

УТВЕРЖДЁН
Советом Директоров Открытого
Акционерного Общества Концерн "Калина"
Протокол от "6" марта 2006 г. № 29

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

Открытое Акционерное Общество Концерн "Калина"

Код эмитента:

3 0 3 0 6 - D

за 2005 год

Место нахождения эмитента: 620138 г. Екатеринбург, ул.
Комсомольская, д. 80

Информация, содержащаяся в настоящем годовом отчете, подлежит раскрытию в соответствии с законодательством Российской Федерации о ценных бумагах

Генеральный директор

Дата "6" марта 2006г.

Главный бухгалтер эмитента

Дата "6" марта 2006г.



Т. Р. Горяев

Т. Г. Бабина

М.П.

Контактное лицо: **Аргунов Дмитрий Александрович, начальник отдела корпоративных финансов**

Телефон: (343) 262 26 85

Факс: (343) 262 22 32

Адрес электронной почты: D.Argunov@kalina.org

Адрес страницы (страниц) в сети Интернет,
на которой раскрывается информация,
содержащаяся в настоящем ежеквартальном отчете

WWW.KALINA.ORG

1. СОДЕРЖАНИЕ

1. СОДЕРЖАНИЕ	2
2. Положение общества в отрасли:	3
3. Приоритетные направления деятельности ОАО Концерн «Калина»	4
4. ОТЧЁТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОАО КОНЦЕРН "КАЛИНА" ПО ИТОГАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В 2005 г.	5
5. Перспективы развития общества	7
6. Отчёт о выплате объявленных дивидендов по акциям ОАО Концерн «Калина»	7
7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью ОАО Концерн «Калина»	8
8. Перечень совершённых в 2005 г. сделок, признанных крупными	15
9. Перечень совершённых в 2005 г. сделок, в совершении которых имеется заинтересованность	15
10. Состав Совета директоров	15
11. Размер вознаграждения, льгот и/или компенсации расходов, выплаченных членам Совета директоров ОАО Концерн «КАЛИНА» за 12 месяцев 2005 года:..	22
12. Сведения о соблюдении ОАО Концерн «Калина» Кодекса корпоративного поведения.	28

2. Положение общества в отрасли:

ОАО Концерн «Калина» занимается разработкой, производством и сбытом на территории России и стран СНГ широкого круга средств по уходу за кожей (кремы, лосьоны, гели, тоники и т.д.), средств по уходу за волосами (шампуни, бальзамы), средств по уходу за полостью рта (зубные пасты), парфюмерии, моющих средств (стиральные порошки, мыло) и ряда других продуктов.

Сравнительные данные, отражающие деятельность ОАО Концерн «КАЛИНА» в отрасли.

Рынок средств по уходу за кожей лица.

Доля Компании на данном рынке по состоянию на конец 2005 года составляет 34,9%. Доли рынка самых крупных конкурентов представлены следующим образом: "Невская косметика" – 5,34%, "Beiersdorf"- 2,95%, L'Oreal & Garnier – 9,04%, «Свобода»- 6,56%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении (item share).

Рынок средств по уходу за кожей

Доля Калины на данном сегменте рынка составляет 28,1%. Доли рынка крупных конкурентов представлены следующим образом: «Невская Косметика»- 11,0%, «Свобода» - 8,4%, Beiersdorff – 6,7%, L'Oreal- 0,2%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении.

Рынок средств по уходу за волосами.

Доля Концерна на рынке средств по уходу за волосами по состоянию на конец 2005 года составляет 4,9%. Доли рынка самых крупных конкурентов представлены следующим образом: "Проктер энд Гэмбл" – 27,5%, "Schwarzkopf/Henkel" – 13,1%, "Beiersdorf" – 2,4%, "Unilever" – 13,2%, "L'Oreal" – 8,5%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении.

Рынок средств по уходу за полостью рта.

Доля Компании на рынке средств по уходу за полостью рта по состоянию на ноябрь- декабрь 2005 года составляет 12,2%. Доли рынка самых крупных конкурентов представлены следующим образом: «Colgate-Palmolive»- 30,0%, "Проктер энд Гэмбл" – 19,7%, "Невская косметика" – 14,1%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении.

Рынок парфюмерно-косметических средств для мужчин

Доля Концерна на рынке парфюмерно-косметических средств для мужчин на ноябрь-декабрь 2005 года составляет 6,8%. Доли рынка основных конкурентов представлены следующим образом: Gillette – 26,7%, Beiersdorf- 11,6%, «Свобода» - 7,2%, Colgate-Palmolive – 3,6%, Aromax – 1,9%, «Невская косметика» - 0,5%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении.

Рынок декоративной косметики

Доля концерна на рынке декоративной косметики по состоянию на ноябрь-декабрь 2005 года составляет 2,0%. Доли рынка основных конкурентов представлены следующим образом: L'Oreal – 6,4%, Bourjois – 3,5%, Max Factor – 4,4%, Maybelline- 9,3% Ruby Rose – 2,0%.

Рынок синтетических моющих средств.

Доля Компании на рынке СМС по состоянию на конец 2005 года по экспертной оценке группы маркетинга составляет 5,0%. Доли рынка самых крупных конкурентов представлены следующим образом: Procter&Gamble – 23,0%, Unilever – 9,0%, Евуар – 10,0%, "Аист" – 6,0%, "Нэфис - Косметикс" – 7,0%, ЗАО "Невская Косметика" – 6,0%, ОАО "Весна" – 9,0%. Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении.

Перед отечественными производителями-конкурентами основными преимуществами Концерна являются широкая сбытовая сеть (самая большая среди отечественных производителей), высокое и стабильное качество товаров и услуг Концерна, активная рекламная политика. Благодаря постоянному продвижению брендов Концерна, они имеют высокие показатели знания, т.е. хорошо известны населению страны, а постоянная работа над улучшением качества продукта стимулирует повторные покупки, создавая, таким образом, постоянный спрос на продукцию.

Перед западными производителями основными конкурентными преимуществами продукции Концерна является более низкая цена за продукт и обеспечение уровня качества, соответствующего мировым стандартам. Также положительным фактором является близость к потребителю, что позволяет постоянно получать данные о специфике потребления, особенностях поведения и быстро реагировать на изменения.

Компания ожидает продолжения действия указанных факторов и тенденций, по крайней мере, в среднесрочной перспективе (ближайшие 2-3 года). Следуя изменениям конкурентных условий, Компания проводит активную маркетинговую политику - постоянно создаются и выводятся на рынок новинки продукции, усиливается рекламная поддержка ключевых брендов. Проводятся мероприятия направленные на повышение лояльности потребителей к брендам Компании, увеличению показателей узнаваемости продукции Концерна.

