

**ГODOVOЙ  
OТЧЕТ 2005**





# ГODOBOЙ OTЧET 2005

## СОДЕРЖАНИЕ

Обращение к акционерам _____	4
Основные показатели деятельности _____	6
Календарь важнейших событий в 2005 году _____	9
Концерн «Калина» сегодня _____	10
Портфель сильных брендов _____	13
Стратегия развития _____	15
Основные направления деятельности: результаты и перспективы _____	16
Выход на международный рынок _____	16
Укрепление лидирующих позиций в России и странах СНГ _____	18
Развитие рынков сбыта и дистрибуции _____	34
Развитие брендов _____	36
Инновации _____	37
Совершенствование производства _____	39
Наш персонал _____	41
Корпоративная социальная ответственность _____	42
Корпоративное управление _____	44
Принципы корпоративного управления _____	44
Совет директоров _____	46
Исполнительное руководство _____	50
Управление рисками _____	52
Акционерный капитал _____	55
Облигации _____	58
Дивидендная политика _____	58
Информационная прозрачность _____	59
Финансовая отчетность _____	61
Анализ результатов деятельности и комментарии менеджмента _____	61
Заключение независимых аудиторов _____	74
Консолидированная финансовая отчетность _____	78
Комментарии к консолидированной финансовой отчетности _____	82
Справочная информация _____	102
Приложения _____	104
Информация о дочерних и зависимых обществах _____	104
Информация о крупных сделках _____	104
Информация о сделках, в совершении которых имеется заинтересованность _____	104

### Некоторые определения и замечания

В контексте настоящего годового отчета словосочетание «Концерн «Калина», слова «Концерн», «Компания», местоимение «мы» и его различные формы означают ОАО Концерн «Калина» и его дочерние и зависимые общества, указанные в Приложении 1 к настоящему годовому отчету.

Для целей настоящего годового отчета финансовые результаты Компании приведены в долларах США (за исключением раздела «Финансовая отчетность»).

При этом использовались следующие курсы пересчета:

	На 31.12.2005	Средний за 2005 год	На 31.12.2004	Средний за 2004 год
Рубль/Доллар, рублей за 1 доллар США	28,7825	28,2277	27,7487	28,8150
Евро/Доллар, долларов за 1 Евро	1,1843	1,1834	1,3640	1,2463

Все показатели, за исключением показателей, приведенных в разделе «Финансовая отчетность» в рублях, не являются аудированными.



## ОБРАЩЕНИЕ К АКЦИОНЕРАМ

Уважаемые акционеры!

В 2005 году основные усилия и энергия руководства и сотрудников Концерна «Калина» были направлены на решение трех стратегических задач.

Первая стратегическая задача – выход на международный рынок. Важнейшим шагом в реализации этой задачи в отчетном году стало приобретение контрольного пакета акций немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG, обладающей сильными брендами и являющейся одним из лидеров на парфюмерно-косметическом рынке Германии. В результате этого приобретения Концерн укрепил портфель своих брендов известными в Европе брендами «Apotheker Scheller» и «Manhattan» динамично развивающихся сегментов средств премиум-класса по уходу за кожей и декоративной косметики и увеличил совокупный объем своих продаж на 66 млн долларов США.

Вторая стратегическая задача – укрепление лидерства на парфюмерно-косметическом рынке в России и странах СНГ. В 2005 году объем продаж Концерна «Калина» в России и странах СНГ увеличился почти на 22% в долларовом эквиваленте, в то время как средний темп роста парфюмерно-косметического рынка составил 10,9%. Концерн сохранил лидерство в ключевых сегментах этого рынка благодаря выведению новых продуктов, созданных с использованием уникальных формул и рецептов на основе натуральных и естественных компонентов, активной маркетинговой политике по поддержанию высокой узнаваемости брендов и лояльности к ним со стороны потребителей и расширению сети дистрибуции, прежде всего, в странах СНГ.

Третья стратегическая задача – повышение эффективности деятельности Концерна путем проведения масштабной модернизации его производственных мощностей. Результатами завершения в 2005 году такой модернизации, в которую было инвестировано 18,8 млн долларов США, стали переход к полной автоматизации основных производственных процессов, существенное сокращение производственных затрат, повышение уровня производительности труда и улучшение качества выпускаемой продукции. Кроме того, мы инвестировали около 10,3 млн долларов США в постройку двух новых складских комплексов, которые призваны повысить эффективность логистических процессов Компании.

Успешная реализация стратегических задач позволила Концерну «Калина» достичь хороших финансовых результатов в 2005 году.

Объем продаж Концерна по итогам 2005 года составил 288,7 млн долларов США, увеличившись на 59% по сравнению с 2004 годом. Чистая прибыль увеличилась на 29% и составила в 2005 году 23,7 млн долларов США. Принято решение о выплате дивидендов по итогам 2005 года в размере 0,66 центов на акцию, что соответствует доходности дивидендных выплат на уровне 2,2%.

В течение 2005 года стоимость акций Концерна увеличилась более чем в два раза. Некоторые из крупных акционеров воспользовались возможностью для закрепления достигнутого уровня доходности инвестиций в акции Концерна. Так, в 2005 году Европейским банком реконструкции и развития был успешно размещен среди крупных

международных инвесторов последний из принадлежавших ему пакетов акций Концерна. В результате продажи этими акционерами принадлежавших им ценных бумаг доля акций, находящихся в свободном обращении, достигла 70%, что способствовало повышению их ликвидности и инвестиционной привлекательности.

В январе 2005 года Концерном было объявлено о запуске программы американских депозитарных расписок (ADR) первого уровня по обыкновенным акциям ОАО Концерн «Калина». В соответствии с этой программой ADR могут быть выпущены в количестве до 19,99% находящихся в обращении акций Концерна.

Будучи публичной компанией, чьи акции обращаются на российском фондовом рынке и на внебиржевом рынке за рубежом (в форме депозитарных расписок), Концерн «Калина» придерживается высоких стандартов корпоративного управления и намеревается в дальнейшем последовательно и постоянно совершенствовать свою практику в этой области. Совет директоров, в который входят два независимых директора, принимает активное участие в определении стратегии Компании, осуществляет контроль за деятельностью высшего менеджмента Компании в целях обеспечения ее успешного развития и увеличения благосостояния ее акционеров. Для повышения эффективности работы Совета директоров в 2006 году Компанией планируется создание комитета по аудиту.

В будущем мы намерены продолжить реализацию основных стратегических целей Концерна «Калина», которыми являются дальнейшее укрепление позиций лидера на российском парфюмерно-косметическом рынке и создание прочной основы для превращения Концерна в международную компанию, успешно конкурирующую с иностранными производителями парфюмерии и косметики на зарубежных рынках. Результатом реализации этих целей должен стать рост стоимости Концерна «Калина» и соответствующее увеличение благосостояния его акционеров.

Приоритетными стратегическими задачами на 2006 год для нашей Компании являются осуществление интеграции бизнеса компании Dr. Scheller Cosmetics AG в модель бизнеса Концерна «Калина» и дальнейшее развитие системы supply chain Компании, включая процессы снабжения, логистики, производства и дистрибуции.

Успех в реализации стратегических целей и задач, как и прежде, во многом будет определяться профессионализмом, сплоченностью и энергичностью работы руководства и всех сотрудников Концерна «Калина» и доверием, оказываемым нам акционерами, потенциальными инвесторами и деловыми партнерами. Накопленный опыт такого сотрудничества позволяет нам с уверенностью смотреть в будущее и продолжать движение вперед.



Йохан Гриетсен  
Хендрик Фрейман



Тимур Рафкатович  
Горяев

**Йохан Фрейман,**  
Председатель Совета директоров

**Тимур Горяев,**  
Генеральный директор

## ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Финансовые показатели (тыс. долларов США, если не указано иное)	2001	2002	2003	2004	2005
Выручка	130 831	132 036	157 059	181 767	288 742
Себестоимость реализованной продукции	85 160	80 231	88 504	89 663	153 633
Валовая прибыль	45 671	51 805	68 555	92 104	135 109
Коммерческие и административные расходы	30 066	34 333	47 571	64 963	103 029
Операционная прибыль	15 605	17 472	20 984	27 141	32 080
EBITDA <sup>1</sup>	17 711	19 642	22 924	29 231	38 593
Прибыль до уплаты налогов	13 682	9 991	19 284	27 947	28 105
Чистая прибыль	8 683	6 239	10 790	18 400	23 665
Рентабельность продаж <sup>2</sup> , %	12%	13%	13%	15%	11%
Рентабельность активов <sup>3</sup> , %	9%	6%	9%	11%	8%
Рентабельность собственного капитала <sup>4</sup> , %	18%	11%	16%	16%	17%
Средневзвешенное количество акций в обращении, шт. акций	9 027 010	8 916 660	8 364 908	9 174 226	9 752 311
Прибыль на одну акцию, долларов США	0,96	0,70	1,3	2,0	2,4
Цена акции (средняя за год), долларов США	0,19	10,8	17,34	19,33	30,24
Дивиденды на одну акцию, долларов США	0,04	0,06	0,25	0,44	0,66
Дивидендный доход <sup>5</sup> , %	21,00	0,55	1,44	2,28	2,18
Другие показатели	2001	2002	2003	2004	2005
Среднесписочная численность персонала, чел.	7 251	3 523	3 237	2 481	2 807
Продажи на человека, тыс. долларов США	18	38	49	73	103

**Источник:** 2001-2003 гг. – данные финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с US GAAP; 2004-2005 гг. – данные финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с IFRS

<sup>1</sup> EBITDA (earnings before interest, tax, depreciation, amortization) представляет собой прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации основных средств, рассчитанную как операционная прибыль плюс амортизация основных средств.

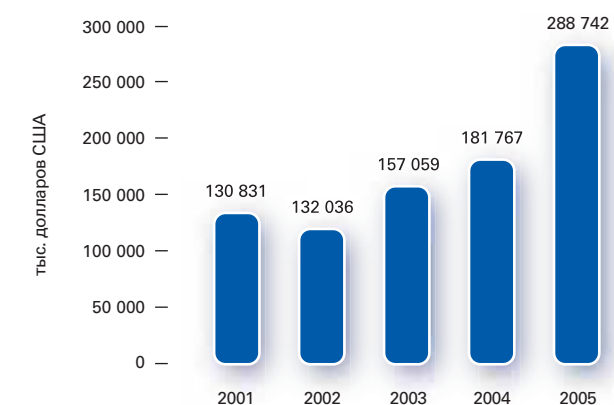
<sup>2</sup> Рентабельность продаж рассчитывается как прибыль от продаж, деленная на выручку от реализации.

<sup>3</sup> Рентабельность активов рассчитывается как чистая прибыль, деленная на совокупную стоимость активов на конец года.

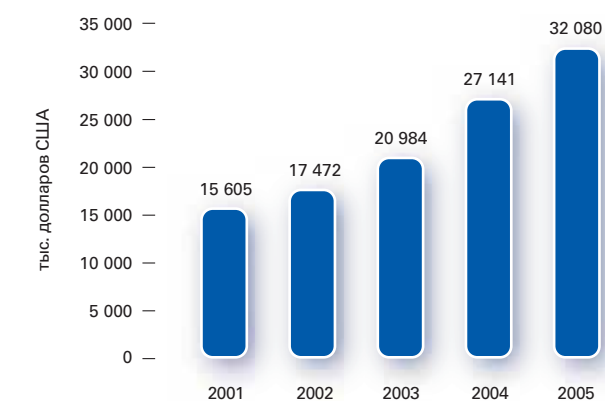
<sup>4</sup> Рентабельность собственного капитала представляет собой отношение чистой прибыли к стоимости собственного капитала на конец года.

<sup>5</sup> Дивидендный доход представляет собой отношение суммы годового дивиденда на акцию к среднегодовой рыночной цене акции.

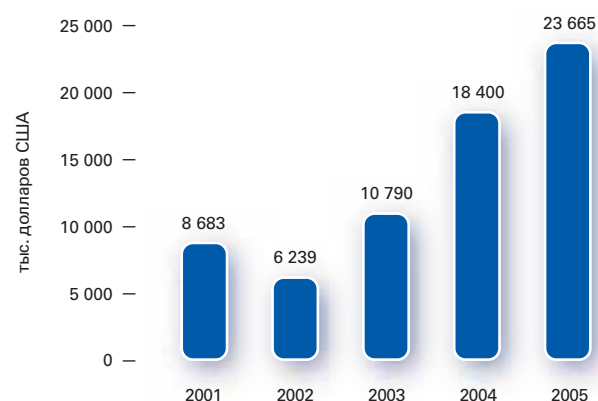
РОСТ ВЫРУЧКИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



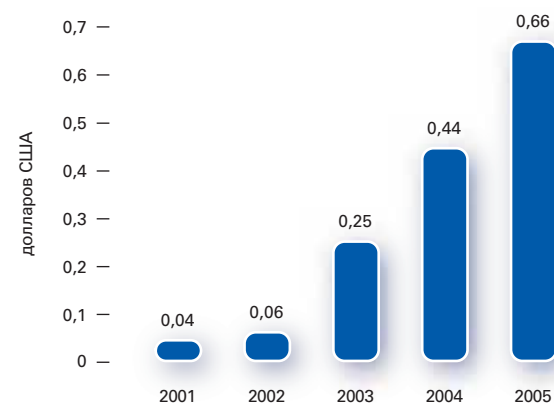
РОСТ ОПЕРАЦИОННОЙ ПРИБЫЛИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



РОСТ ЧИСТОЙ ПРИБЫЛИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



РОСТ ДИВИДЕНДОВ НА ОДНУ АКЦИЮ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



## КАЛЕНДАРЬ ВАЖНЕЙШИХ СОБЫТИЙ В 2005 ГОДУ

### ЯНВАРЬ

Концерном «Калина» объявлено о начале программы выпуска американских депозитарных расписок (ADR) первого уровня по обыкновенным акциям ОАО Концерн «Калина».

### МАРТ

Компания Eagle Venture Partners, управляющая инвестиционными фондами Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР), успешно разместила среди крупных международных инвесторов 500 000 акций Концерна «Калина», уменьшив пакет принадлежащих ЕБРР акций Концерна на 5,13%.

### АПРЕЛЬ

Завершено приобретение Концерном «Калина» контрольного пакета акций (58,4%) немецкой парфюмерно-косметической компании Dr. Scheller Cosmetics AG, занимающей лидирующие позиции на рынке декоративной косметики и средств по уходу за кожей в Германии.

Годовое общее собрание акционеров ОАО Концерн «Калина» утвердило дивиденды за второе полугодие 2004 года в размере 0,31 долларов США на одну акцию. Таким образом, совокупный размер дивидендов по итогам 2004 года составил 0,44 долларов США на одну акцию. Также были утверждены положения «Об общем собрании акционеров», «О Совете директоров», «О генеральном директоре» и «О ревизионной комиссии».

### МАЙ

Подписан Кредитный договор с Черноморским Банком Торговли и Развития (Black Sea Trade and Development Bank) на сумму 20 млн долларов США с возможностью организации дополнительного финансирования в размере до 10 млн долларов США.

### ИЮНЬ

На годовом общем собрании акционеров немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG Председателем ее Наблюдательного совета избран г-н Йохан Фрейман, являющийся Председателем Совета директоров Концерна «Калина».

### ИЮЛЬ

Компанией Eagle Venture Partners успешно размещен среди крупных международных инвесторов последний из принадлежавших ЕБРР пакет акций (6,4%) Концерна «Калина».

### АВГУСТ

Внеочередное общее собрание акционеров ОАО Концерн «Калина» утвердило дивиденды за первое полугодие 2005 года в размере 0,22 долларов США на одну акцию. Также было утверждено положение «О вознаграждении членов Совета директоров».

### СЕНТЯБРЬ

Завершена масштабная модернизация производственных мощностей Концерна, в результате которой автоматизированы основные процессы производства, сокращены производственные затраты, повышен уровень производительности труда и улучшено качество выпускаемой продукции.

### НОЯБРЬ

Увеличена доля акций, находящихся в свободном обращении, за счет продажи зарубежным инвесторам Тимуром Горяевым части принадлежащих ему акций Концерна.

## КОНЦЕРН «КАЛИНА» СЕГОДНЯ

ОАО Концерн «Калина» является парфюмерно-косметической компанией, выпускающей и предлагающей своим потребителям в России, странах Европы и СНГ большое разнообразие парфюмерно-косметической продукции и продукции бытовой химии.

Концерн «Калина» развивает сильные бренды во всех ключевых сегментах российского парфюмерно-косметического рынка. Благодаря таким брендам, как «Черный жемчуг», «Чистая линия» и «Бархатные ручки», обладающим самыми высокими показателями узнаваемости и лояльности к ним со стороны российских потребителей, на протяжении 8 лет Концерн «Калина» является лидером в сегменте средств по уходу за кожей и одним из лидеров в сегменте средств по уходу за полостью рта на российском рынке и рынках стран СНГ. Компания также активно работает в сегментах средств по уходу за волосами, косметики и парфюмерии для мужчин. Компания также обладает определенной долей рынка бытовой химии.

### История создания и развития Компании насчитывает более 60 лет

- Компания основана в 1942 году на базе парфюмерно-косметической фабрики «Новая Заря», эвакуированной в период Великой Отечественной войны из Москвы в Свердловск, ныне Екатеринбург.
- В 1970 году фабрика подверглась коренной реконструкции и модернизации оборудования и получила название «Уральские Самоцветы».
- В 1974 году была выпущена первая партия продукции в парфюмерном цехе – знаменитый «Тройной» одеколон. Новая технологическая линия по выпуску косметических средств по уходу за кожей в тубах была установлена в 1975 году.
- В 1992 году предприятие было приватизировано, и к 1996 году Тимур Горяев консолидировал контрольный пакет акций предприятия. В 2000 году Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) приобрел новый выпуск акций и совместно с двумя своими инвестиционными фондами стал владельцем 19,24% акций Компании.
- В 1990-х годах Компания запустила новые линии по производству продукции по уходу за полостью рта, по производству мыла и упаковочную линию.
- В 1999 году ОАО «Уральские самоцветы» было переименовано в ОАО Концерн «Калина».
- В 1999 году Концерн «Калина» первым среди российских производителей парфюмерно-косметической продукции успешно прошел сертификацию на соответствие системы менеджмента качества требованиями международного стандарта управления качеством ISO 9001.
- В апреле 2004 года состоялось первичное публичное размещение дополнительного выпуска акций ОАО Концерн «Калина» на Фондовой бирже ММВБ.
- В первом квартале 2005 года Компания завершила процесс приобретения контрольного пакета акций немецкого производителя косметики Dr. Scheller Cosmetics AG.

### Миссия Концерна «Калина»:

Создание лидирующих брендов на рынках косметики и парфюмерии.

### Ценности Компании:

Лидерство, честность, результативность.

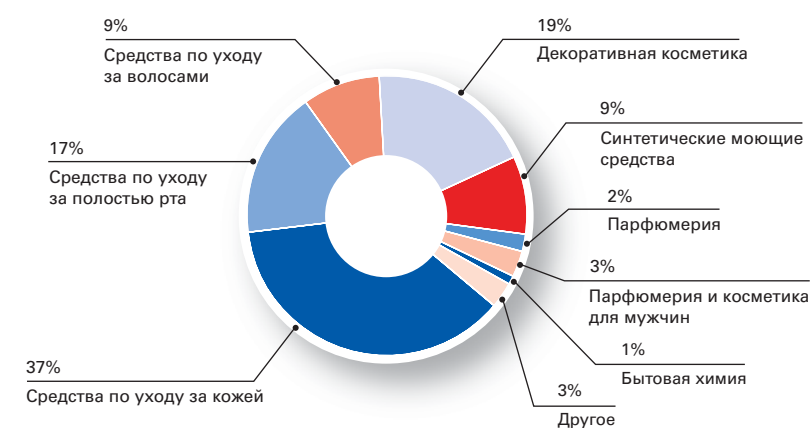
Кроме собственных брендов Концерн продвигает на рынки России и стран СНГ бренды немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG, приобретение контрольного пакета акций которой было завершено в 2005 году. Это бренд средств премиум-класса по уходу за кожей «Apotheker Scheller», бренд очищающих средств и средств по уходу за кожей «Manhattan Clearface», а также бренд декоративной косметики «Manhattan» и другие.

Объем продаж: основные сегменты рынка\*

	2005		
	Объем продаж, млн долларов США	Рост 2005/2004	Доля в совокупном объеме продаж
Средства по уходу за кожей	106,0	+ 23%	37%
Средства по уходу за полостью рта	48,5	+ 78%	17%
Средства по уходу за волосами	26,9	+ 25%	9%
Декоративная косметика	54,9	+ 719%	19%
Синтетические моющие средства	25,9	+ 21%	9%
Парфюмерия	5,5	+ 15%	2%
Парфюмерия и косметика для мужчин	9,1	+ 44%	3%
Бытовая химия	3,1	+ 7%	1%
Прочее	8,8	+ 108%	3%

\* Консолидированные продажи с учетом продаж компании Dr.Scheller Cosmetics AG за 2-4 кварталы 2005 года

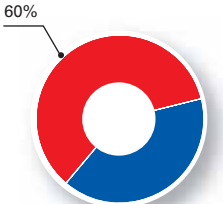
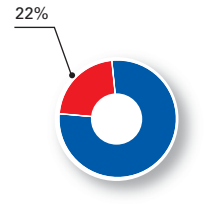
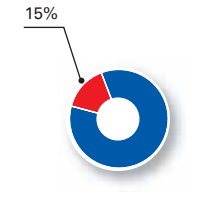
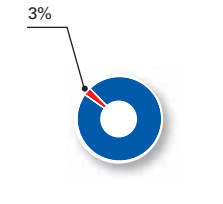
Источник: Концерн «Калина»



В совокупном объеме продаж Концерна, составившем в 2005 году 288,7 млн долларов США, доля продаж средств по уходу за кожей составила 37%. Ключевыми рынками сбыта продукции Концерна в 2005 году были рынок России и рынки европейских стран, доля которых в совокупном объеме продаж составила 60% и 22% соответственно. Чистая прибыль Концерна в 2005 году составила 23,7 млн долларов США, увеличившись на 29% по сравнению с предыдущим годом.

