Совета директоров и членов Совета директоров, не являющихся единоличным исполнительным органом Компании и (или) членами коллегиального исполнительного органа Компании. 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 Совета директоров ПАО «Синергия» по стратегическому планированию.

Персональный состав Комитета по стратегическому планированию:



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



- 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 ОАО «Синергия». Комитет по кадрам и вознаграждениям состоит из независимых членов Совета директоров и членов Совета директоров, не являющихся единоличным исполнительным органом Компании и (или) членами коллегиального исполнительного органа Компании. Возглавляется независимым директором.

Персональный состав Комитета по кадрам и вознаграждениям:

- Андрей Гомзяков (Председатель Комитета);
- 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, подотчетны Общему собранию акционеров и Совету директоров.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



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, утвержденном 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 05 июня 2015 года (Протокол ⁹ 145 от 08.06.2015 г.). До проведения годового Общего собрания акционеров ПАО «Синергия» 29 мая 2015 года Правление осуществляло деятельность в аналогичном составе.

Состав Правления

Елена Ким,
Главный бухгалтер ПАО «Синергия»

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владела акциями ПАО «Синергия» в размере 0,006% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,006%.

Александр Прокопьев,
Советник Председателя Правления по безопасности ПАО «Синергия»

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,008% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,008 %.

Олег Ясенов,
Директор по маркетингу ПАО «Синергия»

По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,025% уставного капитала Компании, доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,025 %. В течение отчетного периода Ясеновым О.И. совершена сделка по приобретению 3600 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г.

Председатель Правления

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

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



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

Мечетин А.А. является основателем группы ПАО «Синергия» и руководителем Компании на протяжении 16 лет. Окончил Институт экономики и управления Дальневосточного государственного технического университета, а также юридический факультет Дальневосточного государственного университета. В 2001 году защитил кандидатскую диссертацию по экономике на тему «Организационно-экономическое обеспечение реформирования предприятий в переходный период». Имеет степень EMBA Оксфордского университета.

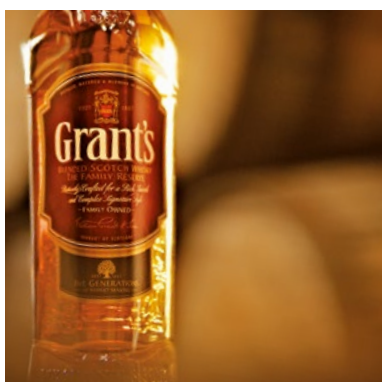


По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) владел акциями ПАО «Синергия» в размере 0,4 % уставного капитала ОАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 0,4%.

В течение отчетного года Мечетиним А.А. совершена сделка по приобретению 90 000 обыкновенных именных акций Компании, дата совершения сделки – 25.03.2015 г.

Косвенно Мечетин А.А. владеет акциями Компании в размере 28,73% уставного капитала ПАО «Синергия», доля принадлежащих обыкновенных акций – 28,73%.

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, заключен трудовой договор, в котором определен 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».

ПРЕЗЕРВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДКА ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ



**НАСТОЙКИ, ДОСТОЙНЫЕ
ВАШЕГО ВКУСА**

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



В течение 2015 года и по итогам 2015 года 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. руб.

Наименование показателя	2015
Заработная плата	159 459
Премии	48 089
ИТОГО	207 548

Коллегиальный исполнительный орган, тыс. руб.

Наименование показателя	2015
Заработная плата	128 522
Премии	20 844
ИТОГО	149 366

Корпоративный секретарь

Корпоративный секретарь обеспечивает соблюдение подразделениями и должностными лицами Компании требований норм действующего законодательства, устава Компании, а также других документов, гарантирующих реализацию прав и законных интересов акционеров: осуществляет организацию деятельности Совета директоров и их комитетов, осуществляет мероприятия по подготовке, созыву и проведению Общих собраний акционеров; контролирует соблюдение процедуры раскрытия информации, установленной законодательством; осуществляет учет и рассмотрение обращений и запросов, поступающих от акционеров, по вопросам корпоративного управления и реализации прав акционеров; осуществляет взаимодействие с профессиональными участниками рынка ценных бумаг и органами государственного управления по вопросам, касающимся регулирования корпоративных правоотношений и рынка ценных бумаг; контролирует исполнение решений, принятых общим собранием акционеров и Советом директоров; обеспечивает выполнение установленных правил и процедур, в том числе соблюдение порядка ведения реестра владельцев именных ценных бумаг, порядка

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



одобрения крупных сделок и сделок с заинтересованностью, процедурой эмиссии акций общества, реализации прав акционеров по их размещению, иных процедур, направленных на защиту прав и имущественных интересов акционеров.

Функции корпоративного секретаря ПАО «Синергия» исполняет Дмитрий Тимошин - начальник отдела корпоративного права. Имеет высшее юридическое образование: окончил Академию народного хозяйства при Правительстве Российской Федерации. По состоянию на конец отчетного периода (31.12.2015) акциями ПАО «Синергия» не владел.

Аудит Компании

Аудитором Компании на годовом Общем собрании акционеров Компании, проведенном 29 мая 2015 года, избрано Общество с ограниченной ответственностью «Бейкер Тилли Русаудит» (место нахождения: 129164, г. Москва, Зубарев пер., д. 15, корп. 1, ИНН 7716044594, ОГРН 1037700117949), является членом саморегулируемой организации аудиторов Некоммерческого партнерства «Институт Профессиональных Аудиторов» (место нахождения: 117420, Россия, город Москва, Наметкина, 14, корп. 1, оф. 419).

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) отчетности по РСБУ за 2015 год аудитором Эмитентом было выплачено 300 тыс. рублей; за проведение независимой проверки консолидированной финансовой отчетности общества в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) – 12 000 тыс. рублей.

Результаты оценки комитетом по аудиту эффективности процесса проведения внешнего и внутреннего аудита.

Внутренний аудит

В соответствии с положением об отделе внутреннего аудита ПАО «Синергия», основными задачами отдела являются совершенствование систем внутреннего контроля и управления рисками, обеспечение достоверности и своевременности бухгалтерского и налогового учета и прочее.

По результатам анализа деятельности отдела внутреннего аудита за 2015 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 2015 финансовый год по консолидированной отчетности по МСФО и по индивидуальной

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ



отчетности по российским стандартам бухгалтерского учета был проведен независимой аудиторской компанией ООО «Бейкер Тилли Русаудит», входящей в международную аудиторско-консалтинговую сеть Baker Tilly International. Стандарты качества данной сети и компаний, входящих в нее, 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 ведет на ежедневной 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.