На результаты деятельности Компании могут негативно повлиять усиление конкуренции со стороны мультинациональных корпораций, изменение предпочтений потребителей, изменение в режимах налогообложения, валютном и таможенном законодательстве тех стран, куда Концерн экспортирует свою продукцию. Также существенно может повлиять экономическая ситуация внутри России, в частности изменение курсов валют (примерно четверть расходов Компании относящихся на себестоимость номинированы в валюте), инфляция и уровень процентных ставок. Компания оценивает степень вероятности проявления действия факторов связанных с высокой конкуренцией как высокую; степень вероятности негативных изменений в законодательстве и экономической ситуации в России и странах СНГ как среднюю.

Сохранение стабильной политической обстановки в РФ и странах СНГ, рост экономики и создание законодательной базы, ориентированной на улучшение рыночных условий, либерализация экономики в таких странах, как Узбекистан, дальнейшее снижение уровня инфляции и процентных ставок, повышение лояльности потребителей к отечественным брендам рассматриваются Компанией как факторы, которые могут улучшить результаты ее деятельности. Степень вероятности появления данных факторов оценивается Компанией как довольно высокая, а продолжительность их действия (в случае появления) будет распространяться на долгосрочный период (более чем 3-5 лет).

Примечание:

Все доли представлены в натуральном выражении (в штуках). Доли рассчитаны по методике применяемой AC Nielsen для оценки общей емкости каждого сегмента рынка (не от числа Компаний, принимаемых за 100%).

3. Приоритетные направления деятельности ОАО Концерн «Калина»

Основным видом хозяйственной деятельности Компании является производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, моющих средств и бытовой химии. Доля доходов Концерна от этого вида деятельности составляет 100% на протяжении всего периода существования Компании.

Доходы от основной хозяйственной деятельности Компании, тыс. руб.

	2005
Производство парфюмерно-косметической продукции	6 339 138

4. Отчёт совета директоров ОАО концерн "КАЛИНА" по итогам деятельности в 2005 г.

ОАО Концерн «Калина», российское открытое акционерное общество, зарегистрированное 12 декабря 1992 года как ОАО «Уральские Самоцветы» и переименованное в ОАО «Концерн Калина» 30 ноября 1999 года. На сегодняшний день Концерн является одним из крупнейших производителей парфюмерно-косметической продукции в России. Ассортимент продукции состоит из более 300 наименований и включает парфюмерию, косметику для лица и тела, шампуни, бальзамы, маски для волос, декоративную косметику, зубные пасты, мыло, стиральные порошки и бытовую химию. Среди наиболее известных брендов компании: косметические серии «Черный жемчуг», «Чистая линия», «MIA», «Маленькая фея», «100 рецептов красоты», «Бархатные ручки», зубные пасты «32 норма» и «Лесной бальзам», духи «Анжелика Варум». Кроме собственных брендов Концерн продвигает на рынки России и стран СНГ бренды немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG (контрольный пакет акций которой принадлежит Калине) - Manhattan, Manhattan Clearface, Apotheker Scheller.

Популярность торговых марок Калины, успешная маркетинговая политика и высокое качество продукции обеспечили Компании лидирующие позиции на национальном рынке косметики. Концерн обладает самой широкой в отрасли дистрибьюторской сетью,

охватывающей все регионы России и страны СНГ. Компания владеет собственным научно-производственным центром, специалисты которого разрабатывают новые продукты и технологии. Основные производственные мощности Концерна находятся в Екатеринбурге, Омске и сформированы из современного оборудования, обслуживаемого высокопрофессиональным персоналом.

Основными событиями в 2005 году стали:

- ♦ В январе 2005г. была запущена программа ADR 1 уровня при поддержке Deutsche Bank.
- ♦ 15 апреля 2005г. Концерн приобрел 58,4% акций немецкого производителя парфюмерии и косметики Dr. Scheller Cosmetics AG в рамках публичного предложения о приобретении акций акционерам немецкой компании.
- ♦ 26 мая 2005 года Компания заключила Кредитное соглашение с Черноморским Банком Торговли и Развития на сумму до 30 миллионов долларов сроком на 7 лет.
- ♦ В 2005г. завершено строительство нового склада готовой продукции.
- ♦ В 2005 г. компания завершила реализацию программы технического перевооружения, инвестировав в приобретение и модернизацию основных средств более 15 миллионов Евро.
- ♦ В ноябре 2005г. мажоритарный акционер и генеральный директор Компании Тимур Горяев продал часть принадлежащих ему акций Компании. На конец 2005г. доля г-на Горяева в уставном капитале Концерна составляет 30,0031%.

В 2005 году было выпущено 175 новинок, 91 из которых распределились между нашими лидирующими брендами следующим образом:

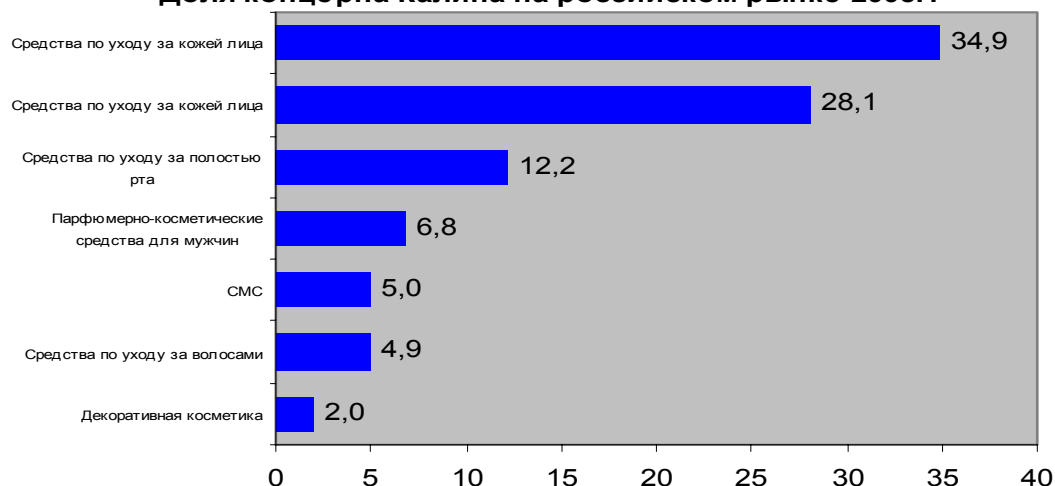
Наименование бренда	Количество новинок в 2005 г.
Чистая линия	13
Чёрный жемчуг	30
МИА	3
Бархатные ручки	9
Ultimatum	21
32	15

Доля новинок в структуре общих продаж Концерна постоянно растёт, так, в 2005 году этот показатель составил 19,35 % в сравнении с 19,08% в 2004 году.