Основные производственные мощности Концерна «Калина» расположены в Екатеринбурге, где выпускается парфюмерно-косметическая продукция, и в Омске, где находится завод по выпуску синтетических моющих средств. С приобретением немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG к производственным мощностям Концерна добавился высокотехнологичный завод в Германии, где производится парфюмерия и косметика под брендами «Apotheker Scheller», «Manhattan Clearface», «Manhattan» и другими брендами компании Dr. Scheller Cosmetics AG.

ОАО Концерн «Калина» является публичной компанией, около 70% акций которой находятся в свободном обращении на российских фондовых биржах и на внебиржевом (ОТС) рынке за рубежом (в виде американских депозитарных расписок), следующей передовым стандартам корпоративного управления.

География продаж: основные рынки сбыта			
Россия	Европа Германия, Словения, Польша, Австрия	СНГ Украина, Казахстан, Узбекистан, Молдова, Белоруссия, Киргизия, Азербайджан	Прочие страны США, Монголия
174 млн долларов США*	63 млн долларов США*	43 млн долларов США*	8 млн долларов США*
+ 18%**	- ****	+ 38%**	+ 176%**
60,3%***	21,9%***	15%***	2,8%***
			
<p>* Объем продаж в 2005 году                      ** Рост 2005/2004                      *** Доля в общем объеме продаж                      **** В 2004 году продаж в указанных странах не было</p> <p><b>Источник:</b> данные финансовой отчетности за 2005 год, подготовленной в соответствии с IFRS; данные Компании.</p>			

## ПОРТФЕЛЬ СИЛЬНЫХ БРЕНДОВ

### Средства по уходу за кожей

106,0 млн долларов США\*

37%\*\*



### Средства по уходу за полостью рта

48,5 млн долларов США\*

17%\*\*



### Средства по уходу за волосами

26,9 млн долларов США\*

9%\*\*



### Декоративная косметика

54,9 млн долларов США\*

19%\*\*



\* Объем продаж по сегменту в 2005 году

\*\* Доля продаж по сегменту в совокупном объеме продаж в 2005 году

**Источник:** данные финансовой отчетности за 2005 год, подготовленной в соответствии с IFRS; данные Компании.

**Парфюмерия  
и косметика  
для мужчин**

9,1 млн долларов США

3%\*\*



**Синтетические  
моющие средства**

25,9 млн долларов США

9%\*\*



**Парфюмерия**

5,5 млн долларов США

2%\*\*



**Бытовая химия**

3,1 млн долларов США

1% \*\*



\* Объем продаж по сегменту в 2005 году

\*\* Доля продаж по сегменту в совокупном объеме продаж в 2005 году

Источник: данные финансовой отчетности за 2005 год, подготовленной в соответствии с IFRS; данные Компании.

## СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

Стратегическими целями развития Концерна «Калина» являются дальнейшее укрепление позиций лидера на российском парфюмерно-косметическом рынке и создание прочной основы для превращения Концерна в крупную международную компанию, успешно конкурирующую с иностранными производителями парфюмерии и косметики на зарубежных рынках.

Стратегия Компании заключается в создании и развитии на рынке парфюмерно-косметической продукции сильных брендов, обладающих превосходным качеством и способных удовлетворить многообразие предпочтений наших потребителей.

Первым ключевым элементом стратегии Компании будет сохранение политики значительных инвестиций в приобретение новых и укрепление существующих брендов в наиболее динамично развивающихся, имеющих большой потенциал роста и обладающих высокой маржинальной рентабельностью сегментах парфюмерно-косметического рынка.

Вторым ключевым компонентом стратегии является совершенствование систем supply chain Компании, а именно: повышение эффективности процессов снабжения, логистики, производства и дальнейшего развития сети дистрибуции выпускаемой Концерном «Калина» продукции. Кроме того, мы намерены совершенствовать механизмы взаимодействия с дилерами Компании, действующими на территории России, выстраивать и развивать партнерские отношения с розничными сетями, а также расширять сеть дистрибуции в странах СНГ.

Мы уверены, что Концерн «Калина» обладает сильными конкурентными преимуществами, развивая и укрепляя которые мы можем добиться успеха в реализации выбранной стратегии развития.

### Конкурентные преимущества Концерна «Калина»:

- Лидерство в ключевых сегментах российского рынка парфюмерно-косметической продукции на основе высоких показателей узнаваемости брендов Концерна «Калина» и лояльности к ним со стороны потребителей.
- Самая широкая и эффективная сеть дистрибуции парфюмерно-косметической продукции в России.
- Гибкость ценовой политики, позволяющая устанавливать невысокую по сравнению с иностранными конкурентами цену на продукцию, при уровне качества, сопоставимом с уровнем качества зарубежных брендов.
- Эффективный процесс создания новых продуктов на основе глубокого изучения предпочтений потребителей и использования инновационных идей собственного научно-исследовательского центра.
- Использование современных технологий и постоянно обновляемого производственного оборудования, позволяющих выпускать соответствующую международным стандартам качества продукцию при оптимальном уровне затрат.
- Нацеленная на достижение высоких результатов команда руководителей, обладающих профессиональным опытом, знанием специфики парфюмерно-косметического рынка, финансовым мышлением и четким стратегическим видением дальнейшего развития Компании.

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

### Выход на международный рынок

В 2005 году Концерном «Калина» был приобретен контрольный пакет акций (58,4%) немецкой парфюмерно-косметической компании Dr. Scheller Cosmetics AG, являющейся одним из лидеров на рынке декоративной косметики и средств по уходу за кожей в Германии. Основу каждого из ключевых направлений деятельности этой компании составляют уникальные бренды, пользующиеся на протяжении уже многих лет большой популярностью у потребителей в Германии и других странах Европы.

Приобретение этой компании является элементом стратегии роста Концерна, обеспечивающей укрепление его лидирующих позиций в ключевых сегментах парфюмерно-косметического рынка за счет расширения и развития портфеля сильных брендов.

Dr. Scheller Cosmetics AG	
Ключевые направления деятельности	Сильные бренды
Декоративная косметика	<b>«Manhattan»</b> Старейший и один из наиболее узнаваемых в Германии среди брендов декоративной косметики, объединяющий средства макияжа для лица и глаз, тушь для ресниц и лаки для ногтей.
Средства по уходу за кожей	<b>«Apotheker Scheller»</b> Средства премиум-класса по уходу за кожей, обладающие высоким качеством и созданные на основе натуральных ингредиентов. <b>«Manhattan Clearface»</b> Очищающие средства, средства по уходу за кожей и декоративная косметика с антибактериальным действием для проблемной молодой кожи.
Средства по уходу за полостью рта	<b>«Durodont» и «DentaClin»</b> Разнообразные средства для отбеливания зубов и ухода за полостью рта.

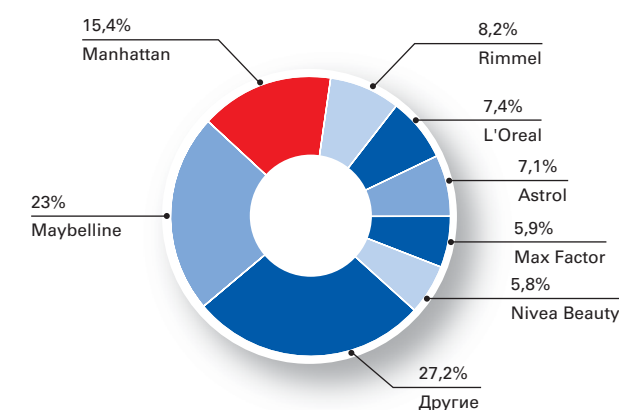
В 2005 году объем продаж компании Dr. Scheller Cosmetics AG на ключевых рынках, к которым относятся Германия, Россия, Словения и Польша, составил 67,4 млн долларов США (в том числе, продажи продукции немецкой компании Концерном «КАЛИНА» на российском рынке). Продажи на рынках других стран составили в 2005 году 17,7 млн долларов США.

В течение отчетного года немецкая компания продолжила движение по пути консолидации и перестройки бизнеса, начало которой было положено в 2004 году запуском масштабной программы сокращения затрат «Big Wave». Для того, чтобы сохранить

и укрепить свои позиции на рынке и достичь роста стоимости бизнеса, Dr. Scheller Cosmetics воплощает три ключевые стратегии:

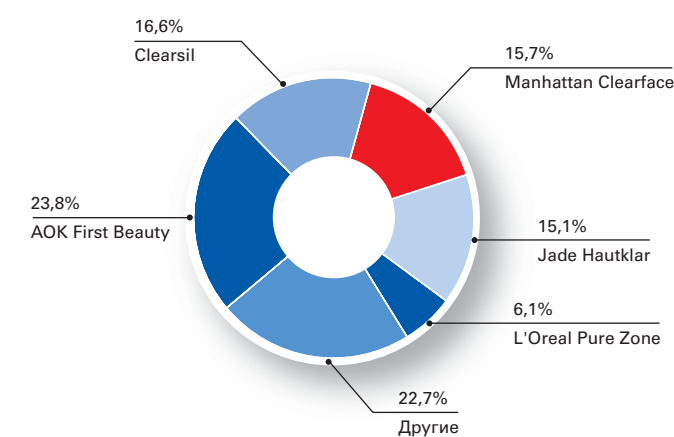
- рост продаж выше среднего роста рынка в ключевых сегментах;
- формирование сильных позиций на рынках, где действует компания;
- повышение эффективности бизнеса для увеличения его стоимости.

СИЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ БРЕНДА «МАННАТТАН»  
(доли основных брендов на рынке декоративной косметики в Германии)



Источник: ACNielsen, CAT\*COM Solution

СИЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ БРЕНДА «МАННАТТАН CLEARFACE»  
(доли основных брендов на рынке средств по уходу за молодой кожей в Германии)



Источник: ACNielsen, CAT\*COM Solution

### Новый уровень развития и новые стратегические возможности

С приобретением компании Dr. Scheller Cosmetics AG Концерн «Калина» дополнил свою продуктовую линейку новыми сильными брендами в перспективных сегментах рынка, а также получил доступ к новым географическим рынкам сбыта, что позволит Компании заложить основу для перехода на новый уровень развития, характеризующийся международным масштабом деятельности.

В ближайшие годы, по нашей оценке, для Концерна «Калина» открываются новые стратегические возможности, которые мы намерены реализовать на основе укрепления и развития наших конкурентных преимуществ. К таковым мы относим следующие возможности:

- Новые рынки сбыта продукции Концерна «Калина» в европейских странах, характеризующиеся высоким уровнем доходов населения и высокими показателями его расходов на парфюмерию и косметику. В частности, рынок парфюмерно-косметической продукции в Германии является крупнейшим национальным рынком в Европе.
- Использование системы дистрибуции компании Dr. Scheller Cosmetics AG в европейских странах для продвижения ряда брендов Концерна «Калина».
- Расширение портфеля брендов за счет новых сильных брендов в быстрорастущих сегментах декоративной косметики и средств по уходу за кожей на рынках парфюмерно-косметической продукции в России и странах СНГ.
- Достижение синергетического эффекта благодаря взаимному дополнению продуктовых линеек немецкой компании и Концерна «Калина», интеграции в сферах производства и разработки новой продукции.

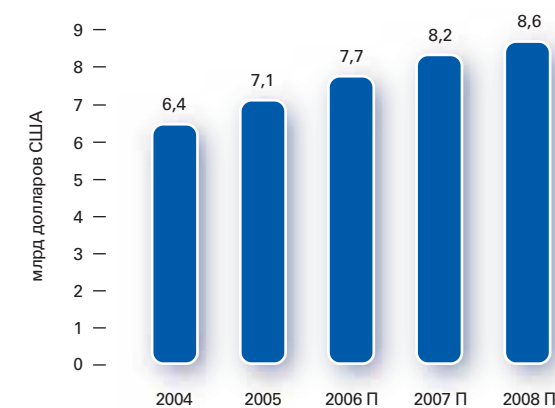
## Укрепление лидирующих позиций в России и странах СНГ

### Рынок парфюмерно-косметической продукции: возможности для роста и усиление конкуренции

Рынок парфюмерно-косметической продукции, бытовой химии и средств гигиены России и стран СНГ, на котором действует Концерн «Калина», отстает от более зрелых западных рынков по уровню развития, однако имеет потенциал для существенного роста. Начиная с 1999 года, объем российского рынка парфюмерии и косметики, по оценкам Euromonitor, увеличился с 3 до 7,1 млрд. долларов США в 2005 году. Ежегодный темп роста этого рынка в 2006-2008 гг. в среднем составит около 7%.

Ключевыми факторами, определяющими положительную динамику развития этого рынка, являются рост благосостояния и уровня жизни населения, развитие культуры потребления парфюмерии и косметики, средств гигиены и бытовой химии. О росте благосостояния населения России в ближайшие годы свидетельствуют прогнозируемый ежегодный рост потребительских расходов на 7-8% и увеличение

ДИНАМИКА ОБЪЕМА РОССИЙСКОГО РЫНКА ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ



Источник: Euromonitor

среднего уровня заработной платы на 10-20% при относительно невысоком уровне инфляции.

Рост благосостояния и потребительских расходов приводит к увеличению спроса на более качественную и дорогую парфюмерно-косметическую продукцию, обладающую уникальными свойствами и выпускаемую под известными брендами. По мере развития рынка происходит глубокое дробление существующих его сегментов и появление новых, обладающих высоким потенциалом роста.

Помимо расширения ассортимента и повышения качества предлагаемых продуктов положительное влияние на динамику развития парфюмерно-косметического рынка оказывает более активное их продвижение и обеспечение их доступности для потребителя за счет распространения через розничные сети и прямые продажи.

Вместе с тем, рост благосостояния населения и стабильная экономическая ситуация способствуют активизации деятельности транснациональных парфюмерно-косметических компаний на российском рынке. Зарубежные компании продолжают выводить на рынок свои глобальные бренды высокой ценовой категории и одновременно предлагают новые продукты, характеризующиеся более низкой ценой. Это приводит к усилению конкуренции между местными и зарубежными производителями парфюмерно-косметической продукции.

Интенсификации конкурентной борьбы на российском парфюмерно-косметическом рынке способствует также активное развитие деятельности зарубежных компаний, работающих по системе прямых продаж. Успешность этого направления побуждает эти компании открывать собственные производства в России, что позволяет им снижать себестоимость выпускаемой продукции и повышать эффективность логистики.

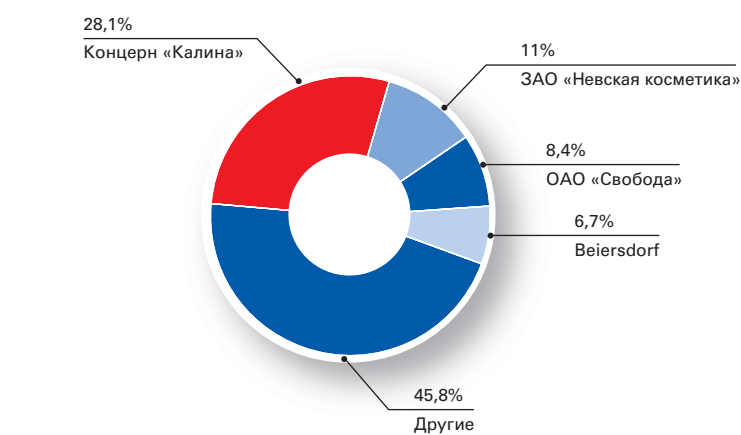
Сохраняется тенденция консолидации парфюмерно-косметического рынка за счет постепенного вытеснения с него мелких игроков транснациональными компаниями и крупнейшими местными производителями.

### Средства по уходу за кожей

- Концерн «Калина» является лидером российского рынка как средств по уходу за кожей тела, так и средств по уходу за кожей лица.
- Занимаемая Концерном доля на российском рынке средств по уходу за кожей тела (рассчитанная исходя из емкости рынка в натуральном выражении) в 2005 году составила 28,1%; доля на российском рынке средств по уходу за кожей лица (рассчитанная исходя из емкости рынка в натуральном выражении) в 2005 году составила 34,9%.
- В настоящее время Концерн развивает пять сильных российских брендов средств по уходу за кожей: «Черный жемчуг», «Чистая линия», «MIA», «Бархатные ручки» и «Сто рецептов красоты».
- Бренды «Черный жемчуг» и «Чистая линия» имеют самые высокие показатели узнаваемости среди всех брендов средств по уходу за кожей в России: в 2005 году этот показатель, по данным Gallup Media, по бренду «Черный Жемчуг» составил 65,4%, по бренду «Чистая Линия» – 53,6% (в 2004 году 55% и 44,2% соответственно).
- Благодаря приобретению немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG Концерн включил в линейку предлагаемых потребителям средств по уходу за кожей ряд продуктов премиум-класса под брендом «Apotheker Scheller». Продукция под этим брендом успешно продавалась в России еще до приобретения Dr. Scheller Cosmetics AG, и Концерн намерен в дальнейшем увеличивать продажи и долю этого бренда на российском рынке и в странах СНГ.

- Все бренды Концерна «Калина» характеризуются высоким уровнем лояльности со стороны потребителей. Так, например, согласно данным Gallup Media за 2 полугодие 2005 года, уровень лояльности потребителей к бренду «Чистая Линия» в средствах по уходу за кожей составляет 16,7%.
- В 2005 году доля сегмента средств по уходу за кожей в совокупном объеме продаж Концерна составила 37%.
- Объем продаж средств по уходу за кожей в 2005 году составил 106,0 млн долларов США, увеличившись по сравнению с 2004 годом на 23%.
- Среди лидеров роста выделяется бренд «Бархатные ручки», объем продаж которого увеличился по сравнению с 2004 годом на 119% и составил в 2005 году 8,3 млн долларов США.
- Косметическая серия «Бархатные ручки» вошла в число победителей рейтинга самых продаваемых товаров на потребительском рынке России «Товар года 2005» в номинации «средства по уходу за кожей рук». Исследование проводилось Национальной торговой ассоциацией в течение 2005 года.
- Основные маркетинговые мероприятия, проведение которых в 2005 году способствовало росту объема продаж:
  - Потребителям предложен ряд новинок (9 новинок под брендом «Бархатные ручки», 4 – «Черный Жемчуг», 3 – «MIA»).

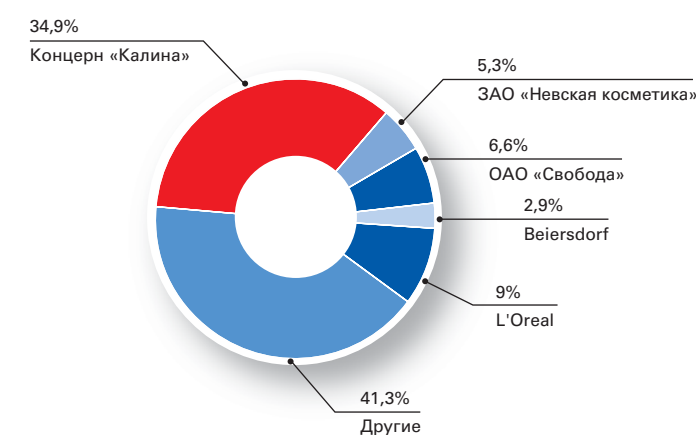
ЛИДЕРСТВО КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ ТЕЛА (доли крупнейших игроков на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen

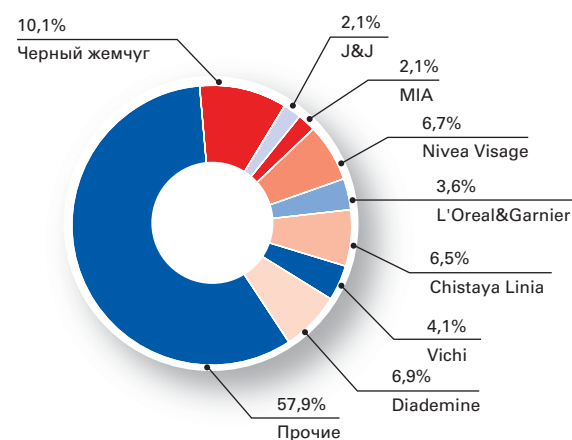
ЛИДЕРСТВО КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА (доли крупнейших игроков на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen, ноябрь–декабрь 2005

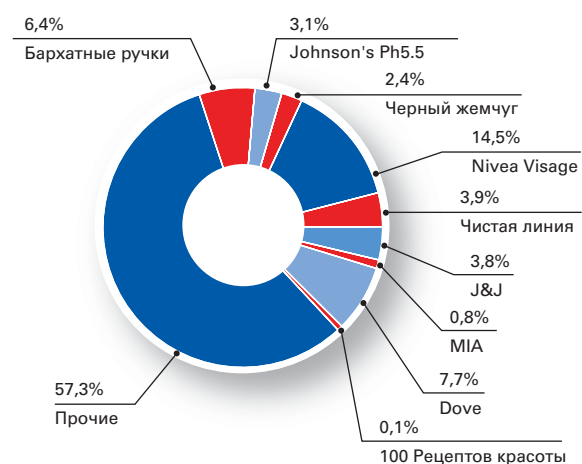
ПОЗИЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ  
ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ ЛИЦА  
(доля основных брендов на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в стоимостном выражении

Источник: AC Nielsen, ноябрь-декабрь 2005

ПОЗИЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СРЕДСТВ  
ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ  
(доли основных брендов на рынке)



- Переоформление и разделение ассортимента бренда «Черный Жемчуг» на линейки продуктов, объединенные на основе оказываемого ими эффекта: средства против морщин, увлажняющие средства, средства, сохраняющие молодость, базовый уход.
- Для поддержания лояльности потребителей обновлена упаковка некоторых продуктов (перевод геля для век «Чистая линия», кремов «Бархатные ручки» в новую удобную мини-тубу).
- Проведение мероприятий по улучшению дистрибуции, стимулированию персонала торговых точек и торговых представителей (акция по улучшению качественной и количественной дистрибуции брендов «Сто рецептов красоты», акция по улучшению выкладки бренда «Чистая линия»).
- Спонсорская поддержка брендами Компании наиболее рейтинговых сериалов в России и СНГ: бренд «Черный Жемчуг» – спонсор премьеры сериала «Мастер и Маргарита», бренд «Чистая Линия» – спонсор сериалов «Не родись красивой», «Громы», «Обреченная стать звездой», «Волчица».
- Успешное использование концепции CELEBRITY с участием российских звезд в рекламе продукции «Черный Жемчуг».