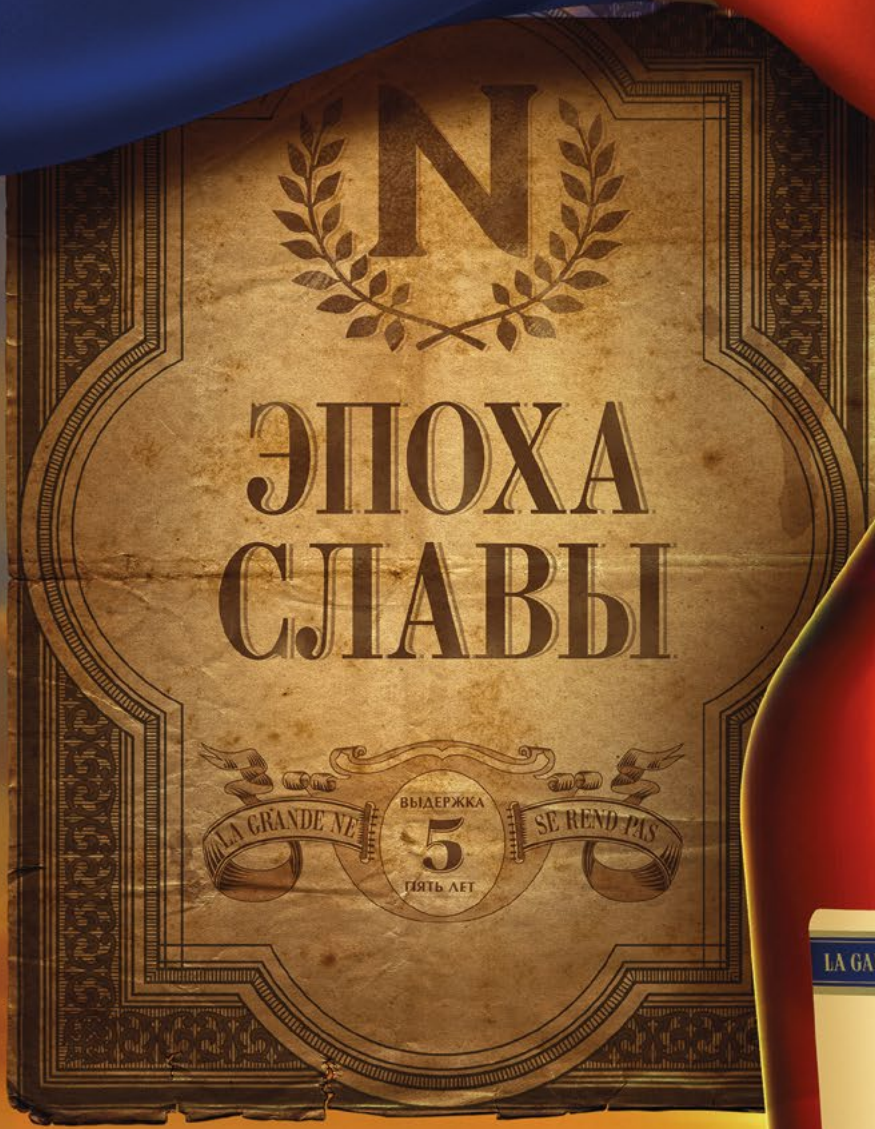
На сайте ПАО «Синергия» работает постоянно обновляемый раздел для инвесторов, который содержит новости, касающиеся обращения ценных бумаг Компании на рынке, презентации, раскрытие финансовых результатов и информацию о корпоративном управлении.

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», для повышения привлекательности Компании для существующих и потенциальных инвесторов.

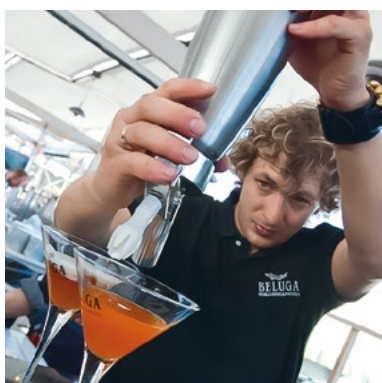
В отчетном периоде осуществлялась работа по выявлению новелл Кодекса корпоративного управления, требующих реализации в практике корпоративного управления ПАО «Синергия», а также подготовка к применению Компанией рекомендаций Кодекса корпоративного управления.

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



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ



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, ее 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 коснется, прежде всего, нелегальной продукции и дешевого ценового сегмента. Диверсифицированный портфель брендов Компании во многом защищает ее от колебаний спроса в различных ценовых сегментах. Динамика спроса в приоритетных для Компании водочном 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.

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ



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 овое 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 объемы поставок сырья.

Управление рисками колебания цен на ресурсы

ПАО «Синергия» отслеживает инфляционную динамику всех используемых Компанией ресурсов, минимизирует риски колебания цен на ресурсы путем 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 объемам транзакций с зарубежными контрагентами.

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

Производственные риски

Технологические риски

ПАО «Синергия» осуществляет инвестиционную программу, направленную на увеличение производственных мощностей, повышение производительности, снижение себестоимости и под-

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ



держание 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. Недочеты 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.



Вкус, рожденный временем

*Произведен
с использованием
коньячных материалов
из Франции*



ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ

15

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Консолидированный отчет о совокупном доходе, млн. руб.

	2015 г.	2014 г.
Продажи	47 591	46 814
Акцизы	(16 885)	(18 651)
Чистая выручка	30 706	28 163
Себестоимость	(18 033)	(16 135)
Валовая прибыль	12 673	12 028
Общехозяйственные и административные расходы	(2 582)	(2 411)
Коммерческие расходы	(8 260)	(7 389)
Прочие доходы/(расходы)	278	46
Операционная прибыль	2 109	2 274
Чистые затраты на финансирование	(1 737)	(945)
Прибыль до налогообложения	372	1 329
Налог на прибыль	(131)	(239)
Итого совокупный доход за период	241	1 090
Приходящаяся на:		
Основных акционеров	240	1 065
Доли меньшинства	31	25
Базовая прибыль на акцию, руб.	12,21	61,73

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Консолидированный отчет о финансовом положении, млн. руб.

	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2014 г.
АКТИВЫ		
Долгосрочные активы		
Основные средства	6 724	7 021
Гудвил	235	235
Вложения в ассоциированные компании	700	–
Нематериальные активы	7 228	7 002
Прочие долгосрочные активы	102	122
Отложенные налоговые активы	478	456
Всего долгосрочные активы	15 467	14 836
Краткосрочные активы		
Запасы	7 137	5 355
Биологические активы	281	290
Торговая и прочая дебиторская задолженность	10 970	13 153
Авансы выданные	576	571
Переплата по налогу на прибыль	61	32
Денежные средства и их эквиваленты	1 161	482
Всего краткосрочные активы	20 186	19 883
ВСЕГО АКТИВЫ	35 653	34 719
СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА		
Капитал и резервы		
Уставный капитал	2 495	2 495
Казначейские акции	(773)	(785)
Нераспределенная прибыль	11 268	11 127
Прочие резервы	5 582	5 572
Итого капитал, приходящийся на долю акционеров ПАО «Синергия»	18 572	18 409
Доля неконтролирующих акционеров	689	735
Всего капитал и резервы	19 261	19 144
Долгосрочные обязательства		
Кредиты и займы	5 647	5 544
Отложенные налоговые обязательства	555	532
Всего долгосрочные обязательства	6 202	6 076

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Консолидированный отчет о финансовом положении, млн. руб.

	31 декабря 2015 г.	31 декабря 2014 г.
Краткосрочные обязательства		
Кредиты и займы	2 802	3 164
Торговая и прочая кредиторская задолженность	7 326	6 153
Задолженность по налогу на прибыль	62	182
Всего краткосрочные обязательства	10 190	9 499
ВСЕГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	35 653	34 719

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Консолидированный отчет о движении капитала, млн. руб.

	Уставный капитал	Казначейские акции	Нераспределенная прибыль	Прочие резервы	Итого собственный капитал	Доля неконтролирующих акционеров	Всего
Сальдо на 31 декабря 2013 года	2 495	(733)	5 829	10 062	17 653	716	18 369
Прочие изменения в доле неконтролирующих акционеров	–	–	–	–	–	1	1
Дивиденды, начисленные неконтролирующим акционерам	–	–	–	–	–	(7)	(7)
Выплаты, основанные на акциях	–	20	89	–	109	–	109
Выкуп собственных акций	–	(72)	(346)	–	(418)	–	(418)
Итого изменения, не отраженные в чистой прибыли	–	(52)	(257)	–	(309)	6	(315)
Совокупный доход за период	–	–	–	1 065	1 065	25	1 090
Сальдо на 31 декабря 2014 года	2 495	(785)	5 572	11 127	18 409	735	19 144
Прочие изменения в доле неконтролирующих акционеров	–	–	–	–	–	(57)	(57)
Дивиденды, начисленные неконтролирующим акционерам	–	–	–	–	–	(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

КОНСОЛИДИРОВАННАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

Консолидированный отчет о движении денежных средств, млн. руб.