На данный момент ценовой фактор продолжает играть важную роль для потребителей продукции большинства отечественных косметических компаний. В отличие от прочих российских производителей косметики, Концерн добился значительных успехов в работе с потребителями, высоко ценящими качество и имидж приобретаемых товаров. Компания полагает, что ее целевая группа потребителей будет возрастать с ростом благосостояния населения. Во всех сегментах рынка Концерн занимает весомую долю, которая достигает 34,9%. Доли, занимаемые Компанией, на различных секторах рынка представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Доля Концерна Калина на российском рынке на конец 2005 года

Доля концерна Калина на российском рынке 2005г.



Источник: АС Nielsen Ноябрь - Декабрь (item share) 2005 г., экспертная оценка бренд-менеджеров ОАО Концерн «Калина».

Начиная с 1998 года объём производимой продукции на ОАО Концерн «Калина» постоянно увеличивается как в денежном, так и в натуральном измерении. В 2005 году объём произведённой продукции составил 6 256 миллиона рублей, что значительно превышает объём произведённой продукции в 2004 году - 5 362 млн. руб.

Аналогично росту производства, объём реализации Концерна так же постоянно увеличивается.

Показатель	2004 год	2005 год	% роста
Выручка	5 196 060	6 339 138	122%
Валовая прибыль	2 500 002	2 975 240	119%

Основную долю в структуре реализации занимают средства по уходу за кожей (45,25%), зубные пасты (13,74%) и средства по уходу за волосами (11,60%). Чистая прибыль структурирована в сторону средств по уходу за кожей (62%), второе место по доли в общем объёме прибыли занимают средства по уходу за волосами (9%).

Размер активов и прибыли на 1 акцию составил 662 руб. и 52.5 руб. соответственно.

Компания с оптимизмом смотрит в будущее и планирует дальнейшее расширение ассортимента выпускаемой продукции.

5. Перспективы развития общества

Основой стратегии ОАО Концерн «КАЛИНА» является создание и продвижение высококачественных брендов на рынке парфюмерии и косметики, которые предлагают потребителю превосходное качество и удовлетворение. Реализуя свою стратегию, Концерн является лидером среди российских производителей парфюмерии и косметики.

ОАО Концерн «КАЛИНА» будет прилагать все усилия для создания продуктов, которые по своим потребительским свойствам будут являться достойными соперниками продвигаемых в России мультинациональных брендов и будут превосходить продукты российских конкурентов. Под потребительскими

качествами мы понимаем, прежде всего, все свойства продукта, включая рецептуру, дизайн и исполнение упаковки, действенность продукта и удовлетворение потребителя. ОАО Концерн «КАЛИНА» будет твердо придерживаться существующей ценовой политики, поддерживая равенство цен либо устанавливая умеренную премию к цене других российских брендов и обеспечивая потребителя продуктами сравнимыми по качеству с мультинациональными брендами по более конкурентной цене.

ОАО Концерн «КАЛИНА» планирует дальнейшее сокращение доли небрендовой продукции в своем ассортименте, и будет фокусироваться на нескольких ключевых брендах с высокой маржинальной рентабельностью.

Для успешного исполнения выбранной стратегии ОАО Концерн «КАЛИНА» в ближайшее время будет инвестировать средства по трем основным направлениям:

приобретение сильных существующих брендов, а также покупка и создание брендов с высокими перспективами роста;

расширение и повышение эффективности своей дистрибьюторской сети в странах СНГ;

модернизация производственных мощностей.

За 2005г. ОАО Концерн «КАЛИНА» вывел на рынок более 175 новинок. Рассматриваются проекты по приобретению существующих брендов. В первом полугодии 2005 года Компания приобрела 58,4% немецкого производителя косметики Dr. Scheller Cosmetics AG. Концерн рассматривает данное приобретение как, в первую очередь, инвестиции в бренды Manhattan (декоративная косметика) и Apotheke Scheller (средства по уходу за кожей премиум класса), принадлежащие немецкой компании.

Разработана и исполняется программа повышения присутствия продукции ОАО Концерн «КАЛИНА» на рынках Москвы и Санкт-Петербурга.

Мы планируем значительно повысить эффективность логистических процессов. В 2004 году закончилось строительство нового складского комплекса, который позволит существенно снизить накладные расходы, связанные с перемещениями товарно-материальных запасов, и сократить до минимума зависимость от арендованных складских площадей. ОАО Концерн «КАЛИНА» работает над унификацией упаковки своих продуктов и повышением эффективности производства. В 2005 году было завершено строительство нового склада хранения готовой продукции

6. Отчёт о выплате объявленных дивидендов по акциям ОАО Концерн «Калина»

В 2005 году ОАО Концерн Калина выплатил дивиденды по итогам первого полугодия 2005 г.:

	за 2004 г.	промежуточные дивиденды за 2005 г.
начислено	120 538 563,71	60 269 281,96
выплачено	119 720 282,31	59 860 014,24

7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью ОАО Концерн «Калина»

1) Неудача стратегии географической экспансии может повредить дальнейшему росту и рентабельности Концерна.

Стратегия Концерна направленная на расширение бизнеса в регионах Москвы и Санкт-Петербурга, а также в СНГ частично зависит от финансирования роста на существующих и вновь осваиваемых рынках, от способности Концерна выявлять привлекательные возможности на рынках ожидаемого роста, от способности успешно внедрять свою продукцию и системы распространения продукции на таких рынках, а также от способности управлять операционной деятельностью приобретенных или вновь учрежденных предприятий. При замедлении роста на существующих рынках отсутствие предполагаемого роста на рынках, где Концерн недавно приобрел или создал предприятия, или при отсутствии роста на рынках, на которые Концерн распространит свою деятельность в перспективе, стратегия географической экспансии может оказаться безуспешной, а бизнес и рентабельность Концерна могут пострадать.