Доля на российском рынке средств по уходу за кожей лица

	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
«Черный жемчуг»	7,7%	10,1%
«Чистая линия»	15,2%	6,5%
«MIA»	2,7%	2,1%
«Сто рецептов красоты»	3,3%	1,5%

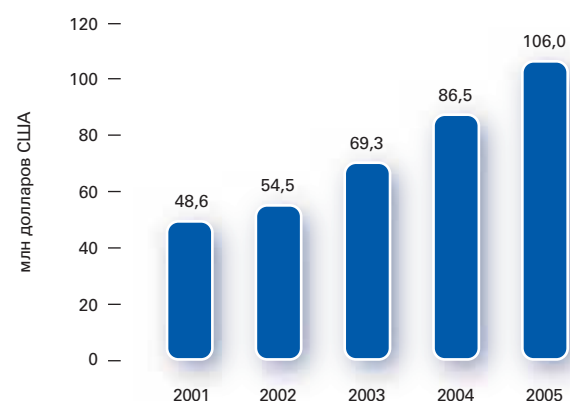
Источник: AC Nielsen, ноябрь-декабрь 2005

Доля на российском рынке средств по уходу за кожей

	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
«Черный жемчуг»	1,6%	2,4%
«Чистая линия»	5,9%	3,9%
«MIA»	0,5%	0,8%
«Бархатные ручки»	9,1%	6,4%
«Сто рецептов красоты»	1,8%	1,0%

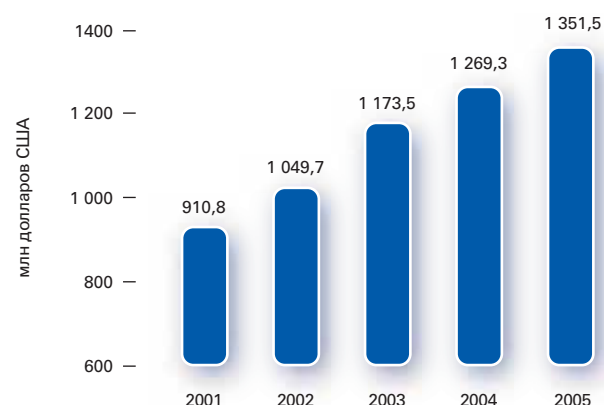
Источник: AC Nielsen, ноябрь-декабрь 2005

РОСТ ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ



Источник: Концерн «Калина»

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА КОЖЕЙ

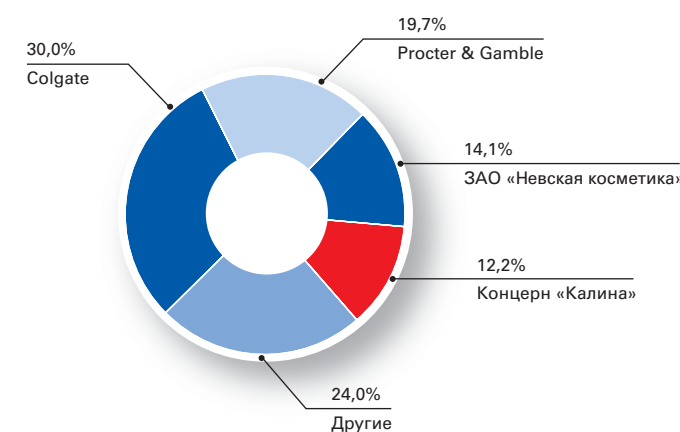


Источник: Euromonitor

Средства по уходу за полостью рта

- Концерн «Калина» относится к числу лидеров российского рынка средств по уходу за полостью рта. Его доля, рассчитанная исходя из емкости рынка в натуральном выражении, по итогам 2005 года составляет 12,2%.
- Зубная паста и освежающие средства для полоскания рта, выпускаемые под брендом «32», составляют серьезную конкуренцию российским и иностранным брендам.
- Средства по уходу за полостью рта «Лесной бальзам» успешно конкурируют с российскими брендами.

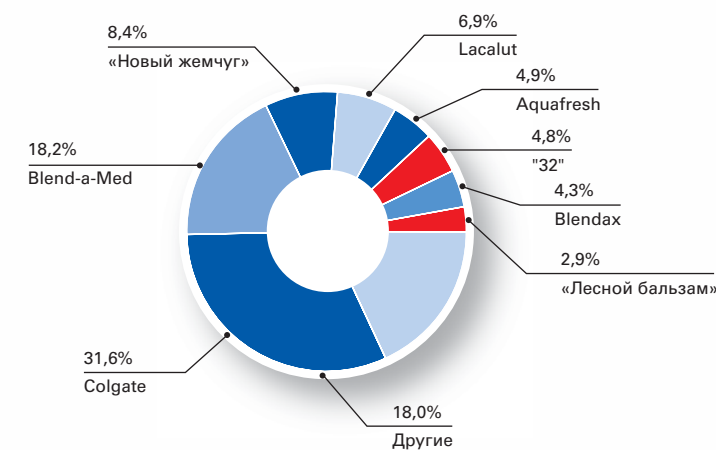
СИЛЬНЫЕ ПОЗИЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА (доли крупнейших игроков на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen

БРЕНДЫ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА (доли основных брендов на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в стоимостном выражении

Источник: AC Nielsen

- В 2005 году доля сегмента средств по уходу за полостью рта в совокупном объеме продаж Концерна составила 17%.
- Объем продаж средств по уходу за полостью рта в 2005 году составил 48,5 млн долларов США, увеличившись по сравнению с 2004 годом на 78%.

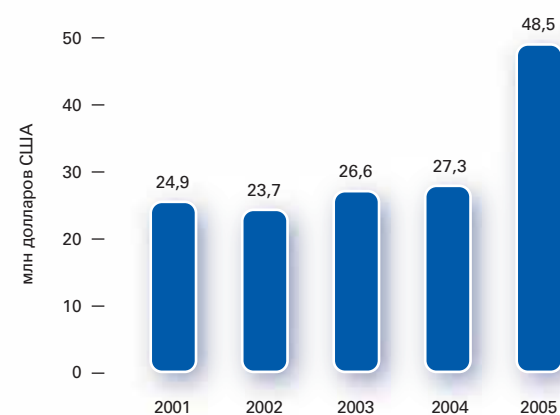
- Основные маркетинговые мероприятия, проведение которых в 2005 году способствовало росту объема продаж:

- Активная рекламная кампания на телевидении и промо-мероприятия для повышения уровня знания брендов Компании и роста их оборачиваемости в местах розничных продаж.
- Расширение присутствия брендов Компании в розничных сетях.
- Проведены акции по стимулированию продаж для партнеров, клиентов, супервайзеров и розничных точек продаж.
- Потребителям предложены 4 новинки под брендом «Лесной Бальзам», 15 новинок – под брендом «32».

Доля на российском рынке средств по уходу за полостью рта		
	в натуральном выражении	в стоимостном выражении
«32»	5,7%	4,8%
«Лесной бальзам»	3,6%	2,9%
«Дракоша»	1,3%	0,8%

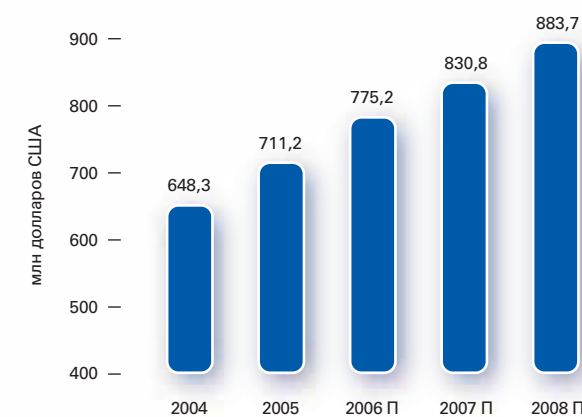
*Источник: AC Nielsen, ноябрь-декабрь 2005*

ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА



Источник: Концерн «Калина»

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ПОЛОСТЬЮ РТА

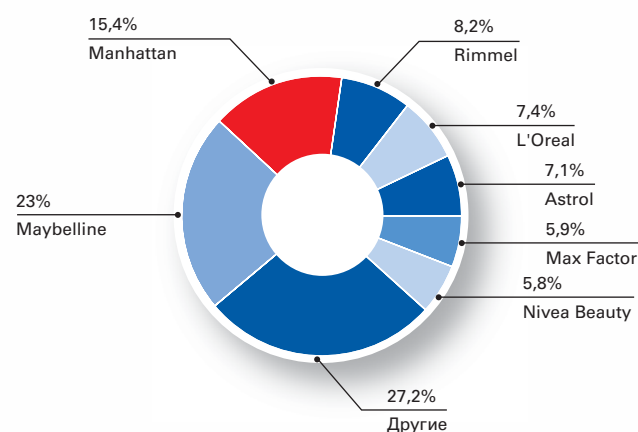


Источник: Euromonitor

#### Декоративная косметика

- Расширение присутствия в сегменте декоративной косметики является в настоящее время одним из приоритетных направлений развития Концерна «Калина».
- Российский рынок декоративной косметики обладает хорошим потенциалом роста: согласно прогнозам Euromonitor, его объем в течение 2005-2008 гг. будет ежегодно увеличиваться в среднем на 5% и в 2008 году составит 1 056,2 млн долларов США.
- В 2005 году Концерном «Калина» были разработаны и предложены потребителям линии декоративной косметики под брендом «Черный жемчуг». Многолетний опыт «Черного жемчуга» позволил создать инновационный продукт на основе последних научных достижений в области красоты. Известные активные компоненты, применяемые в средствах по уходу за кожей, добавлены и в декоративную косметику, что придает ей питающие и укрепляющие свойства.
- Успешный запуск белой косметики «MIA», позиционируемой как косметика только для молодой кожи, стимулировал появление в 2005 году линейки декоративной косметики под аналогичным слоганом. Это позволило Концерну стать первым российским производителем, работающим в данном сегменте рынка, предлагая молодым девушкам яркие и жизнеутверждающие краски декоративной косметики «MIA».
- С приобретением немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG Концерн «Калина» расширил портфель сильных брендов за счет бренда декоративной косметики «Manhattan». Этот бренд имеет высокую узнаваемость не только в Германии, где он появился еще в 1964 году, но также в России и странах СНГ. Линейка продуктов «Manhattan» включает разнообразные средства макияжа, тушь для ресниц и лак для ногтей.

ПОЗИЦИИ БРЕНДА «МАННАТТАН»  
(доли основных брендов на рынке декоративной косметики в Германии)

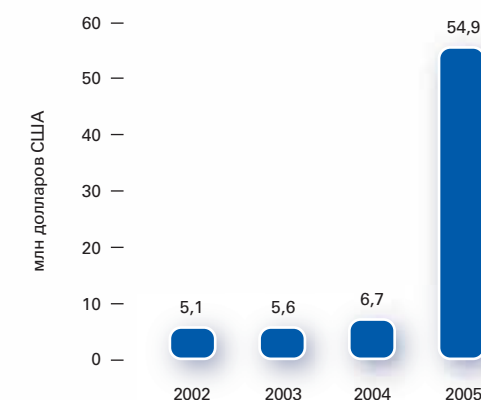


Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen, CAT\*COM Solutions (2003)

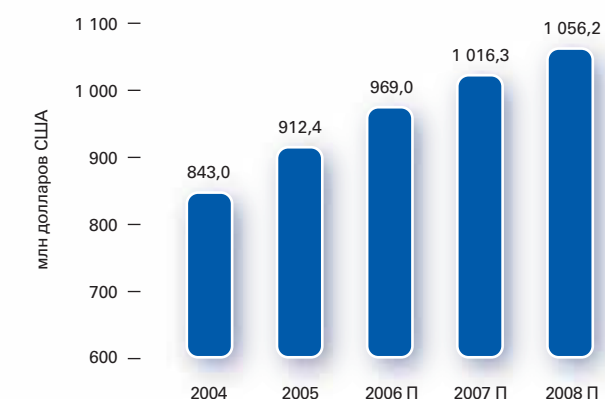
- Декоративная косметика Концерна «Калина» разрабатывается при участии мировых специалистов и изготавливается по контракту на итальянском предприятии Interco SPA, являющимся мировым лидером в области инноваций на рынке декоративной косметики. На этой же фабрике производится продукция многих известных международных марок, причем не только среднего ценового сегмента, но и элитной косметики.
- Объем продаж декоративной косметики Концерна «Калина» в 2005 году составил 54,9 млн долларов США, увеличившись по сравнению с 2004 годом на 719%.
- Основные маркетинговые мероприятия, проведение которых в 2005 году способствовало росту объема продаж:
  - Спонсорская поддержка брендами Компании высокорейтинговых телевизионных проектов и сериалов: декоративная косметика «MIA» – спонсор проекта «Фабрика Звезд», бренд «Manhattan» – спонсор показа сериала «Секс в большом городе».
  - Успешное использование концепции CELEBRITY с участием таких российских звезд как группы «Фабрика», «Корни», Настя Цветаева в рекламе продукции декоративной косметики.
  - Активная рекламная кампания в молодежной прессе.
  - Проведение промо-мероприятий с целью увеличения знания, лояльности и потребления продуктов (промо-акция продукции «Girl Party Night», организация и проведение вечеринки «Встретимся на Manhattan»).

ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ



Источник: Концерн «Калина»

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА  
ДЕКОРАТИВНОЙ КОСМЕТИКИ



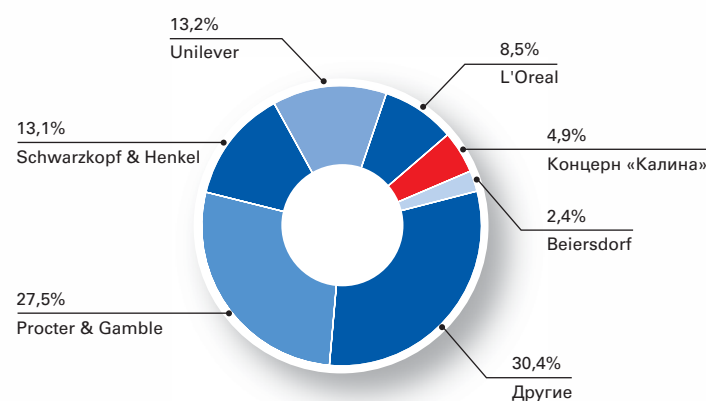
Источник: Euromonitor

- Производство и размещение в местах розничных продаж торгового оборудования.
- Проведение акций по стимулированию продаж в розничных точках, у дилеров и супервайзеров.

### Средства по уходу за волосами

- Направлением деятельности, обеспечивающим 9% совокупного объема продаж Концерна «Калина», является выпуск средств по уходу за волосами.
- Занимаемая Концерном доля на этом рынке в России (рассчитанная исходя из емкости рынка в натуральном выражении) в 2005 году составила 4,9%, увеличившись с 4,2% в 2004 году.
- Шампуни и бальзамы, выпускаемые под брендами «Чистая линия» и «Сто рецептов красоты», создаются на основе уникальных натуральных ингредиентов и пользуются большой популярностью у потребителей.
- Объем продаж Концерном «Калина» средств по уходу за волосами в 2005 году составил 26,9 млн долларов США, увеличившись по сравнению с 2004 годом на 25%.
- Основные маркетинговые мероприятия, проведение которых в 2005 году способствовало росту объема продаж:
  - Потребителям предложен ряд новинок в развивающихся сегментах (шампуни и бальзамы-ополаскиватели «Чистая Линия» на основе отвара целебных трав).
  - Реализована рекламная кампания шампуней «Чистая Линия» на Украине, в Казахстане и Белоруссии.
  - Проведены мероприятия по обеспечению присутствия полного ассортимента и контроля выкладки продукции Компании в точках розничных продаж.

ПОЗИЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ (доли крупнейших игроков на рынке)

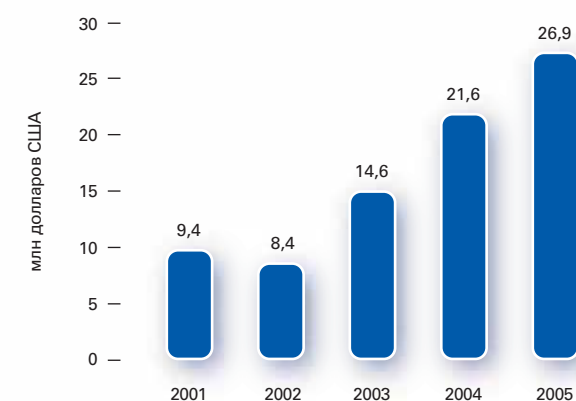


Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen

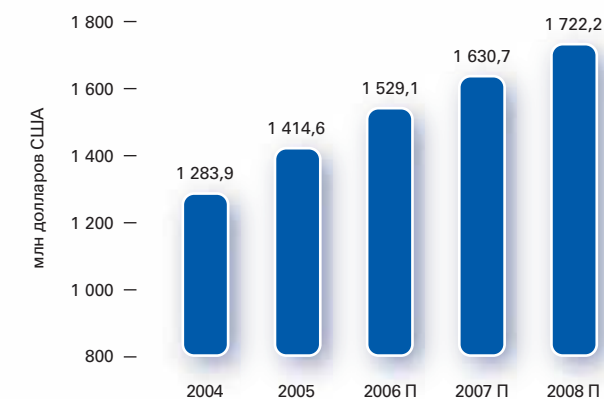
- Размещение в местах розничных продаж фирменного торгового оборудования для шампуней «Чистая Линия» с целью привлечения внимания потребителей.
- Переоформление дизайна отдельных продуктов.

ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ



Источник: Концерн «Калина»

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА СРЕДСТВ ПО УХОДУ ЗА ВОЛОСАМИ



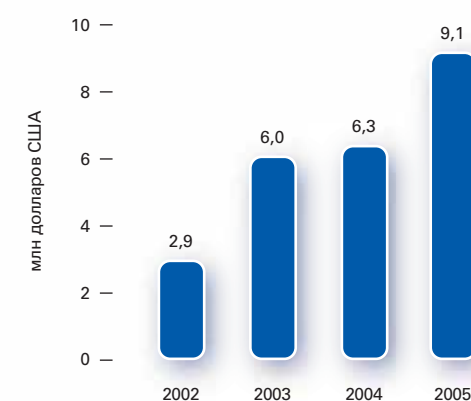
Источник: Euromonitor

### Парфюмерия и косметика для мужчин

- Парфюмерия и косметика для мужчин является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов российского парфюмерно-косметического рынка. Его объем в 2005 году составил 537,9 млн долларов США, увеличившись на 11,1% по сравнению с 2004 годом.
- Российский рынок парфюмерии и косметики для мужчин обладает хорошим потенциалом роста: согласно прогнозам Euromonitor, его объем в течение 2005-2008 гг. будет ежегодно увеличиваться в среднем на 7,4% и в 2008 году составит 666,2 млн долларов США.
- Занимаемая Концерном «Калина» доля на этом рынке (рассчитанная исходя из емкости рынка в натуральном выражении) в 2005 году составила 6,8%.
- Под брендами «Ultimatum», «Норд-Ост» и «Тет-а-Тет» Концерном «Калина» выпускаются разнообразные средства для бритья, включающие кремы и пены для бритья, лосьоны и кремы после бритья.
- Доля сегмента парфюмерии и косметики для мужчин в совокупном объеме продаж Концерна в 2005 году составила 3%.
- Объем продаж парфюмерии и косметики для мужчин в 2005 году составил 9,1 млн долларов США, увеличившись по сравнению с 2004 годом на 44%.
- Основные маркетинговые мероприятия, проведение которых в 2005 году способствовало росту объема продаж:

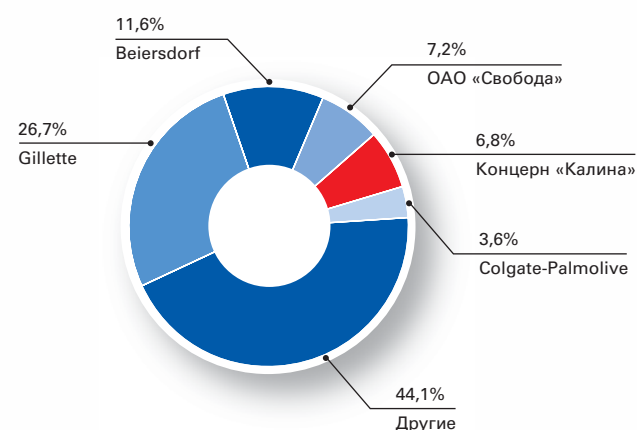
- Новое ценовое позиционирование аэрозольных продуктов под брендом «Ultimatum».
- Проведены мероприятия по обеспечению присутствия полного ассортимента и контроля выкладки продукции под брендом «Ultimatum» в местах розничных продаж.
- Обновлен дизайн серии продуктов под брендом «Норд-Ост».
- Потребителям предложен ряд новинок (22 новинки под брендом «Ultimatum», 4 новинки под брендом «Норд-Ост»).

ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ ДЛЯ МУЖЧИН



Источник: Концерн «Калина»

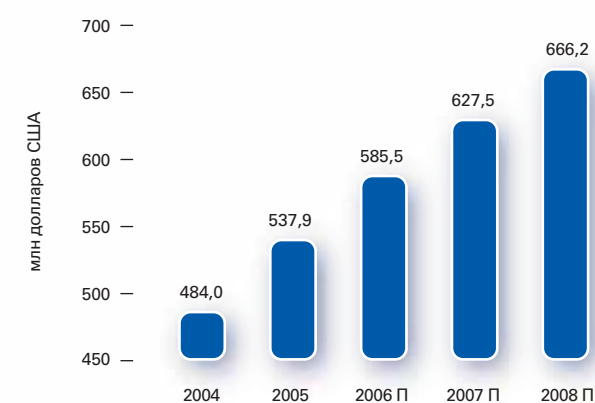
ПОЗИЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» НА РЫНКЕ ПАРФЮМЕРИИ  
И КОСМЕТИКИ ДЛЯ МУЖЧИН  
(доли крупнейших игроков на рынке)



Доля рынка рассчитывалась исходя из емкости рынка в натуральном выражении

Источник: AC Nielsen

ПОТЕНЦИАЛ РОСТА РОССИЙСКОГО РЫНКА  
ПАРФЮМЕРИИ И КОСМЕТИКИ ДЛЯ МУЖЧИН



Источник: Euromonitor

## Развитие рынков сбыта и дистрибуции

### Расширение географии продаж

В географии продаж продукции Концерна «Калина» в 2005 году произошли существенные изменения. С приобретением немецкой компании Dr. Scheller Cosmetics AG одним из основных рынков сбыта для Концерна становится европейский рынок. В 2005 году на долю этого рынка приходилось более 20% совокупного объема продаж Концерна «Калина». Здесь продавалась преимущественно продукция под брендами компании Dr. Scheller Cosmetics AG. Однако, в дальнейшем Концерн намерен использовать возможности рынков сбыта приобретенной немецкой компании для продвижения собственных российских брендов.

#### Компания реализует свою продукцию в следующих странах, помимо России:

Австрия, Азербайджан, Армения, Афганистан, Беларусь, Боливия, Венгрия, Германия, Грузия, Ирак, Казахстан, Канада, Катар, Кипр, Киргизия, Китай, Латвия, Литва, Молдавия, Монголия, ОАЭ, Польша, Словакия, Словения, США, Таджикистан, Тайвань, Туркмения, Узбекистан, Украина, Чехия, Эквадор, Эстония.

### Развитие дистрибьюторской сети

Концерн «Калина» обладает одной из самых сильных и наиболее эффективных дистрибьюторских сетей на потребительском рынке стран СНГ. Она охватывает все без исключения регионы России и страны СНГ и насчитывает 214 дилеров (144 дилера в России и 70 – в странах СНГ, в том числе 30 – на Украине). Продукция Концерна продается в 81 718 торговых точках в 220 городах России и стран СНГ.

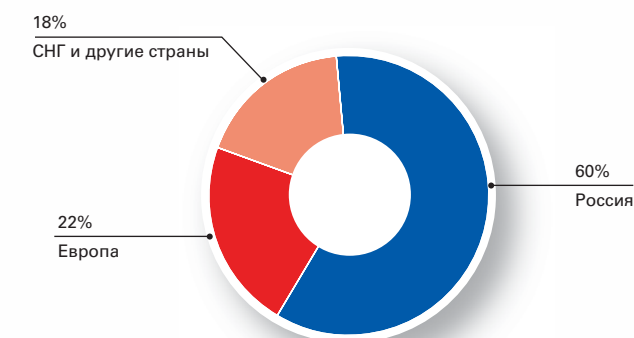
#### Сеть дистрибуции Концерна «КАЛИНА» – одна из самых сильных и наиболее эффективных на потребительском рынке стран СНГ:

- 144 дилера в России
- 30 дилеров на Украине
- 40 дилеров в других странах СНГ
- продукция Концерна продается в 81 718 торговых точках в 220 городах России и стран СНГ

Все дилеры являются независимыми компаниями и проходят тщательный отбор. Право подписать дилерское соглашение компания получает только после нескольких лет безукоризненной работы с Концерном.

Стратегия продаж Концерна «Калина» основана на развитии тесных отношений с дилерами и совершенствовании условий и механизмов взаимодействия с ними.

ГЕОГРАФИЯ ПРОДАЖ ПРОДУКЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» В 2005 ГОДУ



Приоритетными направлениями развития дистрибьюторской сети в 2006 году являются ее расширение в странах СНГ и выстраивание партнерских отношений с розничными сетями, действующими на территории России и стран СНГ.

### Повышение эффективности логистики

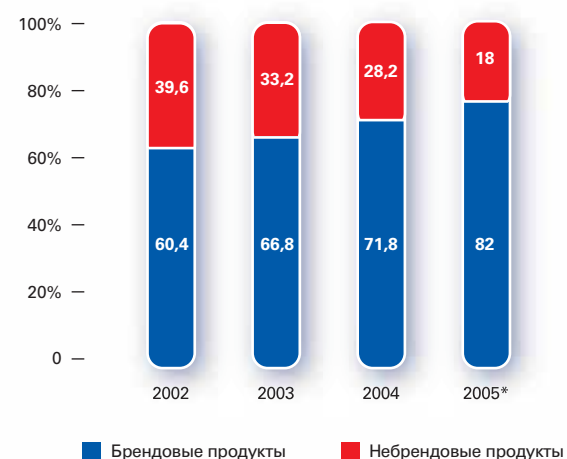
В Концерне «Калина» действует система управления цепочками поставок (Supply Chain Management System), предназначенная для повышения эффективности управления запасами готовой продукции и автоматизации процессов взаимодействия с дилерами. Эта система позволяет в реальном времени получать информацию о запасах готовой продукции на складах Концерна и о статистике продаж у его дилеров, автоматически формировать на основе этой информации заказы на производство и поставку готовой продукции дилерам.

Повышению эффективности процессов логистики, существенному снижению накладных расходов, связанных с перемещениями товарно-материальных запасов, и сокращению зависимости от арендованных складских площадей способствовало завершение в 2005 году строительства нового склада хранения готовой продукции в Екатеринбурге.

## Развитие брендов

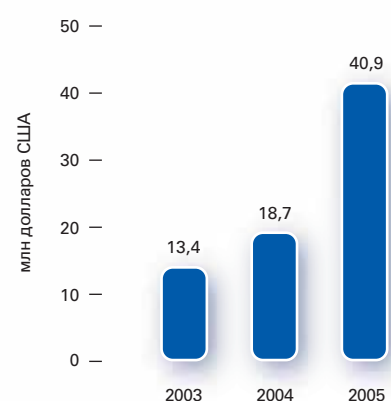
Основу успешного развития Концерна «Калина» составляют сильные бренды, обладающие высокими показателями узнаваемости и лояльности к ним со стороны потребителей. В настоящее время портфель ключевых брендов Концерна включает 12 названий, охватывающих продукцию ключевых сегментов парфюмерно-косметического рынка, а именно: Черный жемчуг, Чистая Линия, MIA, Сто Рецептов Красоты, Бархатные ручки, 32, Лесной Бальзам, Manhattan, Manhattan Clearface, Apotheker Scheller, Durodont.

СОКРАЩЕНИЕ ДОЛИ НЕБРЕНДОВОЙ ПРОДУКЦИИ  
В СТРУКТУРЕ ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



\* включая продажи компании Dr.Scheller Cosmetics AG

ДИНАМИКА РАСХОДОВ НА РАЗВИТИЕ БРЕНДОВ  
КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
(расходы на рекламу и маркетинг)



Концерн продолжает сокращать долю небрендовых продуктов в структуре продаж и концентрирует усилия на развитии брендов в наиболее динамично растущих сегментах парфюмерно-косметического рынка и обладающих высокой маржинальной рентабельностью.

В 2005 году с приобретением компании Dr. Scheller Cosmetics AG портфель брендов Концерна «Калина» пополнился сильными брендами в сегментах декоративной косметики («Manhattan»), средств премиум-класса по уходу за кожей («Apotheker Scheller») и средств по уходу за молодой кожей («Manhattan Clearface»).

Для обеспечения высокой узнаваемости брендов и лояльности к ним со стороны потребителей, Концерн «Калина» ежегодно направляет значительные средства на рекламу и проведение различных маркетинговых мероприятий по продвижению своей продукции. Высокий уровень этих затрат во многом обусловлен тем, что Концерну приходится соревноваться в маркетинге с крупными транснациональными компаниями, имеющими значительные бюджеты на аналогичные цели.

Другим направлением развития брендов Концерна «Калина» является постоянная работа по повышению качества выпускаемой продукции и созданию новых продуктов, которые обладают оригинальными характеристиками, позволяющими удовлетворить многообразие предпочтений потребителей.

## Инновации

### Инновации – один из ключевых факторов успешного развития Концерна

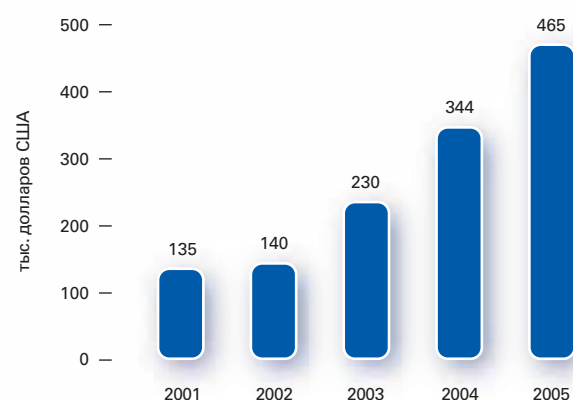
Эффективный процесс создания новых продуктов является одним из конкурентных преимуществ Концерна «Калина» и имеет определяющее значение для его роста в будущем.

В начале 2001 года Концерном создан собственный Научно-исследовательский центр, который занимается разработкой, созданием и тестированием рецептур новых продуктов. Центр расположен в Екатеринбурге на площади в 350 кв. м и использует в своей работе 17 единиц современного лабораторного оборудования производства ведущих международных компаний. Все 18 его сотрудников имеют высшее специальное образование и обладают, в среднем, десятилетним опытом работы в данной сфере.

В 2004 году Научно-исследовательским центром было разработано 135 новых продуктов, что сделало Концерн «Калина» одним из лидеров в отрасли по данному показателю. В 2005 году результатом работы центра стали 175 разработанных новых продуктов. В среднем, каждый из сотрудников Научно-исследовательского центра Концерна за последние три года разработал 18 совершенно новых продуктов. Всего в период с 2000 по 2005 год на рынок было выпущено 609 новых продуктов.

Каждый новый продукт и разработанные Научно-исследовательским центром Концерна «Калина» формулы и рецепты получают соответствующую патентную защиту.

ДИНАМИКА РАСХОДОВ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
НА РАЗРАБОТКУ НОВЫХ ПРОДУКТОВ



Мы также активно отстаиваем наши права на интеллектуальную собственность в случае недобросовестного поведения со стороны конкурентов.

#### Наш подход к разработке новых продуктов

Создание новых продуктов в Концерне «Калина» основано на глубоком изучении предпочтений потребителей и использовании инновационных идей Научно-исследовательского центра.

Результаты регулярного анализа тенденций развития рынка парфюмерно-косметической продукции и изучения изменений в потребительских предпочтениях, которыми занимается отдел маркетинга Концерна, ложатся в основу предложений по созданию новых продуктов. Научно-исследовательский центр, основываясь на глубоком знании свойств парфюмерно-косметических ингредиентов и постоянном изучении эффектов от их использования, предлагает уникальные рецепты и формулы для придания новых характеристик выпускаемым продуктам Концерна.

Использование уникальных формул и рецептов на основе натуральных и естественных компонентов при создании продуктов Компании, прежде всего – средств по уходу за кожей и декоративной косметики, позволяют нам удовлетворить самые разнообразные и взыскательные предпочтения потребителей, для которых в настоящее время натуральность приобретаемых продуктов становится решающим фактором при выборе косметики.

Такой подход позволяет нашей Компании достигать высокого уровня востребованности новых продуктов и высокой степени лояльности к ним со стороны потребителей, а также занимать новые перспективные сегменты парфюмерно-косметического рынка.

#### Новшества, предложенные Концерном «Калина» в 2005 году:

- Специалисты лаборатории «Чистая линия» разработали уникальную серию принципиально новых шампуней и бальзамов для волос, в основе которых отвар целебных трав. Известно, что отвар трав укрепляет и питает волосы от самых корней, придает волосам мягкость, блеск и шелковистость. Благодаря особой технологии производства отвара в шампунях и бальзамах-ополаскивателях «Чистая линия» сохраняются активные питательные вещества, которые содержатся в российских травах.
- Линия средств «Черный жемчуг» пополнилась новой серией «Лифтинг», созданной специально для борьбы с возрастными изменениями кожи и состоящей из трех средств, комплексно борющихся со старением кожи. Также разработана новая линия средств против мимических морщин, включающая крем-корректор для лица и крем-корректор для кожи вокруг глаз. Своевременный уход, направленный на предотвращение появления мимических морщин и разглаживание существующих, способен остановить процесс старения кожи и надолго сохранить молодость и красоту.
- Разработана декоративная косметика «Черный жемчуг». Многолетний опыт этого бренда позволил создать инновационный продукт на основе последних научных достижений в области красоты. Известные активные компоненты, применяемые в средствах по уходу за кожей, добавлены и в декоративную косметику. Каждый из продуктов наделен особыми ухаживающими свойствами – тушь для ресниц не только придает ресницам длину и объем, но и питает и укрепляет их, шелковистая пудра адаптируется к коже и позволяет ей дышать, а помада не только увлажняет губы, но и предотвращает появление морщин.

## Совершенствование производства

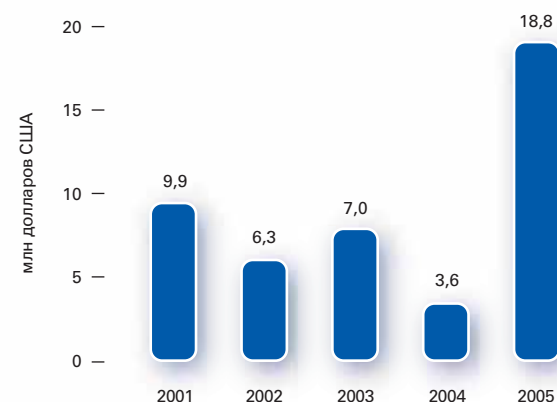
#### Масштабная модернизация производственных мощностей

Концерн «Калина» создает парфюмерно-косметические продукты, которые по качеству и своим потребительским свойствам являются достойными соперниками продвигаемых в России брендов транснациональных компаний и превосходят продукты российских конкурентов. В основе достижения высокого качества выпускаемой продукции лежит использование современных технологий и современного производственного оборудования.

Еще в 2004 году Концерном «Калина» было принято стратегическое решение о реализации инвестиционной программы развития производства. В соответствии с этим решением, в течение 2005 года была проведена масштабная модернизация производственных мощностей Концерна.

В результате модернизации были полностью автоматизированы основные процессы производства, существенно сокращены производственные затраты, повышен уровень производительности труда и улучшено качество выпускаемой продукции.

РОСТ ОБЪЕМА ИНВЕСТИЦИЙ В МОДЕРНИЗАЦИЮ  
ПРОИЗВОДСТВА КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



Источник: 2001–2003 гг. – данные финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с US GAAP;  
2004–2005 гг. – данные финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с IFRS.

В связи с успешным завершением масштабной модернизации в 2005 году существенные инвестиции в развитие производства в 2006 году не планируются. Основные усилия в этой области будут направлены на поддержание нормального функционирования производственного оборудования и технологических процессов.

**Соответствие стандартам качества**

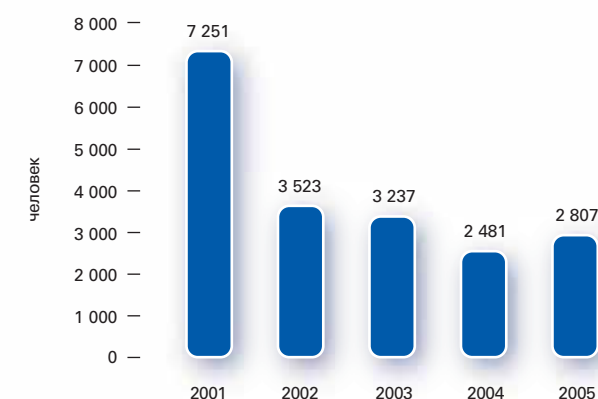
В 1999 году Концерн «Калина» первым среди российских производителей парфюмерно-косметической продукции успешно прошел сертификацию на соответствие системы менеджмента качества требованиям международного стандарта управления качеством ISO 9001. С этого времени каждые три года независимыми экспертами проводится аудит системы менеджмента качества Концерна, что позволяет нам с уверенностью гарантировать высокое качество выпускаемой продукции.

- В мае 2005 года орган по сертификации TUV CERT провел плановый надзорный аудит и подтвердил соответствие системы менеджмента качества Концерна «Калина» требованиям международного стандарта ISO 9001:2000.
- Эксперты УРАЛТЕСТСЕРТ в мае 2005 года провели аудит системы менеджмента качества и подтвердили соответствие системы менеджмента качества Концерна «Калина» требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ISO 9001:2000) применительно к парфюмерно-косметической продукции, синтетическим моющим средствам, мылу и средствам бытовой химии.

**Наш персонал**

Движущей силой развития нашей Компании является высококвалифицированный персонал. Для привлечения и удержания профессиональных сотрудников Концерн «Калина» реализует комплексную политику управления персоналом. Для сотрудников в Компании действует эффективная система мотивации, созданы безопасные и комфортные условия труда, предлагаются возможности для профессионального роста и развития и предоставляется определенный уровень социального обеспечения.

ДИНАМИКА СРЕДНЕСПISОЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА  
КОНЦЕРНА «КАЛИНА»\*



\* с учетом персонала дочерних компаний

**Ориентированность на результат**

Каждый сотрудник нашей Компании получает справедливое вознаграждение, соответствующее достигнутым результатам в процессе реализации установленных для него целей и задач. Это позволяет постоянно повышать производительность труда и снижать общую численность персонала.

В развитие такого подхода к созданию эффективной мотивации сотрудников в 2006 году Концерном планируется внедрение системы управления на основе использования ключевых показателей эффективности (KPI – Key Performance Indicators), которые будут устанавливаться для каждого структурного подразделения и сотрудника Компании.

Большое значение для повышения заинтересованности наших сотрудников в достижении высоких результатов работы имеют нематериальные элементы мотивации. В частности, в Компании регулярно проводятся конкурсы на звание «Лучший работник» и «Лучшее подразделение», победители которых награждаются разнообразными призами и подарками.

### Развитие персонала

Осознавая важность развития кадрового потенциала Концерн «Калина», мы предоставляем нашим сотрудникам различные возможности для повышения своей квалификации и профессионального развития. Разработка собственных программ обучения и оплата обучения вне Компании являются одним из наиболее существенных направлений инвестиций Концерн «Калина».

Ежегодно внутри Компании проводятся тренинги по развитию управленческих навыков сотрудников. В рамках этих тренингов его участникам предлагаются конкретные управленческие задачи и ситуации, решение которых они должны найти в процессе обсуждения с более опытными сотрудниками Компании. Каждый месяц по несколько специалистов Компании направляются на зарубежные стажировки по своему направлению профессиональной деятельности. Для руководителей высшего звена предоставляется возможность получения степени MBA в ведущих зарубежных бизнес-школах. Руководители отделов и других структурных подразделений Компании могут участвовать в различных профессиональных тренингах и проходить дополнительное обучение в ведущих российских ВУЗах и бизнес-школах, с которыми сотрудничает Концерн «Калина». В 2005 году дополнительное обучение по различным программам прошли 329 сотрудников Компании.

## Корпоративная социальная ответственность

Мы считаем, что следование принципам социальной ответственности в деятельности нашей Компании является определяющим условием ее устойчивого и успешного долгосрочного развития. К таковым принципам мы относим следующие:

- Выпуск качественной и не наносящей вреда здоровью продукции, способной удовлетворить разнообразные предпочтения наших потребителей.
- Создание квалифицированных рабочих мест, поддержание безопасных условий труда и обеспечение достойного уровня заработной платы для сотрудников нашей Компании, их социальная защита.
- Обеспечение экологической чистоты и безопасности производства.
- Соблюдение законодательства.
- Благотворительная поддержка и участие в социальном развитии регионов, в которых действует наша Компания.

Результаты деятельности Компании и реализуемые проекты в области корпоративной социальной ответственности подтверждают соблюдение заявленных принципов.