	2015 г.	2014 г.
Поток денежных средств от операционной деятельности		
Прибыль до налогообложения и затрат на финансирование	2 109	2 274
Поправки для определения чистого потока денежных средств от операционной деятельности:		
Амортизацию основных средств и нематериальных активов	776	699
(Прибыль)/убыток от выбытия основных средств	(363)	(10)
Выплаты, основанные на акциях	130	109
(Прибыль)/убыток от изменения стоимости биологических активов	13	(87)
Прочие неденежные операции	97	78
Изменения в оборотном капитале:		
(Увеличение)/Уменьшение запасов и биологических активов	(1 773)	1 826
(Увеличение)/Уменьшение дебиторской задолженности	2 035	(1 288)
Увеличение/(Уменьшение) кредиторской задолженности	1 070	(2 854)
Поток денежных средств от операционной деятельности	4 094	747
Проценты уплаченные	(1 918)	(1 265)
Налог на прибыль уплаченный	(109)	(360)
Чистый поток денежных средств от операционной деятельности	2 067	(878)
Поток денежных средств от инвестиционной деятельности		
Приобретение дочерних компаний и ассоциированных компаний	(700)	11
Приобретение основных средств и нематериальных активов	(639)	(790)
Выбытие основных средств и нематериальных активов	394	96
Чистый поток денежных средств от инвестиционной деятельности	(945)	(683)
Поток денежных средств от финансовой деятельности		
Выкуп собственных акций	(177)	(418)
Дивиденды, выплаченные неконтролирующим акционерам	(21)	(16)
Займы, полученные	30 351	30 926
Погашение займов полученных	(30 596)	(28 916)
Чистый поток от денежных средств от финансовой деятельности	(443)	1 576
Чистое увеличение/(уменьшение) денежных средств	679	15
Денежные средства и эквиваленты на начало года	482	467
Денежные средства и эквиваленты на конец года	1 161	482

ВОДКА ОСОБАЯ



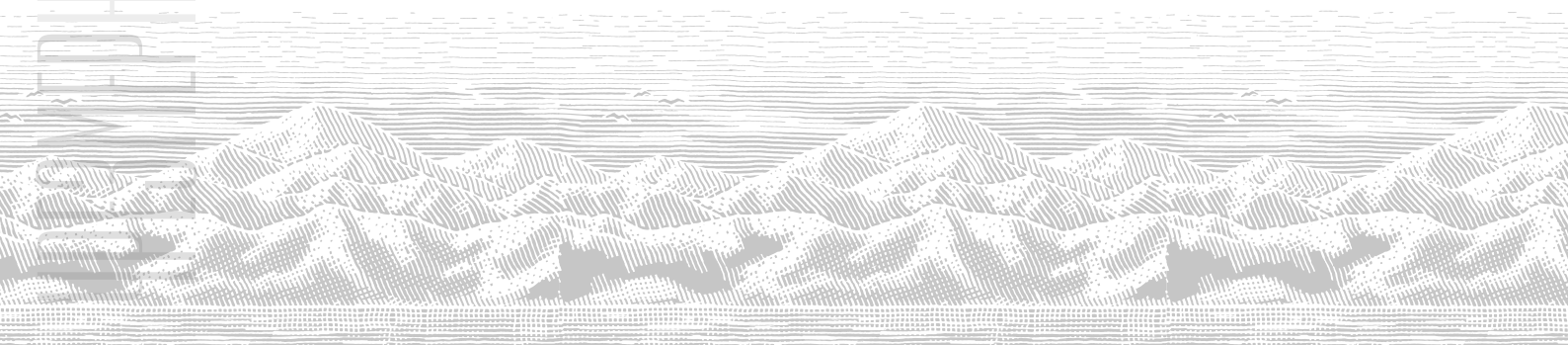
СНЕЖНЫЙ КРАБ

V O D K A

SNOW CRAB

Product of Russia

СРЕДНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ





ПРИЛОЖЕНИЕ АКЦИОНЕРАМ И ИНВЕСТОРАМ

Отчет о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления (далее также «Кодекс»)

№ п/п	Принцип (принципы) корпоративного управления или ключевой критерий (рекомендация)	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 создает 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 свое мнение по рассматриваемым вопросам.	1. В открытом доступе находится внутренний документ общества, утвержденный общим собранием акционеров и регламентирующий процедуры проведения общего собрания. 2. Общество предоставляет доступный способ коммуникации с обществом, такой как «горячая линия», электронная почта или форум в интернете, позволяющий акционерам высказать свое 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 отчетный период.	частично соблюдается	Положение о проведении общего собрания акционеров Компании находится в открытом доступе: размещено в сети Интернет по адресу, используемому ПАО «Синергия» для раскрытия информации: http://www.e-disclosure.ru/portal/corpany.aspx?id=7380 ; http://www.sygroup.ru/investor_center/ Общество предоставляет доступный способ коммуникации с обществом, такой как электронная почта. Контакты для инвесторов размещены на сайте ПАО «Синергия» в сети Интернет, а именно: ir@sygroup.ru , TimoshinDA@sygroup.ru
1.1.2.	Порядок сообщения о проведении общего собрания и предоставления материалов к общему собранию дает акционерам возможность надлежащим образом подготовиться к участию в нем.	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. 2. В сообщении о проведении собрания указано место проведения собрания и документы,	соблюдается	

необходимые для допуска в помещение.

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.

1.1.3 В ходе подготовки и проведения общего собрания акционеры имели возможность беспрепятственно и своевременно получить информацию о собрании и материалы к нему, задавать вопросы исполнительным органам и членам совета директоров общества, общаться друг с другом.

1. В отчетном периоде, акционерам была предоставлена возможность задать вопросы членам исполнительных органов и членам совета директоров общества накануне и в ходе проведения годового общего собрания.
2. Позиция совета директоров (включая внешние в протокол особые мнения), по каждому вопросу повестки общих собраний, проведенных в отчетных период, была включена в состав материалов к общему собранию акционеров.
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 отчетном периоде.

В отчетном 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 из списка лиц, имеющих право на участие в общем собрании, определенную законодательством.
Вопросы повестки дня общих собраний акционеров, проведенных в 2015 г., утверждены членами Совета директоров при созыве собраний, особые мнения отсутствуют, поэтому в состав материалов к собранию данная информация не включалась.

частично соблюдается

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

1. В отчетном 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.
2. В отчетном периоде общество не отказало в принятии предложений в повестку дня или кандидатур в органы общества по причине опечаток и иных несущественных недостатков в предложении акционера.

частично 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 выдвигании 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 отчетном году не поступали.