2) *Стратегия роста Концерна основана на приобретении и создании новых брэндов, причем будущий рост и результаты операционной деятельности Концерна подвергнутся неблагоприятному воздействию, если он не сможет выявить и использовать подходящие возможности. Помимо этого, создание новых брэндов может ослабить существующие брэнды или другим образом повредить текущему бизнесу.*

Концерн планирует приобретать и создавать новые брэнды на отдельных рынках. Темпы роста Концерна пострадают, если он не сможет реализовать свою стратегию увеличения количества брэндов, оказавшись не в состоянии выявить или использовать подходящие возможности или по иным причинам. Инвестиции концерна сопряжены со следующими рисками:

новые проекты могут нарушить ход текущего бизнеса и отвлечь внимание руководства;

Концерн может оказаться не в состоянии успешно интегрировать концепцию и продуктовую линейку брэндов в свою деятельность;

от Концерна может потребоваться привлечение заемных средств либо выпуск долговых обязательств или акций, что может привести к размыванию долевого участия существующих акционеров;

Концерн может не получить ожидаемых выгод и потерять средства в пределах всей суммы инвестиций.

3) *Концерн может оказаться не в состоянии интегрировать недавно приобретенные компании в свою операционную деятельность.*

Следуя своей стратегии роста, за пять последних лет Концерн совершил ряд стратегических приобретений в России и на ряде рынков СНГ, обеспечивших как географический охват, так и широкую продуктовую линейку. По мере дальнейшего расширения деятельности задача по управлению этим ростом будет все более усложняться. Нельзя гарантировать, что Концерн сможет успешно интегрировать эти предприятия в свою текущую деятельность. Неспособность успешно интегрировать эти компании со стороны Концерна может оказать существенное неблагоприятное воздействие на результаты его операционной деятельности.

4) *Рынки, на которых Концерн работает, являются конкурентными, и дальнейшее обострение конкуренции может неблагоприятно повлиять на результаты его операционной деятельности.*

Рынки, на которых Концерн работает, в частности, парфюмерно-косметическая отрасль, отличаются высокой степенью конкуренции и подвержены скоротечным изменениям потребительских предпочтений и отраслевых тенденций. Потребители принимают решение о покупке продукции Концерна, исходя из многочисленных факторов, включая узнаваемость брэнда, качество и цену продукции, а также степень их ознакомления с преимуществами продукции. Реклама, промоуин, мерчандайзинг, упаковка, а также скорость и выбор времени для вывода на рынок

новой продукции и расширения ассортимента также оказывают значительное воздействие на решения потребителей о покупках.

Концерн конкурирует с целым рядом местных и многонациональных компаний, причем в связи с повышением покупательной способности потребителей и потребительских расходов, а также из-за снижения чувствительности по цене уровень конкуренции в последнее время возрос.

Многие из конкурентов Концерна, включая, помимо прочих, L'Oreal и Procter & Gamble, являются крупными многонациональными компаниями и обладают по сравнению с Концерном заметно большими ресурсами. Некоторые продукты конкурентов Концерна выигрывают от существенно большей узнаваемости бренда и лояльности потребителей по сравнению с продукцией Концерна. Ряд иностранных конкурентов стали инвестировать в производственные предприятия внутри страны, начав тем самым сокращать конкурентные преимущества, которыми Концерн обладает по сравнению с иностранными конкурентами, не имеющими производственных мощностей в России. Кроме того, Концерн не может исключить возможности того, что некоторые компании, включая мультинациональные компании, превосходящие его в плане финансовых и прочих ресурсов и пока не ведущие деятельности на рынках, где Концерн работает ныне или намеревается работать, могут агрессивно войти на эти рынки путем приобретения местных конкурентов или иным образом.

Если данная тенденция продолжится, Концерн потеряет существенное преимущество, которым обладает в настоящее время в качестве российского производителя по сравнению с иностранными конкурентами, что неблагоприятно повлияет на принадлежащую ему долю рынка и результаты операционной деятельности. Эти факторы, а также демографические тенденции, экономическая конъюнктура и стратегия дисконтного ценообразования могут привести к дальнейшему обострению конкуренции и оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, финансовое положение и результаты операционной деятельности Концерна.

5) Неспособность разработать новые бренды, виды и категории продукции может значительно сдерживать рост и рентабельность Концерна в будущем.

Стратегией Концерна по расширению бизнеса предусматривается его выход в новые категории продукции, разработка новых видов продукции, а также вывод на рынок новых брендов в рамках существующего ассортимента. Цель этой стратегии состоит в расширении принадлежащей Концерну доли рынка и увеличении доходов за счет повышения потребительского спроса на существующих рынках, а также за счет выхода на новые сегменты рынка. Успех этой стратегии частично зависит от способности Концерна предвидеть вкусы и привычки потребителей и предлагать продукцию, отвечающую их предпочтениям. Если внедряемые Концерном новые виды продукции не принимаются рынком, сталкиваются с ограничениями в свете нормативных требований или испытывают проблемы с качеством, это может повредить результатам операционной деятельности Концерна. В число факторов, которые могут затронуть способность Концерна и далее внедрять новые виды продукции входят, помимо прочего, государственное регулирование, возможный отток ключевого персонала, предпринимаемые конкурентами меры по защите собственности, которые могут ограничить способность Концерна по предложению аналогичных видов продукции, а также неспособность предвидеть изменение потребительских вкусов и покупательских предпочтений. Неспособность предвидеть, выявить или отреагировать на изменение потребительских предпочтений и вытекающая отсюда неспособность успешно развивать новые бренды, виды и категории продукции может оказать отрицательное воздействие на стратегию расширения и оказать значительное неблагоприятное воздействие на доходы Концерна.

6) *Издержки по соблюдению природоохранного законодательства и ответственность за его нарушение могут неблагоприятно повлиять на финансовое положение Концерна.*

Производство и имущество Концерна являются предметом регулирования все более жестких законов и нормативных актов по охране окружающей среды, включая сброс и очистку сточных вод, и утилизацию отходов. Эти законы и нормативные акты предусматривают наложение штрафов и иных санкций за нарушения и требуют внесения изменений в производственную деятельность с целью ограничить сброс загрязняющих веществ и/или снизить вероятность случайных выбросов вредных веществ. Операционная деятельность и имущественный комплекс должны соответствовать этим законам и учитывать происходящие нормативные изменения. В своей производственной деятельности Концерн не использует и не вырабатывает опасных веществ и отходов, при этом на его производственных объектах имеются комплексные системы по контролю за уровнем загрязнения воды и сбросом отходов. Кроме того, ряд производственных линий используют замкнутый цикл водоснабжения. Хотя, по мнению Концерна, он соблюдает применимые законы и нормативные акты по охране окружающей среды, новые законы и нормативные акты, более жесткое проведение в жизнь существующих законов и нормативных актов, выявление ранее неизвестных случаев загрязнения или установление новых требований по устранению загрязнений могут потребовать расходов со стороны Концерна либо могут стать основой новых или повышенных обязательств, оказывающих существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, финансовое положение или результаты операционной деятельности Концерна.