Высокий уровень безопасности нашей продукции обеспечивается существующей в Концерне системой контроля качества. Подтверждением удовлетворенности наших потребителей служит высокий уровень их лояльности к выпускаемой под брендами Концерн продукция.

В настоящее время Концерн «Калина» является одним из наиболее привлекательных работодателей в регионе, обеспечивающим достойные условия труда и предлагающим своим сотрудникам хорошие возможности для самореализации и развития.

В своей производственной деятельности Концерн «Калина» не использует и не вырабатывает опасных для экологии веществ и отходов. Основные усилия Концерн в области охраны окружающей среды сосредоточены на очистке воды и переработке промышленных отходов производственных подразделений. Для этого в Концерне принята комплексная программа мониторинга, следящая за соблюдением допустимых уровней загрязнения воды и выбросов отходов. Кроме того, новые производственные линии используют замкнутый цикл водоснабжения.

Концерн «Калина» ежегодно выделяет специальный бюджет на реализацию благотворительных целей. Получателями благотворительной помощи, как правило, являются дети-сироты, дети-инвалиды, дети, страдающие тяжелыми заболеваниями, и пожилые люди, проживающие в Екатеринбурге и Свердловской области. Ежемесячно оказывается благотворительная помощь детским больницам, домам ребенка, детским домам, подростковым реабилитационным и территориальным центрам, школам-интернатам, комитетам ветеранов, Российскому Красному Кресту. Данная помощь оказывается путем безвозмездного предоставления социально значимой продукции Концерн.

В совокупности реализуемые мероприятия в области корпоративной социальной ответственности обеспечивают надежность фундамента для долгосрочного устойчивого развития нашей Компании и позволяют нам с уверенностью смотреть в будущее.



## КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

ОАО Концерн «Калина» рассматривает корпоративное управление как важное средство повышения эффективности деятельности Компании, обеспечения большей доступности и снижения стоимости капитала, укрепления репутации Компании и, в конечном итоге, увеличения благосостояния ее акционеров. Концерн придерживается высоких стандартов корпоративного управления и намеревается последовательно и постоянно совершенствовать свою практику в этой области, что подтверждается принятием в конце 2004 года Кодекса корпоративного управления Концерна «Калина»<sup>6</sup>.

Концерн «Калина» соблюдает требования законодательства Российской Федерации в области корпоративного управления и положений Кодекса корпоративного поведения, рекомендованного ФКЦБ России, учитывает рекомендации международной практики корпоративного управления, такие как Принципы корпоративного управления ОЭСР, а также неукоснительно следует положениям Кодекса корпоративного управления Концерна.

Система корпоративного управления Концерна направлена на обеспечение эффективной защиты прав и интересов всех акционеров Общества, повышение прозрачности Общества и подтверждение приверженности Общества стандартам должного корпоративного управления.

### Принципы корпоративного управления

Корпоративное управление Концерна «Калина» основано на следующих принципах, закрепленных в Кодексе корпоративного управления Концерна:

- Справедливость, достигаемая соблюдением и защитой Концерном прав и интересов акционеров и обеспечением равного отношения ко всем акционерам, включая миноритарных и иностранных акционеров. Совет директоров Концерна предоставляет всем акционерам возможность получения эффективной защиты в случае нарушения их прав.
- Подотчетность органов управления и контроля Концерна его акционерам.
- Ответственность и признание Концерном прав и интересов иных заинтересованных сторон в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации.
- Прозрачность, своевременное и достоверное раскрытие информации обо всех существенных фактах, касающихся его деятельности, включая его финансовое положение, результаты деятельности, структуру собственности и управления Концерна, а также свободный доступ к такой информации для всех заинтересованных сторон.

<sup>6</sup> Текст Кодекса корпоративного управления ОАО Концерн «Калина» размещен на интернет-сайте Концерна по адресу [www.kalina.org](http://www.kalina.org).

### Основные вехи истории развития корпоративного управления Концерна «Калина»

2000 – 2004 гг.

- Приобретение Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР) совместно со своими инвестиционными фондами GIMV Corpeq Urals Fund и Rabo Black Earth 19,24% акций ОАО Концерн «Калина»
- Публикация финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с общепринятыми принципами бухгалтерского учета США (US GAAP)
- Привлечение международной аудиторской компании «большой четверки» (Deloitte & Touche) для проведения аудита финансовой отчетности Концерна, подготовленной в соответствии с US GAAP
- Утверждение Устава в новой редакции с целью усиления роли Совета директоров в осуществлении стратегического руководства деятельностью Концерна
- Избрание независимых директоров в Совет директоров
- Избрание независимого директора Председателем Совета директоров
- Утверждение Кодекса корпоративного управления
- Включение акций Концерна в Котировальный лист «Б» Фондовой биржи «РТС»

2005 год

- Утверждение положений об общем собрании акционеров, Совете директоров, Генеральном директоре, Ревизионной комиссии, о вознаграждении членов Совета директоров
- Запуск программы американских депозитарных расписок (ADR) первого уровня по акциям ОАО Концерн «Калина» при поддержке банка-депозитария Deutsche Bank Trust Company Americas

Совершенствование корпоративного управления в 2006 году

- Утверждение Устава и Кодекса корпоративного управления в новой редакции в целях совершенствования процедуры подготовки и проведения общих собраний акционеров
- Принятие положений об информационной политике, дивидендной политике, внутреннем контроле за финансово-хозяйственной деятельностью Концерна
- Создание комитета Совета директоров по аудиту



## Совет директоров

Совет директоров ОАО Концерн «Калина», осуществляя общее руководство его деятельностью, определяет стратегию развития Концерн и выполняет ключевую роль в осуществлении контроля за деятельностью Генерального директора и высшего менеджмента Концерн. Совет директоров тесно взаимодействует с Генеральным директором и высшим менеджментом Концерн на основе взаимного доверия в целях обеспечения успешного развития Концерн «Калина» и увеличения благосостояния его акционеров.

Деятельность Совета директоров ОАО Концерн «Калина» регламентируется Уставом и Положением о Совете директоров<sup>7</sup>. Совет директоров имеет в своей компетенции вопросы стратегического управления Концерном и его долгосрочные планы (включая утверждение инвестиционного плана Концерн), организации проведения общих собраний акционеров, управления имуществом Концерн (включая утверждение ежегодного бюджета и одобрение крупных сделок), контроля за деятельностью Генерального директора и высшего менеджмента Концерн.

Очные заседания Совета директоров Концерн проводятся, как правило, не реже одного раза в квартал. В 2005 году было проведено 11 заседаний Совета директоров, шесть из которых – в очной форме. Повестка дня проведенных в 2005 году заседаний включала, в частности, вопросы утверждения бюджета Концерн и сделок, имеющих стратегическое значение, рекомендации общему собранию акционеров по размеру полугодовых дивидендов, рассмотрение отчетов высшего менеджмента о результатах деятельности Концерн и соблюдении Концерном Кодекса корпоративного управления, утверждение политики Концерн в области благотворительности и др.

По итогам года Совет директоров Концерн проводит обсуждение результатов своей работы.

### Состав Совета директоров по состоянию на 31.12.2005 г.

#### **Йохан Гриетсен Хендрик Фрейман**

Независимый директор<sup>8</sup>.

Председатель Совета директоров с 2004 г.

Член Совета директоров с 2000 г.

Родился в 1945 г.

Образование: Wharton Business School (Philadelphia), MBA, University of Amsterdam, Doctor of Business Econometrics.

Управляющий директор Corpeq B.V.

Член советов директоров Dr. Scheller Cosmetics AG и ООО «КИТ – Кэпитал» (Екатеринбург).

<sup>7</sup> Текст Устава и Положения о Совете директоров ОАО Концерн «Калина» размещен на интернет-сайте Концерн по адресу [www.kalina.org](http://www.kalina.org).

<sup>8</sup> Оба независимых члена Совета директоров соответствуют критериям независимости, закрепленным в Кодексе корпоративного управления и Положении о Совете директоров ОАО Концерн «Калина», размещенным на интернет-сайте Концерн по адресу [www.kalina.org](http://www.kalina.org).



Йохан Гриетсен Хендрик Фрейман



Марк Алан Буш



Николай Аркадьевич Геллер



Тимур Рафкатович Горяев



Александр Юрьевич Петров



Райнхольд Шленсок

#### **Марк Алан Буш**

Независимый директор.

Член Совета директоров с 2005 г.

Родился в 1964 г.

Образование: New York University Stern Business School, MBA, BS Accountancy, Certified Information Systems Auditor.

Исполнительный директор ООО «КИТ – Кэпитал» (Екатеринбург).

#### **Николай Аркадьевич Геллер**

Член Совета директоров с 2000 г.

Родился в 1966 г.

Образование: New York University Stern Business School, MBA, Свердловский Медицинский Институт, врач-психиатр.

Директор по развитию ОАО Концерн «Калина».



Каспер Хейстейг

**Тимур Рафкатович Горяев**

Член Совета директоров с 2000 г.  
Родился в 1967 г.  
Образование: New York University Stern Business School, MBA, Свердловский Юридический Институт, юрист.  
Генеральный директор ОАО Концерн «КАЛИНА».  
Член Совета директоров ООО «КИТ – Кэпитал» (Екатеринбург).

**Александр Юрьевич Петров**

Член Совета директоров с 2000 г.  
Родился в 1973 г.  
Образование: The University of Chicago Graduate School of Business, MBA, Уральский Государственный Университет, математика.  
Директор по экономике и финансам ОАО Концерн «Калина».

**Райнхольд Шленсок**

Член Совета директоров с 2004 г.  
Родился в 1962 г.  
Образование: College of Technology, MBA.  
Член Правления Dr. Scheller Cosmetics AG.

**Каспер Хейстейг**

Член Совета директоров с 2002 г. (2002–2003, 2004–2005 гг.).  
Родился в 1970 г.  
Образование: Amsterdam University, Magister of Enterprise Economics.  
Глава представительства Eagle Venture Partners B.V. в Москве (2004 – 2005).

Члены Совета директоров не имеют родственных связей с лицами, входящими в состав органов управления и (или) органов контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Концернa.

**Изменения в составе Совета директоров в 2005 г.**

Решением годового общего собрания акционеров, прошедшего 20.04.2005 г., прекращены полномочия Яна Дэвайнгаэрта в качестве члена Совета директоров Концернa.

В Совет директоров избран Марк Алан Буш.

**Ян Дэвайнгаэрт**

Член Совета директоров в 2002 – 2003, 2004 – 2005 гг.  
Родился в 1959 г.  
Образование: Katholieke Universiteit Leuven, Degree in Civil Engineering, Degree in Industrial Policy.  
Управляющий директор Eagle Venture Partners B.V., GIMV Czech Partners.  
Член советов директоров ряда российских компаний.

**Владение членами Совета директоров акциями ОАО Концерн «Калина» в течение 2005 г.**

	Доля принадлежащих обыкновенных акций	
	на 01.01.2005 г.	на 31.12.2005 г.
Йохан Гриетсен Хендрик Фрейман	-	-
Марк Алан Буш	-	-
Николай Аркадьевич Геллер	0,46%	0,46%
Ян Дэвайнгаэрт	-	-
Тимур Рафкатович Горяев	50,18%	30,003%
Александр Юрьевич Петров	0,38%	0,38%
Райнхольд Шленсок	-	-
Каспер Хейстейг	-	-

**Вознаграждение членам Совета директоров**

Критерии определения, размер, порядок и сроки выплаты вознаграждения членам Совета директоров Концернa за исполнение ими своих обязанностей и компенсации расходов, связанных с исполнением ими функций членов Совета директоров, в 2005 году установлены Положением о вознаграждении членов Совета директоров ОАО Концерн «Калина»<sup>9</sup>.

Независимые члены Совета директоров имеют право на возмещение расходов, связанных с исполнением ими своих обязанностей, в размере 1 тыс. долларов США за каждое заседание Совета директоров с их участием, а также на возмещение всех организационных расходов. Председатель Совета директоров имеет право на возмещение расходов, связанных с выполнением обязанностей Председателя Совета директоров и достижением поставленных Советом директоров целей, в размере до 200 тыс. долларов США в год.

Членам Совета директоров Общества, помимо независимых директоров, вознаграждение по итогам года не выплачивается и компенсация расходов не осуществляется.

В 2005 году независимым членам Совета директоров выплачена компенсация расходов, связанных с выполнением ими функций членов Совета директоров, в размере 1 915 589,86 рублей.

<sup>9</sup> Текст Положения о вознаграждении членов Совете директоров ОАО Концерн «Калина» размещен на интернет-сайте Концернa по адресу [www.kalina.org](http://www.kalina.org).

## Исполнительное руководство

Генеральный директор Концерна «Калина» совместно с командой опытных профессиональных менеджеров, нацеленных на активное развитие Концерна, осуществляет руководство его текущей деятельностью.

Генеральный директор избирается Советом директоров сроком на пять лет и подотчетен ему. Генеральный директор не реже одного раза в год представляет отчет о своей работе Совету директоров.

Профессионализм и высокая квалификация исполнительного руководства Концерна «Калина» по праву подтверждается высокими оценками независимых рейтинговых организаций. В 2003 году управленческая команда Концерна «Калина» была признана одной из самых профессиональных управленческих команд России и заняла восьмое место в соответствующем рейтинге, публикуемом Ассоциацией менеджеров России. В 2005 году Генеральный директор Концерна Тимур Горяев занял 19-е место в рейтинге «1000 самых профессиональных менеджеров России», директор по экономике и финансам Александр Петров занял 20-е место в рейтинге «200 самых профессиональных финансовых директоров России», директор по развитию Николай Геллер занял 53-е место в рейтинге «200 самых профессиональных директоров по персоналу»<sup>10</sup>.

### **Тимур Рафкатович Горяев**

Генеральный директор с 1996 г.  
Член Совета директоров с 2000 г.  
Родился в 1967 г.

Образование: New York University Stern Business School, MBA,  
Свердловский Юридический Институт, юрист.

### **Николай Аркадьевич Геллер**

Директор по развитию с 1998 г.  
Член Совета директоров с 2000 г.  
Родился в 1966 г.

Образование: New York University Stern Business School, MBA,  
Свердловский Медицинский Институт, врач-психиатр.

### **Юрий Анатольевич Кузьмин**

Директор по общим вопросам с 1996 г.  
Родился в 1966 г.

Образование: Уральский политехнический институт

### **Игорь Валерьевич Кутузов**

Директор по технической политике с 2003 г.  
Родился в 1967 г.

Образование: Московский экономико-статистический институт, экономист  
Уральский политехнический институт, инженер

### **Елена Дмитриевна Петриченко**

Директор по производству с 1999 г.  
Родилась в 1949 г.

Образование: Уральский политехнический институт, инженер



Тимур Рафкатович  
Горяев



Николай Аркадьевич  
Геллер



Юрий Анатольевич  
Кузьмин



Игорь Валерьевич  
Кутузов



Елена Дмитриевна  
Петриченко



Александр Юрьевич  
Петров



Валерий Вадимович  
Чуватин

### **Александр Юрьевич Петров**

Директор по экономике и финансам с 1998 г.  
Член Совета директоров с 2000 г.

Родился в 1973 г.

Образование: The University of Chicago Graduate School of Business, MBA,  
Уральский Государственный Университет, компьютерная математика.

### **Валерий Вадимович Чуватин**

Заместитель генерального директора по торговой политике с 1997 г.  
Родился в 1967 г.

Образование: Свердловский педагогический институт, педагог

Генеральный директор и высший менеджмент Концерна не имеют родственных связей с лицами, входящими в состав органов управления и (или) органов контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Концерна.

<sup>10</sup> Рейтинги составлены Ассоциацией менеджеров России.

**Владение исполнительным руководством акциями Концерна в течение 2005 г.**

	Доля принадлежащих обыкновенных акций	
	на 01.01.2005 г.	на 31.12.2005 г.
Тимур Рафкатович Горяев	50,18%	30,003%
Николай Аркадьевич Геллер	0,46%	0,46%
Юрий Анатольевич Кузьмин	0,18%	0,18%
Игорь Валерьевич Кутузов	-	-
Елена Дмитриевна Петриченко	0,47%	0,47%
Александр Юрьевич Петров	0,38%	0,38%
Валерий Вадимович Чуватин	0,18%	0,18%

**Вознаграждение Генерального директора**

Генеральному директору ОАО Концерн «Калина» выплачивается вознаграждение, размер которого зависит от результатов деятельности Концерна.

В 2005 году размер вознаграждения Генерального директора составил 7 666 582,37 рублей.

**Управление рисками**

Деятельность Концерна «Калина» подвержена влиянию различных рисков, связанных с событиями в экономике и политике России, с отраслевыми событиями, с деятельностью самого Концерна.

Регулярно осуществляемые Концерном «Калина» мониторинг рисков, оценка их возможного воздействия на результаты деятельности Компании и управление рисками направлены на минимизацию негативного влияния в случае наступления соответствующего неблагоприятного события. Совет директоров Концерна осуществляет контроль за созданием эффективной системы управления рисками.

**Отраслевые риски**

В настоящее время не прогнозируются экономических спадов, способных привести к снижению оборотов Концерна «Калина» и оказать влияние на его доходы. Концерн располагает всеми возможностями для уменьшения значения в его деятельности неблагоприятных событий в экономике России, не спрогнозированных Концерном заранее.

В последние годы была достигнута значительная диверсификация рынков сбыта продукции Концерна. В настоящее время 60% от общего объема продукции реализуется на территории Российской Федерации, 22% – на территории европейских стран и 18% – на

территории других стран, в том числе стран СНГ. Таким образом, для Концерна «Калина» не характерна преобладающая зависимость от внешнего или внутреннего рынка.

Концерн «Калина» зависит от сторонних поставщиков в снабжении сырьем, а также элементами упаковки для ряда основных видов продукции, в особенности от производственных мощностей некоторых поставщиков в поставках особых элементов упаковки, заказанных им по специальным образцам, а также от поставки определенных видов сырья безальтернативными поставщиками. Политика Концерна «Калина» направлена на диверсификацию источников сырья. К началу 2006 года только один поставщик Концерна (ЗАО «Каргилл») занимает более 10% от общего объема сырьевых поставок, осуществляемых на производство. Концерн производит существенные инвестиции в инновационные разработки, позволяющие, в том числе, отыскивать альтернативные аналоги тех или иных сырьевых компонентов, а также ищет пути стандартизации компонентов продукции и унификации упаковки, что позволяет, в свою очередь, снизить зависимость (в том числе ценовую) от определенных поставщиков сырья.

В целом снижение цен на продукцию Концерна может отразиться на общем объеме прибыли, получаемой Концерном. Однако, часть продукции Концерна является продукцией массового потребления и входит в корзину товаров первой необходимости. Это означает, что вне зависимости от экономической ситуации продукция Концерна в той или иной степени будет востребована, а диверсификация выпускаемой продукции по многим сегментам рынка будет способствовать балансированию финансовых потоков за счет перераспределения объемов выпуска продукции между различными видами продукции.

**Страновые и региональные риски**

По прогнозам Концерна «Калина» в настоящее время риски возникновения политической нестабильности в России, которая может оказать отрицательное влияние на ценность инвестиций в России, а также на стоимость акций Концерна, невелики.

Вследствие относительно равномерного распределения сбыта продукции по регионам Российской Федерации и диверсификации рынков ее сбыта риски, связанные с географическим положением страны и особенностями ее регионов, в ближайшем будущем не окажут значительного негативного влияния на результаты деятельности Концерна.

**Финансовые риски**

Значительная часть внешнего рынка продукции Концерна приходится на европейские страны, что означает поступление большей части выручки от продажи продукции за рубежом в иностранной валюте (евро). Таким образом, изменение курса рубля по отношению к евро может привести к повышению издержек Концерна, снижению стоимости выраженных в рублях денежных активов, помешать Концерну при выплате долгов или привести к обострению конкуренции с иностранными производителями. В случае значительных неблагоприятных событий в данной сфере и в целях снижения валютных рисков Концерн может перейти на закупку сырья, ранее поставлявшегося иностранными поставщиками, у российских поставщиков аналогичного сырья. Также Концерн расширяет свои продажи в зарубежных странах, усиливая торговую сеть, что позволит увеличить приток валютной выручки.

Ограничения на инвестиции за пределами России, а также на инвестиции в валютные инструменты в России подвергают денежные резервы Концерна риску девальвации. Концерн «Калина» придерживается активной политики управления активами. Концерн не стремится поддерживать значительный баланс наличности на расчетных счетах, предпочитая вкладывать эти средства в производство и маркетинг.

В целях снижения риска неоплаты полученных товаров или невыполнения условий соглашений с Концерном потребителями его продукции и прочими дебиторами, все потребители продукции Концерна, прежде чем получить возможность покупать продукцию с отсрочкой платежа или заключить дилерское соглашение, проходят несколько этапов, на которых подтверждают свою платежеспособность и приверженность честному ведению бизнеса.

### Правовые риски

Правовые риски в деятельности Концерна «Калина», связанные с возможностями пересмотра решений о приватизации в отношении компаний, доли в собственности которых принадлежат Концерну, или принятием решений органов государственной власти в отношении пересмотра решений Концерна по приобретению или созданию других компаний, с точки зрения Концерна, незначительны.

Существует неопределенность в отношении возможности продления лицензий ОАО Концерн «Калина», срок действия которых истекает в различное время в диапазоне 2007 – 2024 гг. и может быть продлен после подачи заявления в соответствующие лицензирующие органы. Однако, практика прохождения процедуры лицензирования, начиная с 1992 г., свидетельствует об отсутствии у Концерна каких-либо препятствий к получению соответствующих лицензий.