1.1.5 Каждый акционер имел возможность беспрепятственно реализовать право голоса

1. Внутренний документ (внутренняя политика) общества содержит положения, в соответствии с которыми не соблюдается

Внутренние документы Компании данного положения не содержат, но на практике

<p>самым простым и удобным для него способом.</p>	<p>ветствии с которыми каждый участник общего собрания может до завершения соответствующего собрания потребовать копию заполненного им бюллетеня, заверенного счетной комиссией.</p>	<p>Лица, присутствующие на общих собраниях акционеров Компании, имеют равные возможности для высказывания своего мнения и получения ответов на интересующие их вопросы.</p>	<p>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 для ответов на вопросы акционеров. Компания рассматривает вопросы о документальном подтверждении во внутренних документах положений об использовании телекоммуникационных средств связи на общих собраниях акционеров, учитывая изменения в Федеральном законе «Об акционерных обществах», вступающих в силу с 01.07.2016 г.</p>	<p>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 для ответов на вопросы акционеров. Компания рассматривает вопросы о документальном подтверждении во внутренних документах положений об использовании телекоммуникационных средств связи на общих собраниях акционеров, учитывая изменения в Федеральном законе «Об акционерных обществах», вступающих в силу с 01.07.2016 г.</p>	<p>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 для ответов на вопросы акционеров. Компания рассматривает вопросы о документальном подтверждении во внутренних документах положений об использовании телекоммуникационных средств связи на общих собраниях акционеров, учитывая изменения в Федеральном законе «Об акционерных обществах», вступающих в силу с 01.07.2016 г.</p>
<p>1.1.6</p>	<p>Установленный обществом порядок ведения общего собрания обеспечивает равную возможность всем лицам, присутствующим на собрании, высказать свое мнение и задать интересующие их вопросы.</p>	<p>1. При проведении в отчетном 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.</p> <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 удаленного доступа для участия в общих собраниях в отчетном периоде.</p>	<p>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 для ответов на вопросы акционеров. Компания рассматривает вопросы о документальном подтверждении во внутренних документах положений об использовании телекоммуникационных средств связи на общих собраниях акционеров, учитывая изменения в Федеральном законе «Об акционерных обществах», вступающих в силу с 01.07.2016 г.</p>	<p>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 для ответов на вопросы акционеров. Компания рассматривает вопросы о документальном подтверждении во внутренних документах положений об использовании телекоммуникационных средств связи на общих собраниях акционеров, учитывая изменения в Федеральном законе «Об акционерных обществах», вступающих в силу с 01.07.2016 г.</p>	
<p>1.2</p>	<p>Общество разработало и внедрило прозрачный и понятный механизм определения размера дивидендов и их выплаты.</p>	<p>1. В обществе разработана, утверждена советом директоров и раскрыта дивидендная политика.</p> <p>2. Если дивидендная политика общества исползуется показатели отчетности общества для определения размера дивидендов, то соответствующие положения дивидендной политики учитывают консолидированные показатели финансовой отчетности.</p>	<p>Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, отсутствует. В настоящее время Компания не планирует принимать решения о выплате дивидендов. Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, находится в стадии разработки.</p>	<p>Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, отсутствует. В настоящее время Компания не планирует принимать решения о выплате дивидендов. Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, находится в стадии разработки.</p>	
<p>1.2.1</p>	<p>Общество не принимает решение о выплате дивидендов, если такое решение, формально не нарушая ограничений, установленных законодательством, является экономически необоснованным и может привести к формированию ложных представлений о деятельности общества.</p>	<p>1. Дивидендная политика общества содержит четкие указания на финансовые/экономические обстоятельства, при которых обществу не следует выплачивать дивиденды.</p>	<p>Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, отсутствует. В настоящее время Компания не планирует принимать решения о выплате дивидендов. Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, находится в стадии разработки.</p>	<p>Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, отсутствует. В настоящее время Компания не планирует принимать решения о выплате дивидендов. Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, находится в стадии разработки.</p>	
<p>1.2.2</p>	<p>Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров.</p>	<p>1. В отчетном периоде общество не предпринимало действий, ведущих к ухудшению дивидендных прав существующих акционеров.</p>	<p>Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров.</p>	<p>Общество не допускает ухудшения дивидендных прав существующих акционеров.</p>	

<p>1.2.4 Общество разработало и внедрило прозрачный и понятный механизм определения размера дивидендов и их выплаты.</p> <p>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.</p>	<p>1. В обществе разработана утвержденная политика директоров и раскрыта дивидендная политика.</p> <p>2. Если дивидендная политика общества исполняется, то отчетность общества для определения размера дивидендов, то соответствующие положения дивидендной политики учитывают консолидированные показатели финансовой отчетности.</p>	<p>Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, отсутствует. В настоящее время Компания не планирует принимать решения о выплате дивидендов. Внутренний документ, определяющий дивидендную политику общества, находится в стадии разработки.</p>
<p>1.3.2 Общество не предпринимает действий, которые приводят или могут привести к ответственному перераспределению корпоративного контроля.</p> <p>1.3.3.1 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.</p>	<p>1. В течение отчетного периода процедуры управления потенциальными конфликтами интересов у существенных акционеров являются эффективными, а конфликтам между акционерами, если таковые были, совет директоров уделял надлежащее внимание.</p>	<p>В данный момент законодательством не определено понятие «квaziказначейских» акций; нормами, регулирующими проведение общего собрания акционеров, не предусмотрена/не описана процедура исключения «квaziказначейских» акций из голосования/кворума. Если будут внесены соответствующие изменения на законодательном уровне, Компания осуществит необходимые действия для соблюдения данного критерия.</p>
<p>1.4.1 Акционерам обеспечены надежные и эффективные способы учета прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций.</p>	<p>1. Качество и надежность осуществляемой регистрацией общества деятельности по ведению реестра владельцев ценных бумаг соответствуют потребностям общества и его акционеров.</p>	<p>Акционерам обеспечены надежные и эффективные способы учета прав на акции, а также возможность свободного и необременительного отчуждения принадлежащих им акций.</p>
<p>2.1 Совет директоров осуществляет стратегическое управление контролем, 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.</p>	<p>Совет директоров осуществляет стратегическое управление обществом, определяет основные принципы и подходы к организации и подходы к организации в обществе системы управления рисками и внутреннего контроля, контролирует деятельность исполнительных органов общества, а также реализует иные ключевые функции.</p>	<p>Совет директоров осуществляет стратегическое управление обществом, определяет основные принципы и подходы к организации и подходы к организации в обществе системы управления рисками и внутреннего контроля, контролирует деятельность исполнительных органов общества, а также реализует иные ключевые функции.</p>

<p>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 утвержденными стратегией развития и основными направлениями деятельности общества.</p>	<p>1. Совет директоров имеет закрепленные в уставе полномочия по назначению, освобождению от занимаемой должности и определению условий договоров в отношении членов исполнительных органов.</p> <p>2. Советом директоров рассмотрен отчет (отчеты) единоличного исполнительного органа и членов коллегиального исполнительного органа о выполнении стратегии общества.</p>	<p>Отчеты единоличного исполнительного органа и членов коллегиального исполнительного органа не составляются, т.к. Совет директоров находится в постоянном взаимодействии с исполнительными органами Компании, обладает полной информацией об их деятельности.</p>
<p>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.</p>	<p>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 рассмотрению критериев и показателей (в том числе промежуточных) реализации стратегии и бизнес-планов общества.</p>	<p>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.</p>
<p>2.1.3 Совет директоров определяет принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.</p>	<p>1. Совет директоров определил принципы и подходы к организации системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.</p> <p>2. Совет директоров провел оценку системы управления рисками и внутреннего контроля общества в течение отчетного периода.</p>	<p>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.</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p> <p>2. В течение отчетного периода на заседаниях совета директоров были рассмотрены вопросы, связанные с указанной политикой (политиками).</p>	<p>В течение отчетного периода не требовалось вносить изменения в вопросы, связанные вознаграждением и возмещением расходов (компенсаций) членов совета директоров, исполнительных органов общества и иных ключевых руководящих работников общества (политиками).</p>