7) *Концерн зависит от своих производственных объектов в России. Любые перебои в производственной деятельности этих объектов могут оказать отрицательное воздействие на бизнес и результаты операционной деятельности Концерна. 91,47% продукции Концерна изготавливается на производственных объектах в России; около 81% доходов Концерна в 2005 финансовом году поступило от его деятельности в России. Значительные незапланированные простои на российских производствах в связи с поломкой оборудования, перебоями в энергоснабжении, стихийными бедствиями или любыми иными причинами могут оказать неблагоприятное воздействие на результаты операционной деятельности и финансовое положение Концерна. Хотя Концерн имеет общее страховое покрытие, у него нет страховки на случай перерыва финансово-хозяйственной деятельности. Нельзя гарантировать, что Концерн не понесет убытков, выходящих за пределы общего страхования либо не покрываемых таковым.*

8) *Если Концерн не сохранит своего положения в качестве эффективного производителя в остро конкурентной среде, особенно в плане закупок упаковки и сырья, а также по отношению к расходам на рекламу и маркетинг, от этого пострадают результаты его операционной деятельности. Успех Концерна частично зависит от его способности сохранять статус эффективного производителя в высоко конкурентной отрасли. Если Концерн не сможет контролировать издержки за счет повышения производительности или за счет ликвидации излишних расходов по итогам приобретения активов, от этого пострадают результаты его операционной деятельности. В частности, отрицательное воздействие на результаты его операционной деятельности могут оказать повышение цен, а также дефицит упаковки и сырья. Успех Концерна также зависит от его способности и далее эффективно размещать рекламу на рынке, где в 2005 году рост цен на размещение рекламы на ведущих национальных телеканалах составил 25%. Значительный рост цен по любой из упомянутых выше позиций, который Концерн не сможет переложить на потребителя за счет повышения цен, может оказать существенное неблагоприятное воздействие на его финансовое положение и результаты операционной деятельности.*

9) Концерн может оказаться не в состоянии и далее расширять ассортимент и повышать производственные мощности в более динамичных и прибыльных категориях.

Потенциал роста сектора бытовой химии и парфюмерно-косметической отрасли сдерживается численностью населения, которая в России сокращается. Успех Концерна частично зависит от возможности расширять свой бизнес быстрее роста населения на обслуживаемых им рынках либо, несмотря на сокращение населения на этих рынках. Один из методов для достижения такого роста заключается в усилении портфеля за счет расширения ассортимента продукции и наращивания производственных мощностей в наиболее динамичных и рентабельных секторах рынка. Если Концерн не добьется успеха в продвижении на этом направлении, результаты его операционной деятельности могут пострадать.

10) Зависимость от дилеров и оптовых покупателей при дистрибуции его продукции может привести к снижению оборота и понижению конкурентоспособности Концерна.

Концерн реализует свою продукцию либо напрямую дилерам, либо независимым дистрибьюторам, которые перепродают ее предприятиям розничной торговли. Концерн ожидает, что продажи дилерам и независимым дистрибьюторам по-прежнему будут составлять значительную часть его доходов. Операционная деятельность, а также расходы по дистрибуции могут испытать влияние усилившейся консолидации этих организаций, особенно по мере того, как эти клиенты будут приобретать деловой опыт и предпринимать попытки снизить закупочные цены и расширить программы активного продвижения товаров ("промоушн"). Концерн также конкурирует с другими брэндами за места на полках розничных магазинов и за внимание независимых дистрибьюторов, которые также предлагают другие виды продукции, напрямую конкурирующие с его продукцией. Если независимые дистрибьюторы будут оказывать большее предпочтение другим брэндам, покупая меньшие объемы или вообще отказываясь от его продукции, требовать значительных скидок или оказывать брэндам Концерна недостаточную поддержку в плане промоушена, это может существенным неблагоприятным образом повлиять на обороты, а также понизить конкурентоспособность и рентабельность Концерна.

11) Претензии в связи с ответственностью производителя продукции могут нанести ущерб бизнесу Концерна.

Концерну могут быть предъявлены требования о выплате компенсации за ущерб или нанесение вреда здоровью, якобы вызванные его продукцией. У Концерна имеются страховые полисы на покрытие таких претензий, однако если в отношении любого из его продуктов будет установлено, что он привел к нанесению вреда здоровью или ущербу, такая ответственность может оказаться существенной, а страховое покрытие – недостаточным для погашения всей суммы ответственности в связи с этим нанесением вреда здоровью или ущербом. Кроме того, возбуждение потребителями против Концерна подобного рода исков может повредить его репутации, понизить стоимость товарных знаков, а также сократить долю рынка.

12) Отзывы продукции может повредить бизнесу Концерна.

Разработка, производство, испытание и продажа продукции Концерна сопряжены со значительным риском ее отзыва. Использование его продукции или злоупотребление ею может в случаях некоторых совпадений оказывать отрицательное воздействие на здоровье потребителей. Непредвиденные побочные действия, вызванные употреблением или злоупотреблением продукцией либо производственным браком продаваемой Концерном продукции, могут привести к ухудшению здоровья, болезни или даже смерти потребителя. Возникновение такого события может привести к иску о гражданской ответственности и/или отзыву одного или нескольких видов продукции.

Успешный исход возбужденного против Концерна иска или исков, а также отзывы продукции в будущем могут оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, результаты операционной деятельности, репутацию, а также на способность Концерна привлекать или удерживать лояльность потребителей его продукции.

13) Системные сбои и задержки могут повредить работе Концерна.

Концерн управляет складскими и логистическими операциями, материально-техническим снабжением и производственной деятельностью, используя ряд электронных средств передачи информации, включая "Интернет", объединенные в сеть персональные компьютеры, а также автоматические системы управлением товарно-материальными запасами. Эти виды деятельности в значительной степени зависят от надежности лежащих в их основе электронных систем. Системы и их деятельность подвержены ущербу или сбоям, вызванным человеческим фактором, природными катастрофами, отключениями электропитания, компьютерными вирусами, преднамеренными актами вандализма и аналогичными событиями. Нельзя гарантировать, что в будущем не произойдет существенных системных отказов и задержек. Значительные системные отказы и задержки могут привести к неожиданным перебоям в обслуживании, пониженному уровню обслуживания клиентов, неудовлетворенности потребителей и ущербу репутации Концерна, результатом чего может стать потеря клиентуры, повышение операционных расходов и финансовые потери.