### Риски, связанные с деятельностью Концерна

Рынки, на которых Концерн работает, отличаются высокой степенью конкуренции и подвержены скоротечным изменениям потребительских предпочтений и отраслевых тенденций. Концерн «Калина» планирует принимать оперативные меры в случае дальнейшего обострения конкуренции, что позволит предотвратить неблагоприятное влияние данного фактора на результаты его операционной деятельности.

Зависимость от дилеров и оптовых покупателей при дистрибуции его продукции может привести к снижению оборота и понижению конкурентоспособности Концерна. Вместе с тем, Концерн ожидает, что продажи дилерам и независимым дистрибьюторам по-прежнему будут составлять значительную часть его доходов.

Рынок продукции Концерна в значительной степени зависит от узнаваемости бренда и нематериальной стоимости товарных знаков и фирменных наименований. Учитывая важность узнаваемости бренда, Концерн прилагает значительные усилия для защиты своего портфеля прав интеллектуальной собственности, включая регистрацию товарных знаков.

Риски, связанные с текущими судебными процессами, в которых участвует ОАО «Концерн «Калина», оцениваются Концерном как незначительные.

## Акционерный капитал

В соответствии с Уставом ОАО Концерн «Калина» уставный капитал Компании составляет 682 661 770 рублей и состоит из 9 752 311 обыкновенных именных акций номинальной стоимостью 70 рублей каждая.

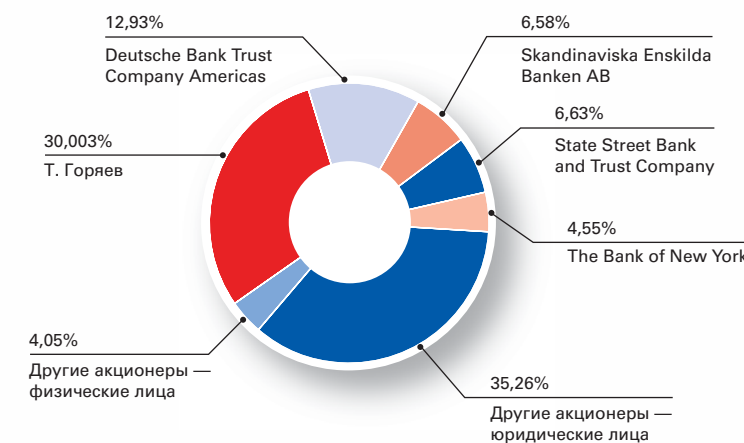
### Крупнейшие акционеры и номинальные держатели

	Доля принадлежащих обыкновенных акций	
	на 01.01.2005 г.	на 31.12.2005 г.
Тимур Рафкатович Горяев	50,18%	30,003%
Европейский банк реконструкции и развития *	11,51%	-
Deutsche Bank Trust Company Americas	6,04%	12,93%
Skandinaviska Enskilda Banken AB **	4,74%	6,58%
State Street Bank and Trust Company **	-	6,63%
The Bank of New York **	2,67%	4,55%
Другие акционеры – юридические лица	20,73%	35,26%
Другие акционеры – физические лица	4,13%	4,05%

\* Вместе со своими инвестиционными фондами GIMV Corpeq Urals Fund и Rabo Black Earth.

\*\* Номинальный держатель.

СТРУКТУРА АКЦИОНЕРНОГО КАПИТАЛА  
ПО СОСТОЯНИЮ НА 31.12.2005 г.



Источник: Концерн «Калина».

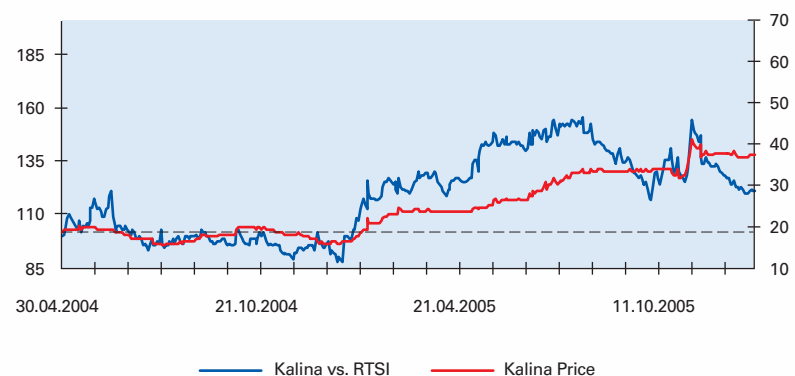
**Повышение инвестиционной привлекательности акций**

На конец 2005 года в свободном обращении находилось около 70% размещенных акций ОАО Концерн «Калина». Акции Концерна включены в котировальный список «Б» Фондовой биржи «РТС» и в Перечень внесписочных ценных бумаг Фондовой биржи ММВБ.

В течение 2004 – 2005 гг. с момента публичного размещения акций Концерна их привлекательность для инвесторов постоянно повышалась. Этому способствовали увеличение количества акций, находящихся в свободном обращении, повышение их ликвидности и другие события.

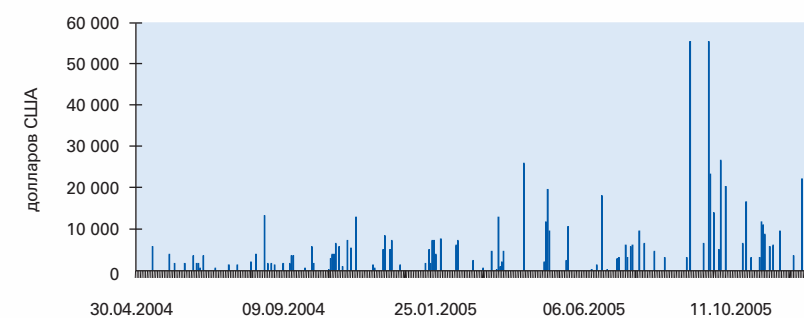
- 2004 год**
  - Первичное публичное размещение дополнительного выпуска акций ОАО Концерн «Калина» на Фондовой бирже ММВБ, в результате которого доля акций Концерна, находящихся в свободном обращении, увеличилась примерно до 33%.
  - Включение акций Концерна в котировальный список «Б» Фондовой биржи «РТС».
- 2005 год**
  - Запуск программы американских депозитарных расписок (ADR) первого уровня на внебиржевом рынке (ОТС) по обыкновенным акциям ОАО Концерн «Калина» при поддержке банка-депозитара Deutsche Bank Trust Company Americas. ADR могут быть выпущены в количестве до 19,99% выпущенных и находящихся в обращении акций Концерна.
  - Увеличение доли акций, находящихся в свободном обращении, за счет продажи Тимуром Горяевым части принадлежащих ему акций Концерна и сокращения его доли в акционерном капитале Концерна до 30,00%.

**РОСТ СТОИМОСТИ АКЦИЙ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»**



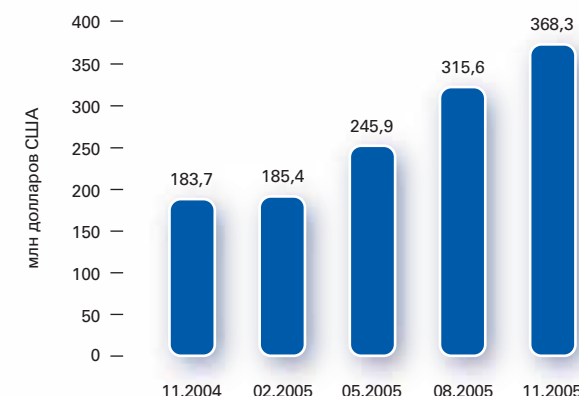
Источник: Фондовая биржа «РТС».

**ОБЪЕМ ТОРГОВ АКЦИЯМИ ОАО КОНЦЕРН «КАЛИНА»**



Источник: Фондовая биржа «РТС».

**РОСТ КАПИТАЛИЗАЦИИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА» В 2005 ГОДУ**



Источник: Фондовая биржа «РТС».

## Облигации

Концерн «Калина» в 2001 – 2002 гг. разместил два выпуска облигаций, общим объемом 620 млн рублей. Оба выпуска были полностью погашены в начале 2004 года.

В настоящее время облигации Концерна на рынке не обращаются. Концерн «Калина» рассматривает возможность размещения в будущем еврооблигаций (Eurobonds) и кредитных нот (CLN).

### Кредитный рейтинг

В марте 2004 года международное рейтинговое агентство Standard & Poor's повысило кредитный рейтинг Концерна «Калина» до уровня «ruBBB+» по российской шкале, что было обусловлено устойчивыми показателями операционной деятельности Концерна, его улучшившимися финансовыми характеристиками и успешным публичным размещением акций Концерна. В марте 2006 года кредитный рейтинг Концерна был повышен до «RuA-».

История повышения кредитного рейтинга Концерна «Калина»	
Март 2006	ruA-
Март 2004	ruBBB+
Ноябрь 2003	ruBBB
Февраль 2003	ruBBB-
Январь 2002	ruBB+
<i>Источник: Standard &amp; Poor's.</i>	

## Дивидендная политика

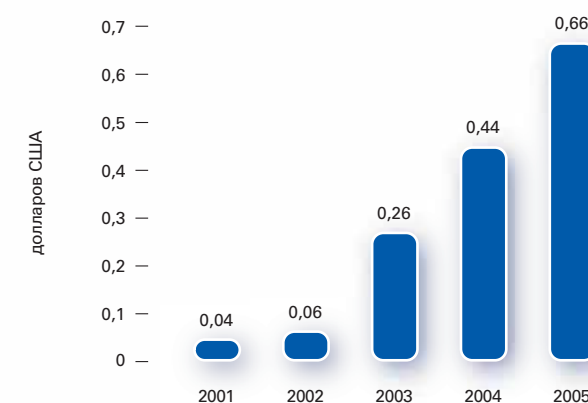
Основной целью дивидендной политики Концерна «Калина» является обеспечение его акционерам определенного уровня доходности дивидендных выплат (до 2-3%). Вместе с тем, при определении размера выплачиваемых дивидендов учитываются потребности Концерна в инвестициях для дальнейшего его развития, за счет чего достигается сбалансированность дивидендной политики.

В 2006 году Концерн планирует закрепить принципы дивидендной политики в отдельном внутреннем документе – Положении о дивидендной политике ОАО Концерн «Калина».

### Дивидендная история

Концерн «Калина» выплачивает дивиденды по обыкновенным акциям по итогам каждого года, начиная с 1992 года. С 2003 года Концерном выплачиваются также дивиденды по итогам шести месяцев каждого года.

ДИНАМИКА РАЗМЕРА ДИВИДЕНДОВ НА ОДНУ АКЦИЮ  
КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



	Совокупный объем дивидендов, млн долларов США	Доля чистой прибыли*, направленная на выплату дивидендов	Дивиденд на одну акцию, долларов США
2000	0,15	2,5%	0,02
2001	0,30	3,4%	0,04
2002	0,53	8,6%	0,06
2003	2,14	18,7%	0,26
2004	4,29	22,9%	0,44
2005	6,44	27,8%	0,66

\* Чистая прибыль, рассчитанная в соответствии с US GAAP в 2000–2003 гг. и в соответствии с IFRS в 2004–2005 гг.

## Информационная прозрачность

Своевременное и достоверное раскрытие информации является одним из основных принципов корпоративного управления Концерна «Калина».

Концерн «Калина» рассматривает информационную прозрачность как важное средство повышения доверия со стороны акционеров и инвестиционной привлекательности и прилагает усилия к неуклонному повышению качества раскрываемой информации.

Информационная политика Концерна имеет целью предоставить акционерам и иным заинтересованным сторонам легкий и ничем не обусловленный доступ к информации о Концерне. основополагающими принципами информационной политики Концерна являются неукоснительное соблюдение требований законодательства Российской Федерации в области раскрытия информации и раскрытие всей существенной информации о Концерне за предыдущие периоды.

Концерн раскрывает информацию посредством различных каналов. В соответствии с требованиями российского законодательства и его внутренних документов, Концерн предоставляет информацию (документы) по запросу акционеров, раскрывает информацию в российских и зарубежных средствах массовой информации, путем выступлений на конференциях и иных общественных мероприятиях, в форме пресс-релизов, ответов на письменные запросы заинтересованных сторон. Концерн публикует подробный годовой отчет и готовит другие существенные документы, такие как проспекты ценных бумаг, ежеквартальные отчеты, сообщения о существенных фактах и т.д.

Концерн рассматривает раскрытие информации на своем интернет-сайте, находящемся по адресу [www.kalina.org](http://www.kalina.org), как наименее дорогостоящий и наиболее доступный большинству акционеров и иным заинтересованным сторонам способ раскрытия информации о Концерне. На интернет-сайте Концерна размещается точная и регулярно обновляемая информация о финансовых и нефинансовых результатах деятельности Концерна, его практике корпоративного управления и другая существенная информация.

Концерн принимает меры к защите конфиденциальной информации. Любая информация, полученная членами органов управления, высшим исполнительным руководством и иными работниками Концерна, не может использоваться ими в личных интересах или интересах третьих лиц.



## ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ

### Анализ результатов деятельности и комментарии менеджмента

Целью данного раздела является представление финансовых результатов деятельности и анализа финансового состояния Концерна «Калина», а также соответствующих комментариев менеджмента Компании. Вся информация поделена на следующие подразделы:

- Краткий обзор бизнеса Компании
- Консолидированные результаты деятельности
- Существенные принципы учетной политики

Всю информацию, представленную в настоящем разделе, следует интерпретировать в неразрывной связи с информацией, содержащейся в консолидированной финансовой отчетности Компании и примечаниях к ней. Далее по тексту могут быть использованы термины «Компания», «Концерн «Калина», «Концерн», «Калина» и «Мы», которые означают, если прямо не указано иное, ОАО Концерн «Калина» и все компании, в которых ОАО Концерн «Калина» напрямую или через принадлежащие ему компании является контролирующим собственником.

В настоящем разделе термин «доллары США» относится к валюте Соединенных Штатов Америки, термин «рубль» относится к валюте Российской Федерации, термин «евро» относится к валюте стран Европейского Союза.

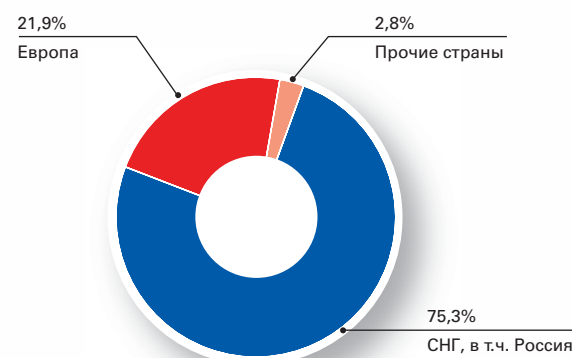
Консолидированная финансовая отчетность ОАО Концерн «Калина» подготовлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (IFRS), что требует от менеджмента Компании выработки оценок и допущений, влияющих на указанные в отчетности суммы активов и обязательств, доходов и расходов, а также на включенные в отчетность пояснения относительно условных активов и обязательств. В связи с погрешностью, присущей таким допущениям и оценкам, фактические результаты, которые будут включены в финансовую отчетность за будущие периоды, могут отличаться от указанных оценок.

#### Краткий обзор бизнеса компании

##### Бизнес

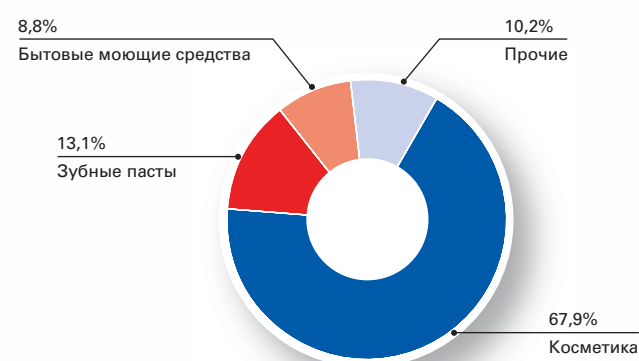
Концерн «Калина» является международной компанией, специализирующейся на производстве средств по уходу за собой (health and personal care products, HPC). Продукция Компании продается более чем в 30 странах мира. Нашими основными рынками сбыта являются рынки России и стран СНГ, Германии, Австрии, Словении и Польши, где в 2005 году было осуществлено более 97% всех продаж Компании. В отчете по сегментам мы выделяем по географическому признаку две основные группы стран: СНГ (включая Россию) и Европа. На диаграмме ниже представлена структура продаж Компании по регионам мира в процентном соотношении.

СТРУКТУРА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
ПО РЕГИОНАМ МИРА В 2005 ГОДУ



Основными товарными категориями, где представлена наша продукция, являются косметика (включая средства по уходу за кожей и волосами, декоративную косметику и косметику для мужчин), средства по уходу за полостью рта и бытовые моющие средства (включая стиральные порошки, хозяйственное и туалетное мыло). На диаграмме ниже представлена структура продаж Компании по основным товарным категориям в 2005 году.

СТРУКТУРА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ В 2005 ГОДУ



Основным каналом сбыта продукции Концерна «Калина» является разветвленная сеть независимых дилеров. Также мы продаем наши продукты через розничные сети, аптеки и оптовым покупателям.

Реализуя стратегические цели дальнейшего укрепления лидирующих позиций на парфюмерно-косметическом рынке России и стран СНГ и создания прочной основы для

превращения Концерна в крупную международную компанию, успешно конкурирующую с иностранными производителями парфюмерии и косметики на зарубежных рынках, мы осуществили в 2005 году ряд действий, которые позволят Компании заложить основу для дальнейшего развития.

Приобретение Концерном в апреле 2005 года контрольного пакета акций немецкой компании Dr.Scheller Cosmetics AG добавило к географическим рынкам сбыта продукции Концерна европейский рынок, обеспечив почти 22% всех продаж в 2005 году.

Дальнейшее развитие дистрибуции и увеличившаяся рекламная поддержка продукции Компании в странах СНГ (исключая Россию) способствовало росту продаж в этом регионе в 2005 году почти на 38% по сравнению с 2004 годом. Самый значительный рост продаж Компании в 2005 году был зафиксирован на Украине и составил около 50% по отношению к 2004 году.

В целом продажи Концерна выросли в 2005 году на 55,6% по сравнению с 2004 годом. Исключая эффект влияния приобретения Dr.Scheller Cosmetics AG, мы можем констатировать более чем 18%-ный органический рост продаж Компании.

#### Стратегические инициативы

В рамках реализации стратегии по созданию и развитию сильных брендов на ключевых рынках и для достижения стратегических задач Концерна (см. раздел «Стратегия развития») в качестве основных стратегических инициатив на ближайшие несколько лет мы определили следующие:

- осуществление значительных инвестиций в приобретение новых и укрепление существующих брендов в наиболее динамично развивающихся, имеющих большой потенциал роста и обладающих высокой маржинальной рентабельностью сегментах парфюмерно-косметического рынка;
- совершенствование систем supply chain Компании, а именно: повышение эффективности процессов снабжения, логистики, производства и дальнейшего развития сети дистрибуции выпускаемой Концерном «Калина» продукции.

#### Выручка от реализации

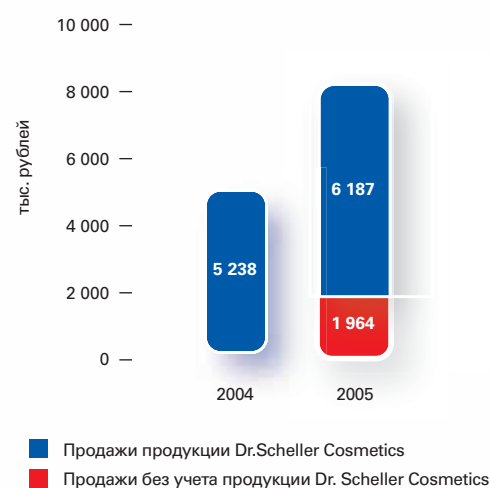
Объем продаж Компании вырос в 2005 году на 55,6% до 8 150 535 тыс. рублей. При этом органический рост продаж (без учета продаж Dr. Scheller Cosmetics AG в Европе и продаж продукции немецкой компании в СНГ) составил в 2005 году 18,1%.

В 2005 году в состав Концерна вошел немецкий производитель косметики Dr. Scheller Cosmetics AG, контрольный пакет акций которого был приобретен в апреле 2005 года. Финансовые результаты Dr. Scheller Cosmetics AG консолидированы в нашей отчетности начиная со второго квартала 2005 года. Это привело к росту продаж Компании на 37,5%.