<p>2.1.5 Совет директоров определяет политику общества по вознаграждению и (или) возмещению расходов (компенсаций) членам совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководящим работникам общества.</p>	<p>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).</p>	<p>солюдается</p>
<p>2.1.6 Совет директоров играет ключевую роль в обеспечении прозрачности общества, своевременности и полноты раскрытия обществом информации, необременительного доступа акционеров к документам общества.</p>	<p>1. Совет директоров утвердил положение об информационной политике. 2. В обществе определены лица, ответственные за реализацию информационной политики.</p>	<p>Советом директоров Компании утверждено Положение по использованию информации о деятельности ПАО «Синергия», ответственным за соблюдением его положений является Совет директоров Компании.</p>
<p>2.1.7 Совет директоров осуществляет контроль за практикой корпоративного управления в обществе и играет ключевую роль в существенных корпоративных событиях общества.</p>	<p>1. В течение отчетного периода совет директоров рассмотрел вопрос о практике корпоративного управления в обществе.</p>	<p>частично соблюдается</p>
<p>2.2 Совет директоров подотчетен акционерам общества.</p>		
<p>2.2.1 Информация о работе совета директоров раскрывается и предоставляется акционерам.</p>	<p>1. Годовой отчет общества за отчетный период включает в себя информацию о посещаемости заседаний совета директоров и комитетов отдельными директорами. 2. Годовой отчет содержит информацию об основных результатах оценки работы совета директоров, проведенной в отчетном периоде.</p>	<p>соблюдается</p>
<p>2.2.2 Председатель совета директоров доступен для общения с акционерами общества.</p>	<p>1. В обществе существует прозрачная процедура, обеспечивающая акционерам возможность направлять председателю совета директоров вопросы и свою позицию по ним.</p>	<p>соблюдается</p>
<p>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.</p>		
<p>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>	<p>1. Принятая в обществе процедура оценки эффективности работы совета директоров включает в том числе оценку профессиональной квалификации членов совета директоров. 2. В отчетном 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>	<p>Совет директоров проводит оценку кандидатов в члены Совета директоров при утверждении списка кандидатов для голосования по избранию членов Совета директоров Компании на общем собрании акционеров</p>

<p>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.</p>	<p>1. Во всех случаях проведения общего собрания акционеров в отчетном 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, проведенной советом директоров (или его комитетом по номинациям), а также информацию о соответствии кандидата критериям независимости, в соответствии с рекомендациями 102 – 107 Кодекса и письменное согласие кандидатов на избрание в состав совета директоров.</p>	<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 Комиссии на общем собрании акционеров, и известны акционерам. В будущем Совет директоров планирует включать результаты оценки кандидатов в члены Совета директоров в состав информации (материалов) к собранию акционеров.</p>
<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.</p>	<p>1. В рамках процедуры оценки работы совета директоров, проведенной в отчетном периоде, совет директоров проанализировал собственные потребности в области профессиональной квалификации, опыта и деловых навыков.</p>	<p>частично соблюдается</p>
<p>2.3.4 Количественный состав совета директоров общества дает 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.</p>	<p>1. В рамках процедуры оценки работы совета директоров, проведенной в отчетном периоде, совет директоров проанализировал собственные потребности в области профессиональной квалификации, опыта и деловых навыков.</p>	<p>Вопрос о количественном составе совета директоров в отчетном периоде не рассматривался, т.к. совет директоров, состоящий из 7 членов, закрепленный в Уставе Компании в настоящее время, совет директоров считает оптимальным, отвечающим потребностям общества и интересам акционеров.</p>
<p>2.4 В состав совета директоров входит достаточное количество независимых директоров.</p>		
<p>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 (избран-</p>	<p>1. В течение отчетного периода все независимые члены совета директоров отвечали всем критериям независимости, указанным в рекомендациях 102 – 107 Кодекса, или были признаны независимыми по решению совета директоров.</p>	<p>соблюдается</p>

ный член совета директоров), который связан с обществом, его существенным акционером, существенным контрагентом или конкурентом общества или связан с государством.

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.	1. В отчетном периоде, совет директоров (или комитет по номинациям совета директоров) составил мнение о независимости каждого кандидата в совет директоров и представил акционерам соответствующее заключение. 2. За отчетный период совет директоров (или комитет по номинациям совета директоров) по крайней мере один раз рассмотрел независимость действующих членов совета директоров, членов общества указывает в годовом отчете в качестве независимых директоров.	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.	1. Независимые директора составляют не менее одной трети состава совета директоров. 3. В обществе разработаны процедуры, определяющие необходимые действия члена совета директоров в том случае, если он перестает быть независимым, включая обязательства по своевременному информированию об этом совета директоров.	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.	1. Независимые директора (у которых отсутствует конфликт интересов) предвзвешенно оценивают существенные корпоративные действия, связанные с возможным конфликтом интересов, а результаты такой оценки представляются совету директоров.	частично соблюдается
2.5	Председатель совета директоров способствует наиболее эффективному осуществлению функций, возложенных на совет директоров.	1. Председатель совета директоров является независимым директором, или же среди независимых директоров определен старший независимый директор <3>. 2. Роль, права и обязанности председателя совета директоров (и, если применимо, старшего независимого директора) должным образом определены во внутренних документах общества.	Председатель совета директоров Компании не входит в состав исполнительных органов (Председатель Правления, Правление), обладает необходимыми знаниями и опытом для руководства деятельностью Совета директоров и его эффективной работы. Роль, права и обязанности председателя совета директоров определены Уставом и Положением о Совете директоров Компании.

<p>2.5.2</p> <p>Председатель совета директоров обеспечивает конструктивную атмосферу проведения заседаний, свободное обсуждение вопросов, включенных в повестку дня заседания, контроль за исполнением решений, принятых советом директоров.</p>	<p>1. Эффективность работы председателя совета директоров оценивалась в рамках процедуры оценки эффективности совета директоров в отчетном периоде.</p>	<p>не соблюдается</p>	<p>Деятельность председателя совета директоров Компании соответствует данному принципу. Оценка эффективности работы председателя совета директоров в отчетном периоде не проводилась. Для нового состава совета директоров будет поставлена задача по оценке эффективности работы председателя совета директоров.</p>
<p>2.5.3</p> <p>Председатель совета директоров принимает необходимые меры для своевременного предоставления членам совета директоров информации, необходимой для принятия решений по вопросам повестки дня.</p>	<p>1. 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.</p>	<p>соблюдается</p>	
<p>2.6</p> <p>Члены совета директоров действуют добросовестно и разумно в интересах общества и его акционеров на основе достаточной информированности, с должной степенью заботливости и осмотрительности.</p>			
<p>2.6.1</p> <p>Члены совета директоров принимают решения с учетом всей имеющейся информации, в отсутствие конфликта интересов, с учетом равного отношения к акционерам общества, в рамках обычного предпринимательского риска</p>	<p>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.</p> <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 счет общества.</p>	<p>соблюдается</p>	
<p>2.6.2</p> <p>Права и обязанности членов совета директоров четко сформулированы и закреплены во внутренних документах общества.</p>	<p>1. В обществе принят и опубликован внутренний документ, четко определяющий права и обязанности членов совета директоров.</p>	<p>соблюдается</p>	
<p>2.6.3</p> <p>Члены совета директоров имеют достаточно времени для выполнения своих обязанностей.</p>	<p>1. Индивидуальная посещаемость заседаний совета и комитетов, а также время, уделяемое для подготовки к участию в заседаниях,</p>	<p>частично соблюдается</p>	<p>Обязательство по уведомлению совета директоров о намерении членов совета директоров войти в состав органов</p>

учитывалась в рамках процедуры оценки совета директоров, в отчетном периоде.

2. В соответствии с внутренними документами общества члены совета директоров обязаны уведомлять совет директоров о своем намерении войти в состав органов управления других организаций (помимо подконтрольных и зависимых организаций общества), а также о факте такого назначения.

управления других организаций во внутренних документах Компании не закреплено, однако, члены Совета Директоров доводят до сведения Компании сведения 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 короткий срок представляется достаточная информация об обществе и о работе совета директоров.

соблюдается

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.

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 эффективность деятельности совета директоров.

2.7.1 Заседания совета директоров проводятся по мере необходимости, с учетом масштабов деятельности и стоящих перед обществом в определенный период времени задач.

1. Совет директоров провел не менее шести заседаний за отчетный год.

соблюдается

2.7.2 Во внутренних документах общества закреплен порядок подготовки и проведения заседаний совета директоров, обеспечивающий членам совета директоров возможность надлежащим образом подготовиться к его проведению.