14) Рынок продукции Концерна в значительной степени зависит от узнаваемости брэнда и нематериальной стоимости товарных знаков и фирменных наименований. Бизнес может пострадать, если пострадает узнаваемость брэндов либо если Концерн не сможет в достаточной мере защищать свои права на интеллектуальную собственность.

Учитывая важность узнаваемости брэнда, Концерн прилагает значительные усилия для защиты своего портфеля прав интеллектуальной собственности, включая регистрацию товарных знаков. Тем не менее, Концерн не может уверенно утверждать, что предпринятые им шаги будут достаточными, а третьи стороны не будут нарушать его права собственности и не будут незаконно присваивать эту собственность. Кроме того, в России и других странах СНГ, где Концерн ведет деятельность, уровень защиты интеллектуальной собственности, как правило, ниже по сравнению со странами Западной Европы или Северной Америки. Для предотвращения дальнейших нарушений Концерну, возможно, придется прибегнуть к соответствующим мерам юридического характера. Ведение дел по таким искам может занять длительное время, причем успех дела по какому-либо из этих исков не может быть гарантирован. Кроме того, Концерн также в значительной степени полагается на различные материалы для продвижения товаров, включая оформление пакетов, лозунги, плакаты и публикации, большая часть из которых не защищена законодательством о правах интеллектуальной собственности и поэтому может стать объектом имитации, нанося ему ущерб, причем Концерн не сможет действительно отстаивать свои права. Если Концерн не сможет защитить свои имущественные права от нарушения или незаконного присвоения, это может нанести существенный ущерб его будущим финансовым результатам, а также возможностям по развитию своего бизнеса.

15) Неполучение защиты товарных знаков для ряда фирменных наименований и изображений, в отношении которых в настоящее время запрошена регистрация товарных знаков, может оказать существенное воздействие на планы Концерна по маркетингу, приведя к увеличению расходов на рекламу и отрицательно воздействуя на его финансовые результаты.

По состоянию на конец декабря 2005 года в российских регулирующих органах находились на рассмотрении заявки на регистрацию 44 товарных знака Концерна. Если товарные знаки по находящимся на рассмотрении заявкам не будут

зарегистрированы, у Концерн останутся весьма ограниченные возможности для защиты этих фирменных наименований или изображений от использования другим сторонами, что значительно снизит ценность рекламы с использованием этих фирменных наименований и изображений. Это окажет отрицательное воздействие на планы по маркетингу продуктов, где используются эти фирменные наименования и изображения, а также может потребовать от Концерн иного подхода к маркетингу этой продукции, что приведет к росту расходов на рекламу и отрицательно повлияет на бизнес, финансовое положение и результаты операционной деятельности.

16) Если Концерн не сможет привлечь достаточного финансирования, то ему, возможно, придется значительно ограничить свою операционную деятельность, что приведет к отрицательному воздействию на результаты его операционной деятельности и потере доли на рынке.

Концерн планирует осуществить некоторые капиталовложения, в связи с инвестициями в новые брэнды, расширением существующей деятельности, а также модернизацией существующих объектов и систем внутренней информации, и, кроме того, рефинансировать часть своей задолженности по кредитам и займам.

Для покрытия своих потребностей в финансировании ему, возможно, придется привлечь дополнительное акционерное или долговое финансирование. Получение долгового финансирования в России, особенно привлечение долгосрочного долгового финансирования на коммерчески приемлемых условиях, может оказаться затруднительным, в частности, существует риск повышения процентных ставок, а акционерное финансирование может привести к значительному размыванию инвестиций акционеров. Если Концерн не сможет привлечь достаточных средств для покрытия своих потребностей в капитале, то ему, возможно, придется значительно ограничить свою операционную деятельность, что может оказать отрицательное воздействие на его долю рынка и результаты операционной деятельности.

17) Быстрый рост может привести к чрезмерному напряжению управленческих, производственных и финансовых ресурсов.

Концерн находится на этапе быстрого расширения, которое, по мнению Концерн, продолжится в обозримом будущем. В результате этого расширения возросла сложность бизнеса в операционном плане, а также повысилась ответственность управленческого персонала, что вызывает существенное напряжение управленческих, производственных и финансовых ресурсов. В результате Концерну потребуется и далее совершенствовать свои производственные и финансовые системы, а также меры контроля и процедуры управления. Ему также потребуется поддерживать тесное взаимодействие между своими сотрудниками в сфере производства, логистики, технологии, бухгалтерского учета, финансирования, маркетинга, продаж и продвижения товаров. Если Концерн окажется не в состоянии достичь какой-либо из этих целей, это может оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, результаты операционной деятельности и финансовое положение.

18) Потеря любого из ключевых сотрудников либо неспособность привлечь и мотивировать квалифицированных сотрудников могут оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес Концерн.

За Относительно короткое время Концерн испытал период быстрого роста и развития. Управление таким ростом потребовало, а возможно и в дальнейшем будет требовать значительных управленческих и производственных ресурсов. Будущие результаты его операционной деятельности в значительной степени зависят от дальнейшего участия в работе ведущих сотрудников из числа высшего руководства. Потеря одного или нескольких ведущих сотрудников может оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, результаты операционной деятельности и финансовое положение.

Помимо прочего, управление ростом требует:
дальнейшего развития финансовых и управленческих систем;

усиления деятельности по маркетингу;
найма и подготовки новых сотрудников.

Кроме того, в будущем успех будет частично зависеть от способности и далее привлекать, сохранять и мотивировать квалифицированные кадры. В связи с небольшим числом квалифицированных работников в России наблюдается острая конкурентная борьба за обладающих необходимым опытом сотрудников. Концерн стремится структурировать свои компенсационные пакеты так, чтобы это соответствовало изменяющимся стандартам российского рынка труда.

19) Риски, свойственные исключительно ОАО Концерн "КАЛИНА", связанные с текущими судебными процессами, в которых участвует ОАО Концерн "КАЛИНА", оцениваются Концерном как незначительные.

20) Риски, связанные с невозможностью продления лицензий Компании. ОАО Концерн «Калина» соблюдает все требования лицензирующих органов и оценивает риск, связанный с невозможностью продления лицензий, как минимальный.