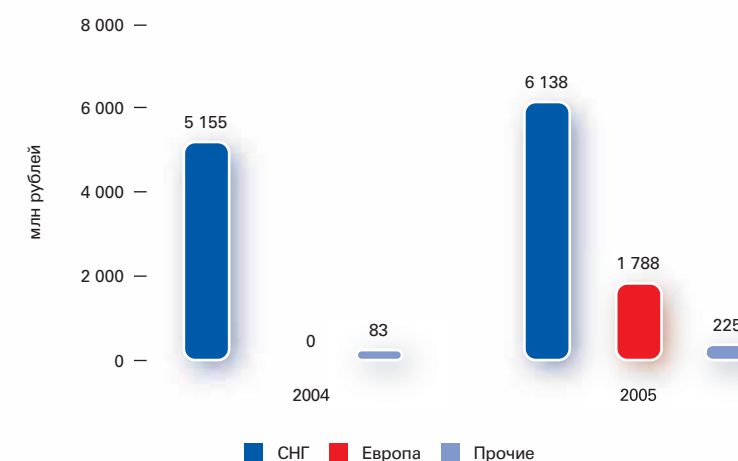
Органический рост продаж Компании был обеспечен как ростом парфюмерно-косметического рынка в России и СНГ (по данным Euromonitor, российский парфюмерно-косметический рынок вырос в 2005 году на 10,9%), так и дальнейшим развитием

Консолидированные результаты деятельности			
Показатели (тыс. рублей, если не указано иное)	2005	2004	Рост 2005/2004
Выручка от реализации, нетто	8 150 535	5 237 636	55,6%
Себестоимость реализованной продукции	(4 336 697)	(2 583 641)	67,9%
Валовая прибыль	3 813 838	2 653 995	43,7%
Коммерческие и общехозяйственные расходы	(2 908 280)	(1 871 900)	55,4%
Операционная прибыль	905 558	782 095	15,8%
Процентные доходы (расходы), нетто	(67 717)	6 308	-
Доходы (убытки) от курсовых разниц	(42 605)	21 602	-
Прочие расходы, нетто	(1 895)	(4 739)	-60,0%
Убытки от прекращенных операций	(39 616)	(44 399)	-10,8%
Чистая прибыль	668 021	530 200	26,0%
Чистая прибыль на одну акцию, рублей	68,5	57,8	18,5%
Валовая рентабельность	46,8%	50,7%	-3,9 п.п.
Коммерческие и общехозяйственные расходы, в % от выручки	35,7%	35,7%	-
Операционная рентабельность	11,1%	14,9%	-3,8 п.п.
Эффективная ставка налога на прибыль	10,8%	28,7%	-17,9 п.п.

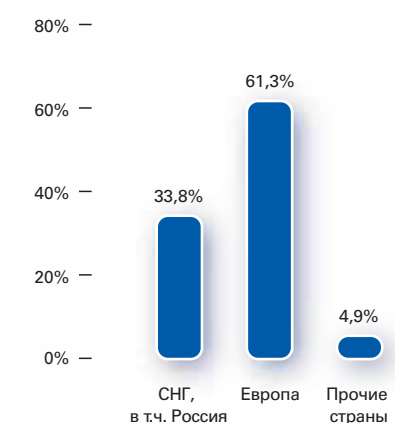
ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



ДИНАМИКА ПРОДАЖ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»  
В 2005 ГОДУ ПО РЕГИОНАМ



СТЕПЕНЬ ВЛИЯНИЯ ПРИРОСТА ПРОДАЖ  
ПО ГЕОГРАФИЧЕСКИМ РЫНКАМ НА ОБЩИЙ РОСТ ПРОДАЖ  
КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



сети дистрибуции Концернa в странах СНГ, увеличением доли брендовой продукции в продажах. Кроме того, существенно выросли продажи Компании в относительно новых для нее сегментах рынка: в сегменте декоративной косметики (на 66,7% без учета продаж продукции Dr. Scheller Cosmetics AG) и в сегменте косметики и парфюмерии для мужчин (на 40,4% в рублевом эквиваленте). Это привело к приросту общих продаж Концернa в 2005 году по сравнению с 2004 годом на 2,5% и 1,4% соответственно.

**Валовая прибыль**

Валовая прибыль Концерна составила в 2005 году 3 813 838 тыс. рублей, увеличившись на 43,7% по сравнению с 2004 годом. Себестоимость продаж составила в 2005 году 4 336 697 тыс. рублей, увеличившись на 67,9% по сравнению с 2004 годом. Маржинальная (валовая) рентабельность снизилась в 2005 году до 46,8% с 50,7% в 2004 году.

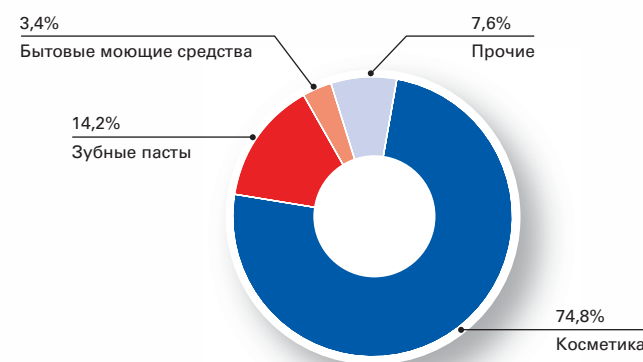
Рост валовой прибыли в 2005 году произошел благодаря влиянию следующих факторов:

- рост продаж Компании в натуральном выражении на 9,7% (без учета продаж Dr. Scheller Cosmetics AG);
- увеличение доли брендовых продуктов в общем объеме продаж с 71,8% в 2004 году до 77,4% в 2005 году (82% с учетом продаж Dr. Scheller Cosmetics AG);
- рост отпускной цены ключевых продуктов Компании – средневзвешенный рост цен на продукцию Компании (без учета продаж Dr. Scheller Cosmetics AG) составил 7,7% в 2005 году.

Снижение маржинальной рентабельности обусловлено, главным образом, более низким уровнем маржинальной рентабельности продаж Компании в Европе (продажи Dr. Scheller Cosmetics AG за период с 2 по 4 кварталы 2005 года) по сравнению с продажами на других географических рынках сбыта. Так, маржинальная рентабельность продаж в 2005 году в Европе составила 44,7%, в то время как маржинальная рентабельность продаж Компании на других географических рынках (в первую очередь, на рынках стран СНГ) составила 47,4%.

Кроме того, в общей сумме продаж продукции Компании значительно выросла доля продаж продукции, произведенной сторонними производителями на контрактной основе (с 2,8% от суммы продаж в 2004 году до 6,3% от суммы продаж в 2005 году). Маржинальная рентабельность продаж такой продукции составила в 2005 году 31,2%, что также способствовало снижению общей маржинальной рентабельности продаж Компании.

ДОЛИ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЙ В МАРЖИНАЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



**Операционная прибыль**

Операционная прибыль Концерна «Калина» составила в 2005 году 905 558 тыс. рублей, увеличившись на 15,8% по сравнению с 2004 годом.

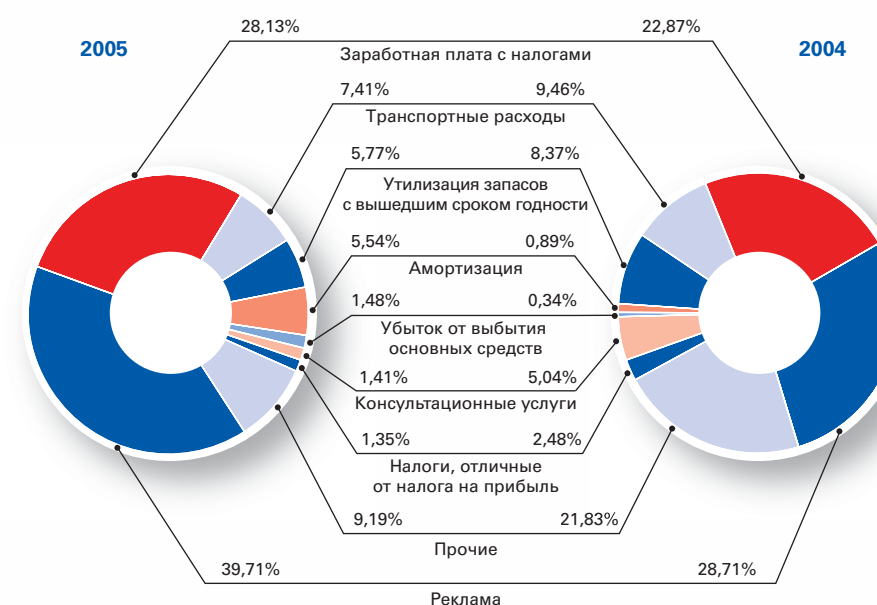
Снижение операционной рентабельности с 14,9% в 2004 году до 11,1% в 2005 году произошло по причинам, аналогичным причинам снижения маржинальной (валовой) рентабельности, описанным выше.

Коммерческие и общехозяйственные расходы составили в 2005 году 2 908 280 тыс. рублей, увеличившись на 55,4% по сравнению с 2004 годом. При этом доля коммерческих и общехозяйственных расходов, выраженных в процентах от выручки, осталась на уровне 2004 года – 35,7%.

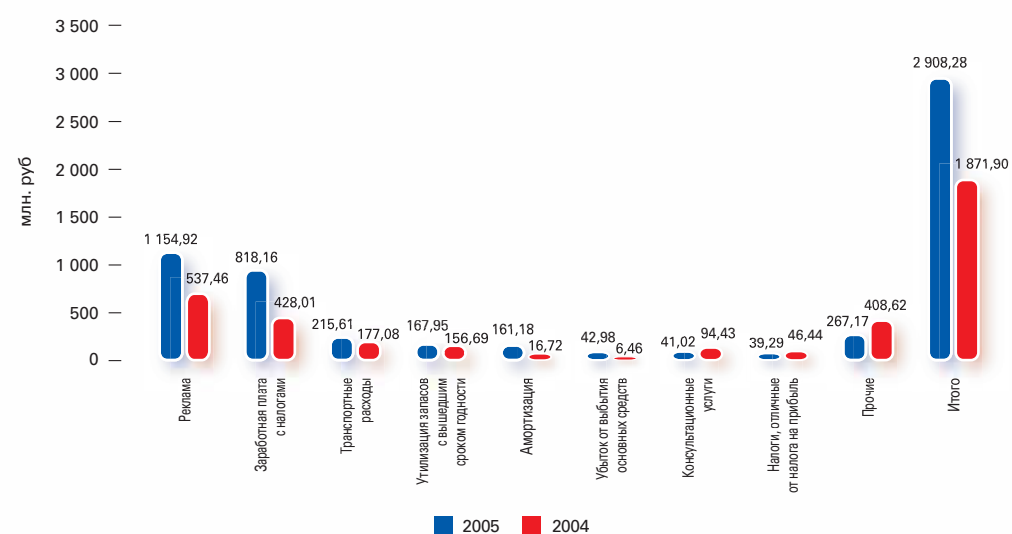
Основными факторами, стимулировавшими увеличение коммерческих и общехозяйственных расходов, были рост расходов на рекламу и объема компенсации, выплачиваемой персоналу Компании.

Расходы на рекламу в 2005 году составили 1 154 923 тыс. рублей, увеличившись на 114,9% по сравнению с 2004 годом. Консолидация финансовых результатов Dr. Scheller Cosmetics AG, рекламная кампания в поддержку продвижения декоративной косметики Компании, а также массированная рекламная кампания в странах СНГ стали главными причинами роста расходов на рекламу. Следует отметить, что стоимость размещения рекламы в странах СНГ существенно ниже (в 4 – 80 раз для разных стран СНГ), чем в России, при более высоких либо сравнимых темпах роста парфюмерно-косметического рынка этих стран.

СТРУКТУРА КОММЕРЧЕСКИХ И ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫХ РАСХОДОВ КОНЦЕРНА «КАЛИНА»



ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ И ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫХ РАСХОДОВ



В 2005 году расходы на персонал увеличились по сравнению с 2004 годом на 91,2% и составили 818 161 тыс. рублей. Рост заработной платы и увеличение численности персонала Компании, занятого в продажах декоративной косметики и взаимодействии с розничными сетями, а также консолидация финансовых результатов Dr. Scheller Cosmetics AG стали главными причинами роста расходов на персонал.

Консолидация финансовых результатов Dr. Scheller Cosmetics AG привела к росту коммерческих и общехозяйственных расходов в 2005 году на 41,8% по сравнению с 2004 годом. Всего коммерческие и общехозяйственные расходы немецкой компании, консолидированные в отчетности Концерна, составили в 2005 году 782 536 тыс. рублей, в том числе расходы на рекламу в размере 312 286 тыс. рублей и расходы на персонал в размере 222 261 тыс. рублей.

**Внереализационные доходы и расходы**

В 2005 году сумма чистых внереализационных расходов Компании составила 112 217 тыс. рублей, в то время как в 2004 году был получен чистый внереализационный доход в размере 23 171 тыс. рублей.

Рост внереализационных расходов связан, во-первых, с увеличением в 2005 году процентных расходов на 2551% по сравнению с 2004 годом. Процентные расходы в 2005 году составили 89 278 тыс. рублей. Причиной роста процентных расходов стали: (1) консолидация в отчетности Компании финансовой задолженности Dr.Scheller Cosmetics AG в размере 489 290 тыс. рублей и процентных расходов по ее обслуживанию; (2) а также увеличение долгосрочной и краткосрочной финансовой задолженности (в том числе по лизинговым операциям Dr. Scheller Cosmetics AG), направленной на финансирование технической модернизации производства и развитие сети дистрибуции (прежде всего, дистрибуции декоративной косметики) в России и странах СНГ.

Во-вторых, к увеличению внереализационных расходов привел рост убытков от курсовых разниц, связанных, главным образом, с укреплением российского рубля по отношению к евро. На начало 2005 года Компанией в соответствии с требованиями Федерального ведомства по надзору за оказанием финансовых услуг Федеративной Республики Германия были зарезервированы средства в размере 27,3 млн евро для обеспечения обязательств Концерна по безотзывному публичному предложению о покупке акций акционерам Dr. Scheller Cosmetics AG. К моменту завершения приобретения акций немецкой компании курс российского рубля по отношению к евро вырос на 4,8%, что привело к убыткам от курсовых разниц в размере 49,3 млн рублей.

**Чистая прибыль**

Чистая прибыль Компании составила в 2005 году 668 021 тыс. рублей, увеличившись на 26,0% по сравнению с 2004 годом. Выраженная в виде процента от объема продаж чистая прибыль в 2005 году составила 8,2% по сравнению с 10,1% в 2004 году. Чистая прибыль в расчете на акцию увеличилась в 2005 году на 18,5% и составила 68,5 рублей на одну акцию Компании.

Эффективная ставка налога на прибыль, выплаченного Компанией, в течение 2005 года снизилась до уровня 10,8% по сравнению с 28,7% в 2004 году. Снижение эффективной ставки налога на прибыль в 2005 году по сравнению с 2004 годом (до 10,8% с 28,7%) объясняется, прежде всего, возникновением отложенных налоговых активов в связи с консолидацией Dr. Scheller Cosmetics AG и ООО «Паллада Украина» и оценкой резерва по сомнительным долгам. Без учета возникновения отложенных налоговых активов, в результате внесения в бухгалтерский учет соответствующих проводок, отражающих вышеуказанные события, эффективная ставка налога на прибыль в 2005 году находилась на уровне 20,3%. Появление прочих крупных отложенных налоговых активов в учете в 2005 году (имеющее результатом снижение эффективной ставки налога на прибыль) объясняется оценкой резерва под обесценение запасов и начислением скидок дилерам за 2005 год, не выплаченных по состоянию на конец отчетного периода (учет этих оценок добавил еще 3,4 процентных пункта к снижению эффективной ставки налога на прибыль).

**Ликвидность и капитал Компании**

В 2005 году основным источником ликвидности Компании были средства, накопленные на начало года (в частности, капитал, привлеченный в результате выпуска акций), доходы от ее основной деятельности (прежде всего, в России и странах СНГ), а также полученные Компанией краткосрочные и долгосрочные кредиты. Компания считает, что денежных потоков от основной деятельности, а также других доступных источников финансирования в обозримом будущем хватит для того, чтобы Компания смогла выполнить свои долгосрочные обязательства, профинансировать программу капиталовложений и расплатиться с поставщиками.

**Движение денежных средств**

Финансовое положение Компании в 2005 и 2004 годах было стабильным. Средства, полученные от основной деятельности, и полученные Компанией краткосрочные и долгосрочные кредиты, а также средства, полученные от размещения дополнительного выпуска акций в 2004 году, были главными источниками финансирования, за счет которых удовлетворялись производственные и инвестиционные потребности

Денежные потоки (тыс. рублей, если не указано иное)	2005	2004
Средства, (израсходованные)/полученные от основной деятельности	(286 611)	662 191
Средства, (израсходованные)/полученные от инвестиционной деятельности	(1 338 700)	(208 679)
Средства, полученные от финансовой деятельности	747 616	453 161
Влияние изменений валютных курсов	(49 256)	(13 657)
Чистое (снижение)/рост денежных средств и их эквивалентов	(926 951)	893 016
Денежные средства и их эквиваленты, на начало периода	1 120 316	227 300
Денежные средства и их эквиваленты, на конец периода	193 365	1 120 316

и осуществлялись платежи по финансовым обязательствам. В течение 2005 года Компания получила отрицательный поток от основной деятельности в размере 286 611 тыс. рублей, в то время как в 2004 году был получен положительный доход от основной деятельности в размере 662 191 тыс. рублей. К получению отрицательного потока от основной деятельностью привело увеличение запасов на 110% и дебиторской задолженности на 206,8% по причинам, подробно описанным в параграфе об оборотном капитале.

На инвестиционную деятельность в 2005 году было направлено 1 338 700 тыс. рублей, в то время как в 2004 году – 208 679 тыс. рублей. Значительный рост инвестиционных расходов связан с приобретением в 2005 году контрольного пакета акций Dr. Scheller Cosmetics AG, а также реализацией программы модернизации производства и строительством двух новых складских комплексов. Так, чистый размер средств (за вычетом денежных средств на балансе Dr. Scheller Cosmetics AG), направленных на покупку немецкой компании, составил 473 309 тыс. рублей. Инвестиции в модернизацию производства и постройку складских комплексов в 2005 году составили 884 343 тыс. рублей.

Денежный поток от финансовой деятельности Компании составил в 2005 году 747 616 тыс. рублей, в то время как в течение 2004 года от финансовой деятельности было получено 453 161 тыс. рублей. Главными источниками этих поступлений в 2005 году были краткосрочные и долгосрочные займы.

#### Оборотный капитал

Размер оборотных средств Компании, рассчитанный как сумма запасов, дебиторской задолженности, авансов выданных и денежных средств минус краткосрочная кредиторская задолженность перед третьими лицами, составил на конец 2005 года 3 051 564 тыс. рублей. На конец 2004 года размер оборотных средств составлял 2 523 467 тыс. рублей. Соотношение текущих активов и текущих пассивов в 2005 году составило 1,6, в то время как в 2004 году это соотношение составляло 3,5.

Средняя оборачиваемость запасов сырья в 2005 году снизилась и составила 94 дня (в 2004 году этот показатель составлял 104 дня). Оборачиваемость запасов готовой продукции увеличилась и составила в 2005 году 61 день (в 2004 году этот показатель

составлял 37 дней). Оборачиваемость дебиторской задолженности в 2005 году составила 50 дней (в 2004 году этот показатель составлял 26 дней).

В целом, в 2005 году по сравнению с 2004 годом запасы выросли на 110%, а дебиторская задолженность – на 206,8%, что было обусловлено следующими факторами:

- увеличением объемов продаж (без учета продаж Dr. Scheller Cosmetics AG): по нашим оценкам влияние этого фактора привело в 2005 году к росту запасов на 19,3% и росту дебиторской задолженности на 20% по сравнению с 2004 годом;
- консолидацией результатов компании Dr. Scheller Cosmetics AG, что привело к увеличению в 2005 году запасов на 31% и дебиторской задолженности на 84,3% по сравнению с 2004 годом;
- началом продаж в 2005 году декоративной косметики на рынках России и других стран СНГ, что в связи с необходимостью охвата максимального количества розничных точек привело к росту запасов и дебиторской задолженности.

#### Капиталовложения

Капиталовложения (за исключением приобретений) составили в 2005 году 884 343 тыс. рублей, в то время как в 2004 году этот показатель составлял 104 368 тыс. рублей. Рост капиталовложений связан с осуществлением технической модернизации производства, на которую в 2005 году было направлено 531 784 тыс. рублей. Кроме того, 291 350 тыс. рублей были вложены в строительство двух новых складских комплексов, призванных повысить уровень автоматизации и эффективность логистических процессов.

Предполагается, что программа инвестирования сохранится на уровне, достаточном для того, чтобы покрыть стратегические и производственные потребности Компании. В ближайший год на эти цели планируется направить около 100 000 тыс. рублей.

#### Задолженность

Общая сумма задолженности, включая краткосрочные обязательства, в течение 2005 года увеличилась до 4 218 632 тыс. рублей, в то время как в 2004 году этот показатель составлял 1 493 779 тыс. рублей.

Основными факторами роста задолженности стали консолидация задолженности компании Dr. Scheller Cosmetics AG в размере 1 426 311 тыс. рублей и рост задолженности по краткосрочным и долгосрочным кредитам, которая (исключая соответствующую задолженность компании Dr. Scheller Cosmetics AG) составила на конец 2005 года 1 475 706 тыс. рублей.

#### Приобретения

В апреле 2005 года Компания завершила приобретение контрольного пакета акций немецкого производителя косметики Dr. Scheller Cosmetics AG. В результате публичного предложения о покупке акций акционерам Dr. Scheller Cosmetics и исполнения опционного соглашения с Доктором Ульрихом Шеллером (Dr. Ulrich

Scheller) было приобретено 3 795 740 акций немецкой компании, что составляет 58,396% от ее уставного капитала. Всего на приобретение акций было потрачено 609 428 тыс. рублей.

#### Качественная и количественная информация о рыночных рисках

Помимо рисков, связанных с основной деятельностью Компании, она также подвержена финансовым, рыночным, политическим и экономическим рискам. Далее приведена информация, касающаяся рисков, связанных с колебаниями валютных курсов, инфляцией и конкуренцией.