1. В обществе утвержден 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.

соблюдается

2.7.3 Форма проведения заседания совета директоров определяется с учетом важности вопросов повестки дня. Наиболее важные вопросы решаются на заседаниях, проводимых в очной форме.

частично 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.

<p>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.</p>	<p>не соблюдается</p>	<p>На заседании совета директоров Компании квалифицированным большинством могут быть приняты решения, для которых такой порядок предусмотрен законодательством Российской Федерации. В 2015 г. решения о вынесении на общее собрание акционеров вопросов, связанных с внесением изменений в устав общества, и принятие рекомендаций по размену дивидендов по акциям общества, изложенные в рекомендации 170 Кодекса, были приняты членами Совета директоров единогласно.</p>
<p>2.8 Совет директоров создает комитеты для предварительного рассмотрения наиболее важных вопросов деятельности общества.</p>	<p>частично соблюдается</p>	<p>Советом директоров общества создан комитет по аудиту, функции которого закреплены в Положении о Комитете Совета директоров по аудиту. В составе комитета по аудиту 2 директора являются независимыми из 3. Возглавляет комитет по аудиту независимый директор.</p>
<p>2.8.1 Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с контролем за финансово-хозяйственной деятельностью общества, создан комитет по аудиту, состоящий из независимых директоров.</p>	<p>Советом директоров общества создан комитет по аудиту, функции которого закреплены в Положении о Комитете Совета директоров по аудиту. В составе комитета по аудиту 2 директора являются независимыми из 3. Возглавляет комитет по аудиту независимый директор.</p>	<p>Расширение функций комитета Совета директоров по аудиту в соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления для комитета по номинациям находится в стадии разработки.</p>
<p>2.8.2 Для предварительного рассмотрения вопросов, связанных с формированием эффективной и прозрачной практики вознаграждения, создан комитет по вознаграждениям, состоящий из независимых директоров и возглавляемый независимым директором, не являющимся председателем совета директоров.</p>	<p>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 1 независимый директор, который является его председателем и не является председателем совета директоров.</p>	<p>Расширение функций комитета Совета директоров по кадрам и вознаграждениям в соответствии с рекомендациями Кодекса корпоративного управления для комитета по номинациям находится в стадии разработки.</p>

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 (или его задачи, указанные в рекомендации 186 Кодекса, реализуются в рамках иного комитета <4>), большинство членом которого являются независимыми директорами.	1. Советом директоров создан комитет по номинациям (или его задачи, указанные в рекомендации 186 Кодекса, реализуются в рамках иного комитета <4>), большинство членом которого являются независимыми директорами. 2. Во внутренних документах общества, определены задачи комитета по номинациям (или соответствующего комитета с совмещенным функционалом), включая в том числе задачи, содержащиеся в рекомендации 186 Кодекса.	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.
2.8.4	С учетом масштабов деятельности и уровня риска совет директоров общества удостоверяется 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.).	1. В отчетном 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.	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 определен таким образом, чтобы он позволял проводить всестороннее обсуждение предварительно рассматриваемых вопросов с учетом 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.	Соблюдается
2.8.6	Председатели комитетов регулярно информируют совет директоров и его председателя о работе своих комитетов.	1. В течение отчетного периода председатели комитетов регулярно отчитывались о работе комитетов перед советом директоров.	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 сте-	1. Самооценка или внешняя оценка работы совета директоров, проведенная в отчетном	частично соблюдается

<p>2.9.1 пени 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.</p>	<p>периоде, включала оценку работы комитетов, отдельных членов совета директоров и совета директоров в целом. 2. Результаты самооценки или внешней оценки совета директоров, проведенной в течение отчетного периода, были рассмотрены на очном заседании совета директоров.</p>	<p>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.</p>
<p>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).</p>	<p>1. Для проведения независимой оценки качества работы совета директоров в течение трех последних отчетных периодов по меньшей мере один раз обществом привлекалась внешняя организация (консультант).</p>	<p>Должность корпоративного секретаря в компании отсутствует. Функции корпоративного секретаря выполняются секретарем совета директоров, который назначается и снимается с должности по решению совета директоров.</p>
<p>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.</p>	<p>1. В обществе принят и раскрыт внутренний документ – положение о корпоративном секретаре. 2. На сайте общества в сети Интернет и в годовом отчете представлена биографическая информация о корпоративном секретаре, с таким же уровнем детализации, как для членов совета директоров и исполнительного руководства общества.</p>	<p>Должность корпоративного секретаря в компании отсутствует. Функции корпоративного секретаря выполняются секретарем совета директоров, который назначается и снимается с должности по решению совета директоров.</p>
<p>3.1.1 Корпоративный секретарь обладает знаниями, опытом и квалификацией, достаточными для исполнения возложенных на него обязанностей, безупречной репутацией и пользуется доверием акционеров.</p>	<p>1. Совет директоров одобряет назначение, отстранение от должности и дополнительное вознаграждение корпоративного секретаря.</p>	<p>Должность корпоративного секретаря в компании отсутствует. Функции корпоративного секретаря выполняются секретарем совета директоров, который назначается и снимается с должности по решению совета директоров.</p>
<p>3.1.2 Корпоративный секретарь обладает достаточной независимостью от исполнительных органов общества и имеет необходимые полномочия и ресурсы для выполнения поставленных перед ним задач.</p>	<p>1. В обществе принят внутренний документ (документы) - политика (политики) по вознаграждению членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководителей работников, в котором четко</p>	<p>Должность корпоративного секретаря в компании отсутствует. Функции корпоративного секретаря выполняются секретарем совета директоров, который назначается и снимается с должности по решению совета директоров.</p>
<p>4.1 Уровень выплачиваемого обществом вознаграждением достаточен для привлечения, мотивации и удержания лиц, обладающих необходимой для общества компетенцией и квалификацией. Выплата вознаграждения членам совета директоров, исполнительным органам и иным ключевым руководителям работников, создается достаточную мотивацию для их эффективной</p>	<p>1. В обществе принят внутренний документ (документы) - политика (политики) по вознаграждению членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководителей работников, в котором четко</p>	<p>Должность корпоративного секретаря в компании отсутствует. Функции корпоративного секретаря выполняются секретарем совета директоров, который назначается и снимается с должности по решению совета директоров.</p>

<p>ной работы, позволяя обществу привлечь 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.</p>	<p>по решению совета директоров.</p>
<p>4.1.2 Политика общества по вознаграждению работников комитета 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 нее коррективы.</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 совета директоров по кадрам и вознаграждениям на основании Положения о комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия».</p>
<p>4.1.3 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 по вознаграждению в Компании отсутствует. Выработка принципов и критериев размера вознаграждения членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества осуществляется комитетом совета директоров по кадрам и вознаграждениям на основании Положения о комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия».</p>
<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.</p>	<p>Правила возмещения расходов членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества устанавливаются комитетом совета директоров по кадрам и вознаграждениям в соответствии с Положением о комитете по кадрам и вознаграждениям Совета директоров ПАО «Синергия».</p>

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 вознаграждение членам совета директоров за участие в отдельных заседаниях совета или комитетов совета директоров. Общество не применяет формы краткосрочной мотивации и дополнительного материального стимулирования в отношении членов совета директоров.

1. Фиксированное годовое вознаграждение являлось единственной денежной формой вознаграждения членов совета директоров за работу в совете директоров в течение отчетного периода.

Вознаграждение членам совета директоров в отчетном году не выплачивалось.

не соблюдается

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 определенных показателей деятельности, а члены совета директоров не участвуют в опционных программах.

1. Если внутренний документ (документы) – политика (политики) по вознаграждению общества предусматривают предоставление акций членам совета директоров, должны быть предусмотрены и раскрыты четкие правила владения акциями членами совета директоров, нацеленные на стимулирование долгосрочного владения такими акциями.