21) Существует риск неисполнения третьими лицами обязательств, в обеспечение которых ОАО Концерн "КАЛИНА" заключил договоры поручительства, с последующим предъявлением требований по этим обязательствам ОАО Концерн "КАЛИНА".

8. Перечень совершённых в 2005 г. сделок, признанных крупными

Такие сделки отсутствуют

9. Перечень совершённых в 2005 г. сделок, в совершении которых имеется заинтересованность

Такие сделки отсутствуют

10. Состав Совета директоров

Информация о Членах Совета директоров на начало 2005 г.

Совет директоров ОАО Концерн "КАЛИНА"

Председатель: Йохан Гриетсен Хендрик Фрейман

Члены совета директоров:

Горяев Тимур Рафкатович

Год рождения: 1967

Должности за последние 5 лет:

Период: 2000 - наст. время

Организация: ОАО Концерн "КАЛИНА"

Сфера деятельности: производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС

Должность: *генеральный директор*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *50.18%*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *50.18%*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Петров Александр Юрьевич

Год рождения: *1973*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС*

Должность: *директор по экономике и финансам*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *0,38%*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *0,38%*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн “КАЛИНА” и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн “КАЛИНА”: *таких родственных связей нет.*

Дэвайнгаэрт Ян

Год рождения: *1959*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000-2005-*

Организация: *Eagle Venture Partners*

Сфера деятельности: *финансы, инвестиции*

Должность: *Managing Director*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *GIMV Czech Partners*

Сфера деятельности: *финансы, инвестиции*

Должность: *Managing Director*

Период: *2002 – наст. время*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Тамак”*

Сфера деятельности: *производство строительных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002 – наст. время*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Изорок”*

Сфера деятельности: *производство теплоизоляционных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002 – наст. время*

Организация: *Открытое акционерное общество “Ситалл”*

Сфера деятельности: *производство стеклянной тары.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2003 – наст. время*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Промышленная группа “Метран”*

Сфера деятельности: *производство парфюмерно-косметической продукция.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2001-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Амстар”*

Сфера деятельности: *производство пива.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2003 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн “КАЛИНА”*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Хейстейг Каспер

Год рождения: *1970*

Должности за последние пять лет:

Период: *2002-2003, 2004-2006*

Организация: *ОАО Концерн «КАЛИНА»*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *апрель 2000- май 2004-11*

Организация: *ГИМВ/Корпек Уралс Фанд (Нидерланды) Представительство в Екатеринбурге*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *управляющий фондом, глава представительства*

Период: *апрель 2000- май 2004г*

Организация: *Игл Венчур Партнерс Б.В. (Нидерланды), представительства в Екатеринбурге и Москве*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *заместитель Главы Представительства, старший управляющий фондом*

Период: *июль 2004- наст. время*

Организация: *Игл Венчур Партнерс Б.В. (Нидерланды), представительство в Москве*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *Глава представительства*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн “КАЛИНА” и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн “КАЛИНА”: *таких родственных связей нет.*

Йохан Гритсен Хендрик Фрейман

Год рождения: *1945*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *Correq B.V.*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *managing director*

Период: *2005 - наст. время*

Организация: *Dr. Scheller Cosmetics AG*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *member of the Supervisory Board*

Период: *2005 - наст. время*

Организация: *ООО «КИТ-Кэпитал»*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *2000 – 2002;*

Организация: *Rabo Black Earth*

Сфера деятельности: *финансовая*

Должность: *исполнительный директор*

Период: *2000-2003*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Полипак”*

Сфера деятельности: *производство упаковочных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2000-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Липецкий хладокомбинат”*

Сфера деятельности: *производство пищевых продуктов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Стройдеталь”*

Сфера деятельности: *производство строительных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2002-2003

Организация: *Открытое акционерное общество “Кондитерская фирма “ТАКФ”*

Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2002

Организация: *Закрытое акционерное общество “Кодотел”*

Сфера деятельности: *предоставление услуг мобильной связи.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2002-2003

Организация: *Открытое акционерное общество “Крекер”*

Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2002-2003

Организация: *Открытое акционерное общество “Любятово”*

Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2000-2003

Организация: *Закрытое акционерное общество “Промышленная группа Метран”*

Сфера деятельности: *производство измерительной аппаратуры.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: 2002-2003

Организация: *Открытое акционерное общество “Амстар”*

Сфера деятельности: *производство пива.*

Должность: *член совета директоров;*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн “КАЛИНА” и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн “КАЛИНА”: *таких родственных связей нет.*

Райнхольд Шленсок

Год рождения: *1962*

Должности за последние 5 лет:

Период: 2004г.- настоящее время
Организация: ОАО Концерн «Калина»
Сфера деятельности: производство и реализация парфюмерно-косметической продукции
Должность: член Совета Директоров

Период: 2004 - наст. время
Организация: Dr. Scheller Cosmetics AG
Сфера деятельности: управление
Должность: член правления

Период: 1994-2003
Организация: Eckes Granini AG
Сфера деятельности: производство фруктовых напитков
Должность: член правления

Доля в уставном капитале эмитента: доли не имеет
Доля обыкновенных акций Эмитента: долей не имеет
Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:
долей не имеет
Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:
Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: 0 штук
Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: 0 штук
Образование: высшее
Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн «КАЛИНА» и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн «КАЛИНА»: таких родственных связей нет.

Геллер Николай Аркадьевич
Год рождения: 1966

Должности за последние 5 лет:

Период: 2000 - наст. время
Организация: ОАО Концерн "КАЛИНА"
Сфера деятельности: производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС
Должность: директор по развитию

Период: 2000 - наст. время
Организация: ОАО Концерн "КАЛИНА"
Сфера деятельности: управление
Должность: член Совета директоров

Доля в уставном капитале эмитента: 0,46%
Доля обыкновенных акций Эмитента: 0,46%
Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:
долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Информация о Членах Совета директоров на конец 2005 г.