соблюдается

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.

1. 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.

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 обеспечить разумное и обоснованное соотношение фиксированной части вознаграждения и переменной части вознаграждения, зависящей от результатов работы общества и личного (индивидуального) вклада работника в конечный результат.

не соблюдается

Вознаграждение членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества в отчетном году не осуществлялось.

1. В течение отчетного периода одобренные советом директоров годовые показатели эффективности использовались при определении размера переменного вознаграждения членов исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества.
2. В ходе последней проведенной 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.

3. В обществе предусмотрена процедура, обеспечивающая возвращение обществу премиальных выплат, непропорционально полученных членами исполнительных органов и иных ключевых руководящих работников общества.

4.3.2 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).

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).

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 определенных показателей деятельности общества.

не соблюдается

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 отсутствует.

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.

не соблюдается

Выплата компенсации (золотого парашюта), выплачиваемой обществом в случае досрочного прекращения полномочий членам исполнительных органов или ключевых руководящих работников по инициативе общества, внутренними документами общества не предусмотрена.

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.

частично соблюдается

1. Функции различных органов управления и подразделений общества в системе управления рисками и внутреннем контроле четко определены во внутренних документах/соответствующей политике общества, одобренной советом директоров.

Система управления рисками и внутреннего контроля основана на взаимодействии органов управления Компании, ее структурных подразделений и отдельных сотрудников и разграничении их компетенции.

<p>5.1.2 Исполнительные органы общества обеспечивают создание и поддержание функционального эффективной системы управления рисками и внутреннего контроля в обществе.</p>	<p>1. Исполнительные органы общества обеспечили распределение функций и полномочий в отношении управления рисками и внутреннего контроля между подотчетными ими руководителями (начальниками) подразделений и отделов.</p>	<p>соблюдается</p>
<p>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 отчетности общества, разумность и приемлемость принимаемых обществом рисков.</p>	<p>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.</p>	<p>частично соблюдается</p>
<p>5.1.4 Совет директоров общества предпринимает необходимые меры для того, чтобы убедиться, что действующая в обществе система управления рисками и внутреннего контроля соответствует определенным советом директоров принципам и подходам к ее организации и эффективно функционирует.</p>	<p>1. В течение отчетного периода, совет директоров или комитет по аудиту совета директоров провел оценку эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля общества. Сведения об основных результатах такой оценки включены в состав годового отчета общества.</p>	<p>соблюдается</p>
<p>5.2</p>	<p>Для систематической независимой оценки надежности и эффективности системы управления рисками и внутреннего контроля, и практики корпоративного управления обществом организовывает проведение внутреннего аудита.</p>	<p></p>
<p>5.2.1</p>	<p>Для проведения внутреннего аудита в обществе создано отдельное структурное подразделение или привлечена независимая внешняя организация. Функциональная и административная подотчетность подразделения внутреннего аудита разграничены. Функционально подразделение внутреннего аудита подчиняется совету директоров.</p>	<p>соблюдается</p>

<p>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.</p>	<p>1. В течение отчетного 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.</p>	<p>Советом директоров Компании утверждено Положение по использованию информации о деятельности ПАО «Синергия». Редакция Положения с учетом рекомендаций Кодекса находится в процессе разработки.</p>
<p>6.1 Общество и его деятельность являются прозрачными для акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц.</p>	<p>6.1.1 В обществе разработана и внедрена информационная политика, обеспечивающая эффективное информационное взаимодействие общества, акционеров, инвесторов и иных заинтересованных лиц.</p>	<p>Советом директоров общества утверждена информационная политика общества, разработанная с учетом рекомендаций Кодекса. 2. Совет директоров (или один из его комитетов) рассмотрел вопросы, связанные с соблюдением обществом его информационной политики как минимум один раз за отчетный период.</p>
<p>6.2 Общество своевременно раскрывает полную, актуальную и достоверную информацию об обществе для обеспечения возможности принятия обоснованных решений акционерами общества и инвесторами.</p>	<p>6.2.1 Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных.</p>	<p>Общество раскрывает информацию в соответствии с принципами регулярности, последовательности и оперативности, а также доступности, достоверности, полноты и сравнимости раскрываемых данных. Подходы и критерии информационной</p>

обращаются на иностранных организованных рынках, раскрытие существенной информации в Российской Федерации и на таких рынках осуществляется синхронно и эквивалентно в течение отчетного года.

3. Если иностранные акционеры владеют существенным количеством акций общества, то в течение отчетного года раскрытие информации осуществляется не только на русском, но также и на одном из наиболее распространенных иностранных языков.

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.

1. В течение отчетного периода общество раскрывало годовую и полугодовую финансовую отчетность, составленную по стандартам МСФО. В годовой отчет общества за отчетный период включена годовая финансовая отчетность, составленная по стандартам МСФО, вместе с аудиторским заключением.
2. Общество раскрывает полную информацию о структуре капитала общества в соответствии с Рекомендацией 290 Кодекса в годовом отчете и на сайте общества в сети Интернет.

частично соблюдается

Компания избегает формального подхода при раскрытии информации и раскрывает существенную информацию о своей деятельности. В годовой отчет общества за отчетный период включаются показатели по годовой финансовой отчетности, составленной по стандартам МСФО, аудиторское заключение раскрывается в составе годовой финансовой отчетности, составленной по стандартам МСФО, и ежеквартального отчета.

6.2.3 Годовой отчет, являясь одним из наиболее важных инструментов информационного взаимодействия с акционерами и другими заинтересованными сторонами, содержит информацию, позволяющую оценить итоги деятельности общества за год.

соблюдается

1. Годовой отчет общества содержит информацию о ключевых аспектах операционной деятельности общества и его финансовых результатах
2. Годовой отчет общества содержит информацию об экологических и социальных аспектах деятельности общества.

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.

соблюдается

1. Информационная политика общества определяет необременительный порядок предоставления акционерам доступа к информации, в том числе информации о подконтрольных обществу юридических лицах, по запросу акционеров.

6.3.2 При предоставлении обществом информации акционерам обеспечивается разумный баланс между интересами конкретных акционеров и интересами самого общества, заинтересованного в сохранении конфиден

частично соблюдается

1. В течение отчетного периода, общество не отказывало в удовлетворении запросов акционеров о предоставлении информации, либо такие отказы были обоснованными.
2. В случаях, определенных информационной

циальности важной коммерческой информации, которая может оказать существенное влияние на его конкурентоспособность.

политикой общества, акционеры предупреждаются о конфиденциальном характере информации и принимают на себя обязанность по сохранению ее конфиденциальности.

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 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 определен перечень (критерии) сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, и такие действия отнесены к компетенции совета директоров общества

1. Уставом общества определен 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.

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.

частично соблюдается

Уставом общества перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, не определен, решения по таким сделкам и действиям принимаются в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах».

В будущем Компания планирует определить перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями и критерии для их определения.

7.1.2 Совет директоров играет ключевую роль в принятии решений или выработке рекомендаций в отношении существенных корпоративных действий, совет директоров опирается на позицию независимых директоров общества.

1. В общества предусмотрена процедура, в соответствии с которой независимые директора заявляют о своей позиции по существенным корпоративным действиям до их одобрения.

Уставом общества перечень сделок или иных действий, являющихся существенными корпоративными действиями, не определен. 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. 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>	<p>1. Уставом общества с учетом особенностей его деятельности установлены более низкие, чем предусмотренные законодательством минимальные критерии отнесения сделок общества к существенным корпоративным действиям.</p> <p>2. В течение отчетного периода, все существенные корпоративные действия прошли процедуру одобрения до их осуществления.</p>	<p>При совершении существенных корпоративных действий, затрагивающих права и законные интересы акционеров, обеспечиваются равные условия для всех акционеров общества в соответствии с законодательством Российской Федерации.</p>
<p>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.</p>		
<p>7.2.1 Информация о совершении существенных корпоративных действий раскрывается с объяснением причин, условий и последствий совершения таких действий</p>	<p>1. В течение отчетного периода общество своевременно и детально раскрывало информацию о существенных корпоративных действиях общества, включая основания и сроки совершения таких действий.</p>	<p>соблюдается</p>
<p>7.2.2 Правила и процедуры, связанные с осуществлением обществом существенных корпоративных действий, закреплены во внутренних документах общества.</p>	<p>1. Внутренние документы общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика для определения стоимости имущества, отчуждаемого или приобретаемого по крупной сделке или сделке с заинтересованностью.</p> <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>Внутренние документы общества предусматривают процедуру привлечения независимого оценщика в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации. Крупные сделки и сделки с заинтересованностью в отчетном году Компанией не совершались.</p>

A bottle of Beluga Noble Russian Vodka is the central focus, standing on a silver tray. To its left is a martini glass filled with a golden liquid and two olives. To its right is a rocks glass filled with ice and a slice of lime. The background features a wall with a framed picture of a fish and a vase of wheat on the left. The lighting is warm and focused on the bottle and glasses.

BELUGA

NOBLE RUSSIAN VODKA

BELUGA



NOBLE RUSSIAN VODKA
DISTILLED AND BOTTLED IN RUSSIA



EXPORT

40% VOL.

0.7 LITRE

Beluga. Noble bar

Настоящий годовой отчет подготовлен ОАО «Синергия» (далее — «Компания», «Группа «Синергия», «Группа» или «Компания «Синергия») совместно со своими дочерними предприятиями. Читая настоящий годовой отчет, Вы тем самым соглашаетесь соблюдать следующие ограничения и предупреждения. Настоящий годовой отчет является строго конфиденциальным документом, предназначенным только для его получателя; он не подлежит передаче представителям прессы или каким-либо другим лицам, и его нельзя воспроизводить в какой бы то ни было форме ни полностью, ни частично. Несоблюдение данного ограничения может представлять собой нарушение применимого законодательства о рынке ценных бумаг. Настоящий годовой отчет не представляет собой, не является частью и не должен толковаться как представляющий собой или являющийся частью предложения о продаже или передаче, приглашения подавать предложения о покупке или приобретении акций Компании или любого из ее дочерних предприятий в какой-либо административно-территориальной единице, или побуждения к осуществлению инвестиционной деятельности в какой-либо административно-территориальной единице. Ни настоящий годовой отчет, ни какая-либо его часть, ни факт его распространения не представляют собой основание или руководство к действию в связи с какими бы то ни было контрактами, обязательствами или инвестиционными решениями.

Настоящий годовой отчет может содержать заявления, которые являются или могут быть сочтены прогнозными заявлениями согласно американскому федеральному законодательству о ценных бумагах и рассчитаны на то, что они подпадают под защиту предусмотренных этим законодательством «safe harbor». Примерами таких прогнозных заявлений наряду с другими являются заявления Компании, касающиеся ее предварительных оценок, прогнозов, предполагаемых показателей, стратегии, планов, задач, целей, видов на будущее, предварительных расчетов, намерений, предположений и целевых ориентиров, в том числе касающихся приобретений, продаж, продукции или услуг, результатов деятельности, финансового положения, ликвидности, перспектив и дивидендной политики; заявления, касающиеся эффективности деятельности Компании и состояния отрасли в будущем; другие заявления, не основанные на строгом соответствии фактам прошлого или настоящего; исходные предположения, на которых основаны такие заявления.

По самой своей природе прогнозные заявления связаны с присущими им рисками и неопределенностями как общего, так и частного характера, и существует возможность того, что содержащиеся в этих заявлениях прогнозы не оправдаются. Помимо прочего, прогнозные заявления основаны на многочисленных исходных предположениях в отношении нынешней и будущей стратегии предпринимательской деятельности Компании, а также в отношении условий, в которых Компания будет осуществлять свою деятельность в будущем.

Читателям отчета следует помнить о существовании нескольких важных факторов, способных разрушить исходные предположения Компании и вызвать существенные расхождения между фактическими результатами ее деятельности и ее предварительными оценками, прогнозами, предполагаемыми показателями, стратегией, планами, задачами, целями, видами на будущее, предварительными расчетами, намерениями, предположениями и целевыми ориентирами, изложенными в таких прогнозных заявлениях.

К числу таких факторов относятся следующие: изменение политических, социальных, правовых и экономических условий в России в целом или в тех регионах России, в которых Компания ведет свою деятельность, в том числе изменение уровня потребительских расходов и спроса на некоторые виды или на всю ее продукцию; изменение потребительских предпочтений и вкусов, демографических тенденций или представлений о факторах риска, касающихся состояния здоровья; растущее товарное и ценовое давление со стороны конкурентов, а также неожиданные действия конкурентов, результатом которых может стать уменьшение рыночной доли, увеличение издержек и снижение потенциала роста Компании; нынешняя и будущая способность Компании осуществлять слияние компаний, добиваться долевого участия в компаниях, приобретать и продавать компании, обеспечивать интеграцию, достигать ожидаемого синергетического эффекта и/или снижения издержек; уровни затрат Компании и ее конкурентов на осуществление маркетинга и рекламы, а также на внедрение технических новшеств; способность Компании защищать свои права на интеллектуальную собственность; растущее признание в России ответственности производителя за качество выпускаемой продукции и за причинение ущерба здоровью личности; изменения в законодательстве и регулировании, а также в политике Правительства Российской Федерации и региональных властей, включая изменения в законодательстве, регулировании и политике в отношении потребления и рекламы ликеро-водочных изделий, а также в отношении и их налогообложения; изменения в стоимости сырьевых материалов и рабочей силы; возобновление на благоприятных условиях прав на дистрибуцию продукции и дистрибуторских контрактов после истечения их срока действия; технологические разработки, способные повлиять на дистрибуцию продукции; изменения на финансовом и фондовом рынках, включая значительные колебания процентных ставок и курсов обмена иностранных валют, которые могут затруднить для Компании доступ к финансированию или повысить его стоимость, а также отразиться на результатах финансовой деятельности Компании; изменения в стандартах бухгалтерского учета, в учетной политике и практике; наличие квалифицированных кадров, включая специалистов в области бухгалтерского учета; способность определять другие риски, присущие бизнесу Компании, и управлять рисками, связанными с перечисленными выше факторами.

Этот перечень важных факторов не является исчерпывающим. Читатели отчета должны тщательно взвешивать такие факторы, а также другие неопределенности и события, особенно в свете политических, экономических, социальных и правовых условий, в которых Компания ведет свою деятельность. Такие прогнозные заявления отражают только ситуацию, существовавшую на дату, в которую они были сделаны, и Компания не берет на себя никаких обязательств в отношении дополнения последними данными или пересмотра каких-либо из этих заявлений. Читатели отчета не должны чрезмерно полагаться на прогнозные заявления. Компания не дает никаких заверений и гарантий и не обещает, что результаты, предусматриваемые такими прогнозными заявлениями, будут достигнуты; каждое из таких прогнозных заявлений представляет собой лишь один из множества возможных вариантов развития событий, который не должен рассматриваться как самый вероятный или обычный вариант.

СИНЕРГИЯ

ОАО «Синергия»
117485, Москва, Россия
ул. Обручева, д. 30/1 стр.1
тел.: +7 /495/ 510 2695
+7 /495/ 775 3050
факс: +7 /495/ 510 2697
+7 /495/ 775 3052
вебсайт: www.sygroup.ru
e-mail: info@sygroup.ru