Председатель: *Йохан Гриетсен Хендрик Фрейман*

Члены совета директоров:

Горяев Тимур Рафкатович

Год рождения: *1967*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС*

Должность: *генеральный директор*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *30.0031%*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *30.0031%*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента: *0*

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Петров Александр Юрьевич

Год рождения: 1973

Должности за последние 5 лет:

Период: 2000 - наст. время

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС*

Должность: *директор по экономике и финансам*

Период: 2000 - наст. время

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *0,38%*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *0,38%*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Марк Алан Буш

Год рождения: 1964

Должности за последние 5 лет:

Период: *2005-настоящее время*

Организация: *ООО «КИТ Кэпитал»*

Сфера деятельности: *строительство*

Должность: *исполнительный директор*

Период: *2001-2004*

Организация: *Verizon*

Сфера деятельности: *телекоммуникации*

Должность: *Executive Director*

Период: *2000 -2001*

Организация: *Verizon Romtel*

Сфера деятельности: *телекоммуникации*

Должность: *член правления, вице-президент, исполнительный директор*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн «КАЛИНА» и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн «КАЛИНА»: *таких родственных связей нет.*

Хейстейг Каспер

Год рождения: *1970*

Должности за последние пять лет:

Период: *2002-2003, 2004-2006*

Организация: *ОАО Концерн «КАЛИНА»*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *апрель 2000- май 2004-11*

Организация: *ГИМВ/Корпек Уралс Фанд (Нидерланды) Представительство в Екатеринбурге*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *управляющий фондом, глава представительства*

Период: *апрель 2000- май 2004г*

Организация: *Игл Венчур Партнерс Б.В. (Нидерланды), представительства в Екатеринбурге и Москве*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *заместитель Главы Представительства, старший управляющий фондом*

Период: *июль 2004- наст. время*

Организация: *Игл Венчур Партнерс Б.В. (Нидерланды), представительство в Москве*

Сфера деятельности: *финансы*

Должность: *Глава представительства*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн “КАЛИНА” и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн “КАЛИНА”: *таких родственных связей нет.*

Йохан Гритсен Хендрик Фрейман

Год рождения: *1945*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *Correq B.V.*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *managing director*

Период: *2005 - наст. время*

Организация: *Dr. Scheller Cosmetics AG*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *member of the Supervisory Board*

Период: *2005 - наст. время*

Организация: *ООО «КИТ-Кэпитал»*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Период: *2000 – 2002;*

Организация: *Rabo Black Earth*

Сфера деятельности: *финансовая*

Должность: *исполнительный директор*

Период: *2000-2003*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Полипак”*

Сфера деятельности: *производство упаковочных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2000-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Липецкий хладокомбинат”*

Сфера деятельности: *производство пищевых продуктов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Стройдеталь”*

Сфера деятельности: *производство строительных материалов.*

Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Кондитерская фирма “ТАКФ”*

Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*
Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Кодотел”*
Сфера деятельности: *предоставление услуг мобильной связи.*
Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Крекер”*
Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*
Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Любятово”*
Сфера деятельности: *производство кондитерских изделий.*
Должность: *член совета директоров;*

Период: *2000-2003*

Организация: *Закрытое акционерное общество “Промышленная группа Метран”*
Сфера деятельности: *производство измерительной аппаратуры.*
Должность: *член совета директоров;*

Период: *2002-2003*

Организация: *Открытое акционерное общество “Амстар”*
Сфера деятельности: *производство пива.*
Должность: *член совета директоров;*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:

долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн “КАЛИНА” и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн “КАЛИНА”: *таких родственных связей нет.*

Райнхольд Шленсок

Год рождения: *1962*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2004г.- настоящее время*

Организация: *ОАО Концерн «Калина»*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции*

Должность: *член Совета Директоров*

Период: *2004-настоящее время*

Организация: *Dr. Scheller Cosmetics AG*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции*

Должность: *член Management Board*

Период: *1994-2003*

Организация: *Eckes Granini AG*

Сфера деятельности: *производство фруктовых напитков*

Должность: *член правления*

Доля в уставном капитале эмитента: *доли не имеет*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *долей не имеет*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:
долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн "КАЛИНА" и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн "КАЛИНА": *таких родственных связей нет.*

Геллер Николай Аркадьевич

Год рождения: *1966*

Должности за последние 5 лет:

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *производство и реализация парфюмерно-косметической продукции, мыла и СМС*

Должность: *директор по развитию*

Период: *2000 - наст. время*

Организация: *ОАО Концерн "КАЛИНА"*

Сфера деятельности: *управление*

Должность: *член Совета директоров*

Доля в уставном капитале эмитента: *0,46%*

Доля обыкновенных акций Эмитента: *0,46%*

Доли в дочерних/зависимых обществах эмитента:
долей не имеет

Количество акций эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам эмитента:

Доля обыкновенных акций дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Количество акций дочерних/зависимых обществ эмитента каждой категории (типа), которые могут быть приобретены данным лицом в результате осуществления прав по принадлежащим ему опционам дочерних/зависимых обществ эмитента: *0 штук*

Образование: *высшее*

Характер любых родственных связей с иными лицами, входящими в состав органов управления ОАО Концерн «КАЛИНА» и/или органов контроля за финансово – хозяйственной деятельностью ОАО Концерн «КАЛИНА»: *таких родственных связей нет.*

11. Размер вознаграждения, льгот и/или компенсации расходов, выплаченных членам Совета директоров ОАО Концерн «КАЛИНА» за 12 месяцев 2005 года:

<i>Наименование выплаты</i>	<i>2005 год</i>
<i>Заработная плата членов совета директоров, руб.</i>	<i>0,00</i>
<i>Заработная плата, лиц, являющихся одновременно членами совета директоров и работниками Компании, по основному месту работы, руб.</i>	<i>24 085 502</i>
<i>Премии, выплаченные членам совета директоров по итогам работы Компании, руб.</i>	<i>0</i>

Все суммы вознаграждения, указанные в настоящем пункте, выплачены членам Совета директоров, исключительно за выполнение членами Совета директоров, являющимися сотрудниками ОАО Концерн «КАЛИНА» своих трудовых обязанностей, по основному месту работы, вознаграждение членам Совета директоров за функции, осуществляемые Советом Директоров, не выплачивалось.

Размер вознаграждения единоличного исполнительного органа (генерального директора) составляет 7 666 582,37 руб.

В отчетном периоде в соответствии с Положением «О Совете Директоров ОАО Концерн «КАЛИНА»», Кодексом корпоративного управления и Положением «О вознаграждении членов Совета Директоров ОАО Концерн «КАЛИНА»» независимым членам Совета директоров ОАО Концерн «КАЛИНА» выплачивалась компенсация расходов, связанных с выполнением ими функций членов Совета директоров, в размере 1 915 589,86 рублей.

12. Сведения о соблюдении ОАО Концерн «Калина» Кодекса корпоративного поведения.

Уровень корпоративного управления в Компании значительно повысился с появлением среди акционеров Европейского банка реконструкции и развития. На данный момент в состав Совета Директоров компании входят 2 независимых директора. Председателем Совета Директоров является

независимый директор. В 4 квартале 2004г. компания приняла Кодекс корпоративного управления ОАО Концерн «Калина».