##### ● Инфляция и иностранная валюта

Поскольку основные затраты Компания несет в российских рублях, на расходах сказывается повышение цен в России. В 2005 году инфляция превысила уровень девальвации, связанной с реальным усилением российского рубля по отношению к доллару США. В результате произошел некоторый рост затрат Компании, обусловленный инфляцией. В основном, выросли затраты, связанные с зарплатой, а также затраты, связанные с услугами сторонних организаций. В то же время Компания понесла меньшие издержки при покупке импортного сырья. Компания сумела эффективно повысить цены на свою продукцию, чтобы компенсировать подобное увеличение издержек. В будущем высокие темпы инфляции в России, по сравнению с реальной девальвацией, могут отрицательно сказаться на показателях работы, поскольку конкуренция может не позволить Компании повышать цену на свою продукцию, чтобы компенсировать увеличение себестоимости.

##### ● Конкуренция

Концерн «Калина» конкурирует со многими крупными отечественными и зарубежными производителями по всему товарному ассортименту. Некоторые из таких конкурентов – это более крупные по сравнению с Компанией предприятия, с более широким товарным ассортиментом. Важными факторами конкуренции являются цена, качество продукта и обновление ассортимента. Компания стремится удержать свое положение на рынке за счет обновления ассортимента продукции и обеспечения массовой рекламной поддержки.

##### ● Управление риском ликвидности

Риском ликвидности является риск невозможности вовремя оплачивать счета и покрывать необходимые издержки. Факторы, обуславливающие данный риск, связаны с нарушением функционирования рынка ценных бумаг или с общим дефицитом финансирования. Для управления риском ликвидности и максимального нивелирования его действия Компания привлекает различные источники финансирования. Она имеет выделенные кредитные линии в банках, чтобы обеспечить долгосрочное кредитование, необходимое для осуществления производственной деятельности.

#### Принципы учетной политики

Для ведения бухгалтерской отчетности Компании требуется применение определенных принципов бухгалтерского учета. Принципы учетной политики, представленные в примечаниях 3 и 26 к финансовой отчетности Компании, по мнению руководства компании, являются ключевыми для понимания финансовой отчетности компании.

В отношении всех этих принципов руководство предупреждает, что ход последующих событий редко развивается в точном соответствии с прогнозом. По установившейся практике даже самые лучшие прогнозы нуждаются в корректировке.

##### ● Основа для представления отчетности

Консолидированная финансовая отчетность Компании впервые подготовлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности («МСФО») в 2005 г. (в 2000-2004 гг. консолидированная финансовая отчетность Концерна готовилась в соответствии с Общепринятыми принципами бухгалтерской отчетности США). Датой перехода Компании на МСФО для целей стандарта «Первое применение Международных стандартов финансовой отчетности» (МСФО 1) считается 1 января 2004 года. Понятие МСФО включает стандарты и интерпретации, утвержденные Комитетом по Международным стандартам финансовой отчетности («КМСФО»), в том числе Международные стандарты бухгалтерского учета («МСБУ»), и интерпретации, опубликованные Комитетом по интерпретациям Международных стандартов финансовой отчетности («КИМСФО») КМСФО. В Примечании 26 к консолидированной финансовой отчетности Компании приведены существенные корректировки к балансу, сделанные Компанией в процессе перехода на МСФО.

##### ● Функциональная валюта и валюта представления

Денежной единицей, используемой Компанией в качестве функциональной валюты, является российский рубль (руб.). Российские рубли также используются в качестве валюты представления финансовой отчетности Компании.



ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ  
ОБЩЕСТВО КОНЦЕРН «КАЛИНА»  
И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Заключение независимых аудиторов

**Консолидированная финансовая отчетность**  
Год, закончившийся 31 декабря 2005 года

СОДЕРЖАНИЕ

Заявление руководства об ответственности за подготовку и утверждение консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2005 года	76
Заключение независимых аудиторов	77
Консолидированная финансовая отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2005 года:	
Консолидированный бухгалтерский баланс	78
Консолидированный отчет о прибылях и убытках	79
Консолидированный отчет об изменениях в собственном капитале	80
Консолидированный отчет о движении денежных средств	81
Комментарии к консолидированной финансовой отчетности	82

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО КОНЦЕРН «КАЛИНА»  
И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

## Заявление руководства об ответственности за подготовку и утверждение консолидированной финансовой отчетности за год, закончившийся 31 декабря 2005 года

Нижеследующее заявление, которое должно рассматриваться совместно с описанием обязанностей аудиторов, содержащимся в представленном на странице 2 заключении независимых аудиторов, сделано с целью разграничения ответственности аудиторов и руководства в отношении консолидированной финансовой отчетности Открытого акционерного общества Концерн «Калина» и дочерних предприятий («Группа»).

Руководство Группы отвечает за подготовку консолидированной финансовой отчетности, достоверно отражающей во всех существенных аспектах финансовое положение Группы по состоянию на 31 декабря 2005 года, а также результаты ее деятельности, движение денежных средств и изменения в собственном капитале за год, закончившийся на эту дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности («МСФО»).

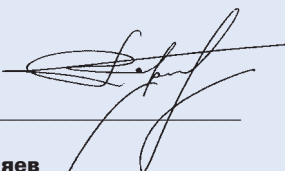
При подготовке консолидированной финансовой отчетности руководство несет ответственность за:

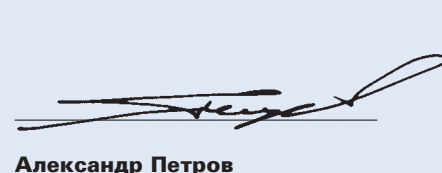
- 1) выбор надлежащих принципов бухгалтерского учета и их последовательное применение;
- 2) применение обоснованных оценок и расчетов;
- 3) соблюдение соответствующих Международных стандартов финансовой отчетности и раскрытие всех существенных отклонений в примечаниях к консолидированной финансовой отчетности;
- 4) подготовку консолидированной финансовой отчетности исходя из допущения, что Группа будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем, за исключением случаев, когда такое допущение неправомерно.

Руководство также несет ответственность за:

- 5) разработку, внедрение и обеспечение функционирования эффективной и надежной системы внутреннего контроля на всех предприятиях Группы;
- 6) поддержание системы бухгалтерского учета, позволяющей в любой момент подготовить с достаточной степенью точности информацию о финансовом положении Группы и обеспечить соответствие консолидированной финансовой отчетности требованиям МСФО;
- 7) ведение бухгалтерского учета в соответствии с законодательством и стандартами бухгалтерского учета Российской Федерации;
- 8) принятие мер для обеспечения сохранности активов Группы;
- 9) выявление и предотвращение фактов мошенничества и прочих злоупотреблений.

Консолидированную финансовую отчетность за год, закончившийся 31 декабря 2005 года, утвердили 31 марта 2006 года:

  
Тимур Горяев  
Генеральный директор

  
Александр Петров  
Директор по экономике и финансам

# Deloitte.

ЗАО «Делойт и Туш СНГ»  
2, Деловой центр «Моховая».

Воздвиженка, д. 4/7, стр. 2  
Москва, 125009 РФ  
Тел.: +7 (495) 787 0600  
Факс: +7 (495) 787 0601  
www.deloitte.ru

## Независимое аудиторское заключение

Акционерам ОАО Концерн «Калина»:

Мы провели аудит прилагаемого консолидированного баланса ОАО Концерн «Калина» и дочерних предприятий (далее совместно именуемые – «Группа») по состоянию на 31 декабря 2005 года, а также консолидированного отчета о прибылях и убытках, изменениях в собственном капитале и движении денежных средств за год, закончившийся на эту дату (далее – «финансовая отчетность»). Ответственность за подготовку и достоверность финансовой отчетности несет руководство Группы. Наша обязанность заключается в том, чтобы высказать мнение о достоверности указанной финансовой отчетности на основании проведенного аудита.

Мы провели аудит в соответствии с Международными стандартами аудита. В соответствии с этими стандартами аудит планируется и проводится таким образом, чтобы получить достаточную уверенность в том, что финансовая отчетность не содержит существенных искажений. Аудит включал проверку на выборочной основе документальных подтверждений сумм и пояснений к финансовой отчетности, а также оценку используемых принципов бухгалтерского учета, значительных допущений, сделанных руководством, и общего представления финансовой отчетности. Мы полагаем, что проведенный аудит дает достаточные основания для того, чтобы высказать мнение о прилагаемой отчетности.

Основываясь на проведенной нами аудиторской проверке, мы считаем, что прилагаемая консолидированная финансовая отчетность достоверно отражает во всех существенных аспектах консолидированное финансовое положение Группы по состоянию на 31 декабря 2005 года, а также финансовые результаты и движение денежных средств за год, закончившийся на эту дату, в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности.

*Deloitte & Touche*

31 марта 2006 года

ОАО КОНЦЕРН «КАЛИНА» И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

**КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ БАЛАНС  
НА 31 ДЕКАБРЯ 2005 ГОДА  
(тыс. руб.)**

	Прим.	2005	2004
		тыс. руб.	тыс. руб.
<b>АКТИВЫ</b>			
<b>ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ:</b>			
Гудвилл (деловая репутация)	10	71,062	-
Прочие нематериальные активы	11	363,646	12,561
Основные средства, нетто	12	2,692,380	852,380
Долгосрочные финансовые вложения	13	69,158	79,420
Отложенные налоговые активы	7	121,830	47,370
<b>ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ:</b>			
Товарно-материальные запасы, нетто	14	2,410,314	1,148,120
Дебиторская задолженность по основной деятельности, нетто	15	1,125,336	366,847
Налоги к возмещению	16	515,997	315,628
Авансы поставщикам и расходы будущих периодов, нетто	17	323,964	446,197
Прочая дебиторская задолженность	15	84,568	32,966
Краткосрочные инвестиции		2,860	2,923
Денежные средства и их эквиваленты	18	193,365	1,120,316
АКТИВЫ, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ ПРОДАЖИ	8	143,991	166,533
<b>ИТОГО АКТИВЫ</b>		<b>8,118,471</b>	<b>4,591,261</b>
<b>СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
<b>АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ:</b>			
Акционерный капитал	23	851,843	851,843
Добавочный капитал	23	661,378	661,378
Резерв курсовых разниц		(49,588)	-
Нераспределенная прибыль		2,090,633	1,584,261
Собственный капитал акционеров материнской компании		3,554,266	3,097,482
Доля миноритарных акционеров		345,573	-
Итого собственный капитал		3,899,839	3,097,482
<b>ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА:</b>			
Долгосрочные кредиты банков	19	472,853	217,530
Пенсионные обязательства	20	173,694	-
Долгосрочные обязательства по финансовой аренде	19	35,894	1,009
Отложенные налоговые обязательства	7	306,667	55,719
<b>ТЕКУЩИЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА:</b>			
Кредиторская задолженность по основной деятельности перед третьими сторонами		1,001,415	558,013
Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы	21	520,112	78,330
Налоги к уплате	16	103,480	126,548
Краткосрочные обязательства по финансовой аренде	22	34,269	7,306
Краткосрочные кредиты банков	22	1,246,079	133,081
ОБЯЗАТЕЛЬСТВА, ПРЕДНАЗНАЧЕННЫЕ ДЛЯ ПРОДАЖИ	8	324,169	316,243
<b>ИТОГО СОБСТВЕННЫЙ КАПИТАЛ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>		<b>8,118,471</b>	<b>4,591,261</b>

Примечания на стр. 8–32 являются неотъемлемой частью данной консолидированной финансовой отчетности.

ОАО КОНЦЕРН «КАЛИНА» И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

**КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ  
ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2005 ГОДА  
(тыс. руб.)**

	Прим.	2005	2004
		тыс. руб.	тыс. руб.
ВЫРУЧКА	4	8,150,535	5,237,636
СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ		(4,336,697)	(2,583,641)
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ		3,813,838	2,653,995
Коммерческие и административные расходы	5	(2,908,280)	(1,871,900)
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ		905,558	782,095
(Расходы)/доходы по финансовым операциям, нетто	6	(67,717)	6,308
Прочие расходы		(1,895)	(4,739)
(Убыток)/прибыль от курсовых разниц		(42,605)	21,602
ПРИБЫЛЬ ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ДОЛИ МИНОРИТАРНЫХ АКЦИОНЕРОВ		793,341	805,266
НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ	7	(85,704)	(230,667)
ОПЕРАЦИОННАЯ ПРИБЫЛЬ ОТ ПРОДОЛЖАЕМОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		707,637	574,599
Убыток за период от прекращаемой деятельности	8	(39,616)	(44,399)
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ		668,021	530,200
Относящаяся к:			
Акционерам материнской компании		650,610	530,200
Миноритарным акционерам		17,411	-
		<b>668,021</b>	<b>530,200</b>

Прибыль, приходящаяся на одну акцию	Прим.	2005	2004
		Руб.	Руб.
<b>От продолжаемой деятельности</b>			
Базовая и разводненная	9	73	63
<b>От продолжаемой и прекращаемой деятельности</b>			
Базовая и разводненная	9	68	58

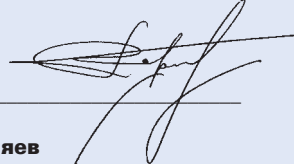
Примечания на стр. 8–32 являются неотъемлемой частью данной консолидированной финансовой отчетности.

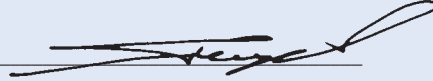
ОАО КОНЦЕРН «КАЛИНА» И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

**КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В СОБСТВЕННОМ КАПИТАЛЕ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2005 ГОДА (тыс. руб.)**

	Акционерный капитал	Добавочный капитал	Резерв курсовых разниц	Нераспределенная прибыль	Итого собственный капитал
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Остаток на 31 декабря 2003 года</b>	<b>754,724</b>	-	-	<b>1,136,639</b>	<b>1,891,363</b>
Чистая прибыль	-	-	-	530,200	530,200
Выпуск новых акций	97,119	661,378	-	-	758,497
Объявленные дивиденды	-	-	-	(82,578)	(82,578)
<b>Остаток на 31 декабря 2004 года</b>	<b>851,843</b>	<b>661,378</b>	-	<b>1,584,261</b>	<b>3,097,482</b>
Курсовые разницы, возникающие при консолидации зарубежных компаний	-	-	(49,588)	-	(49,588)
Чистая прибыль	-	-	-	650,610	650,610
Объявленные дивиденды	-	-	-	(144,238)	(144,238)
<b>Остаток на 31 декабря 2005 года</b>	<b>851,843</b>	<b>661,378</b>	<b>(49,588)</b>	<b>2,090,633</b>	<b>3,554,266</b>

Примечания на стр. 8–32 являются неотъемлемой частью данной консолидированной финансовой отчетности.

  
**Тимур Горяев**  
 Генеральный директор

  
**Александр Петров**  
 Директор по экономике и финансам

ОАО КОНЦЕРН «КАЛИНА» И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

**КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2005 ГОДА (тыс. руб.)**

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>ОСНОВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:</b>		
Прибыль до налогообложения	793,341	805,266
Корректировки на:		
Амортизацию основных средств и нематериальных активов	183,821	60,198
Убыток от выбытия основных средств	42,980	6,455
Прибыль от реализации долгосрочных финансовых вложений	(4,626)	-
Расходы по финансовым операциям, нетто	67,717	(1,153)
Денежные средства от операционной деятельности до изменений в оборотном капитале	1,083,233	870,766
Увеличение товарно-материальных запасов	(890,508)	(93,204)
Увеличение дебиторской задолженности по основной деятельности (Увеличение)/уменьшение налогов к возмещению	(810,089)	(58,467)
Уменьшение прочей дебиторской задолженности	(2,435)	26,250
Уменьшение пенсионных обязательств	122,233	50,489
Уменьшение пенсионных обязательств	(8,139)	-
Увеличение кредиторской задолженности по основной деятельности	(8,139)	-
Увеличение кредиторской задолженности по основной деятельности	473,112	166,166
Увеличение/(уменьшение) налоговых обязательств	24,789	(110,390)
Итого денежные средства, полученные от (использованные в) операционной деятельности:	(7,804)	851,610
Налог на прибыль уплаченный	(189,529)	(186,606)
Проценты уплаченные	(89,278)	(2,813)
Чистые денежные средства, (использованные в)/ полученные от операционной деятельности	(286,611)	662,191
<b>ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:</b>		
Приобретение основных средств	(884,343)	(104,368)
Поступления от реализации основных средств	1,141	1,959
Приобретение группы компаний «Доктор Шеллер», за вычетом приобретенных денежных средств (Примечание 10)	(473,309)	-
Приобретение инвестиций в «Кит-Капитал»	-	(106,270)
Поступления от частичной реализации инвестиций в «Кит-Капитал»	14,888	-
Приобретение краткосрочных инвестиций	(9,259)	-
Поступления от реализации краткосрочных инвестиций	12,182	-
Чистые денежные средства, использованные в инвестиционной деятельности	(1,338,700)	(208,679)
<b>ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:</b>		
Поступления от выпуска обыкновенных акций	-	758,497
Дивиденды выплаченные	(144,237)	(82,578)
Привлечение краткосрочных кредитов и займов	2,657,697	724,572
Погашение краткосрочных кредитов и займов	(1,852,697)	(1,248,625)
Привлечение долгосрочных кредитов и займов	262,228	331,315
Погашение долгосрочных кредитов и займов	(119,280)	(19,216)
Погашение обязательств по финансовой аренде	(56,095)	(10,804)
Чистые денежные средства, использованные в финансовой деятельности	747,616	453,161
Влияние изменений валютных курсов	(49,256)	(13,657)
ЧИСТОЕ (УМЕНЬШЕНИЕ)/УВЕЛИЧЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ И ИХ ЭКВИВАЛЕНТОВ	(926,951)	893,016
<b>ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ, НА НАЧАЛО ПЕРИОДА</b>	<b>1,120,316</b>	<b>227,300</b>
<b>ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА И ИХ ЭКВИВАЛЕНТЫ, НА КОНЕЦ ПЕРИОДА</b>	<b>193,365</b>	<b>1,120,316</b>

Примечания на стр. 8–32 являются неотъемлемой частью данной консолидированной финансовой отчетности.

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО КОНЦЕРН «КАЛИНА» И ДОЧЕРНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

**ПРИМЕЧАНИЯ К КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ  
ЗА ГОД, ЗАКОНЧИВШИЙСЯ 31 ДЕКАБРЯ 2005 ГОДА**

ОПИСАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ОАО Концерн «Калина» (далее именуемый «Компания»), российское открытое акционерное общество, зарегистрировано 12 декабря 1992 года как ОАО «Уральские Самоцветы» в соответствии с законодательством Российской Федерации (РФ) и переименовано в ОАО Концерн «Калина» 30 ноября 1999 года. Представленная консолидированная финансовая отчетность включает финансовую отчетность Компании и ее дочерних предприятий (далее именуемые «дочерние предприятия» или каждое в отдельности – «дочернее предприятие», а вместе с Компанией – «Группа»).

Дочернее предприятие	Доля владения	Место регистрации	Основной вид деятельности
ООО «Паллада Восток»	100%	Узбекистан	Производство
АО «Лола Атир Упа»	56%	Узбекистан	Производство
ООО «Паллада Украина»	100%	Украина	Торговля
ООО «Завод Новопласт»	100%	Россия	Производство
ДП «Калина Оверсиз Холдинг Б.В.»	100%	Нидерланды	Торговля
«Косметик унд Разирварен Золинген Гмбх»	61.37%	Германия	Торговля
«Доктор Шеллер Косметикс АГ»	61.37%	Германия	Торговля
«Доктор Шеллер Дуродонт Гмбх»	61.37%	Германия	Торговля
«Леди Манхеттен Косметикс Гмбх»	61.37%	Германия	Торговля
«Апотекар Шеллер Натурмиттель Гмбх»	61.37%	Германия	Торговля
«Премиум Косметикс Гмбх»	61.37%	Германия	Торговля
«Леди Манхеттен Косметикс Гмбх»	61.37%	Австрия	Торговля
«Доктор Шеллер Косметикс Польша Сп. зо.о.»	61.37%	Польша	Торговля
«Леди Манхэттан Лтд.»	61.37%	Великобритания	Торговля

Компания и ее дочерние предприятия (именуемые совместно «Группа») производят и продают широкий ассортимент парфюмерной, косметической и бытовой продукции, в основном, в странах, входящих в Содружество Независимых Государств («СНГ»), и Западной Европе.

В апреле 2005 года Группа завершила операцию приобретения контрольного пакета акций компании «Доктор Шеллер Косметикс АГ» (далее – «Шеллер»), немецкого производителя и дистрибьютора парфюмерии. Подробно эта операция раскрывается в Примечании 10.

В июне и декабре 2003 года руководство Группы приняло решение о продаже своей 65% доли владения в ОАО «Алые Паруса» (Украина) и полностью контролируемого дочернего предприятия ООО «Паллада Восток» (Узбекистан), соответственно. Таким образом, активы, обязательства, а также денежные потоки и финансовые результаты этих дочерних предприятий за отчетный период, закончившийся 31 декабря 2005 года, представлены как активы, пассивы, денежные потоки и финансовые результаты, связанные с прекращаемой деятельностью (Примечание 8).

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

**Основы представления отчетности** – Настоящая консолидированная финансовая отчетность впервые подготовлена в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности («МСФО»). Датой перехода Группы на МСФО для целей стандарта «Первое применение Международных стандартов финансовой отчетности» (МСФО 1) считается 1 января 2004 года. Понятие МСФО включает стандарты и интерпретации, утвержденные Комитетом по Международным стандартам финансовой отчетности («КМСФО»), в том числе Международные стандарты бухгалтерского учета («МСБУ») и интерпретации, опубликованные Комитетом по интерпретациям Международных стандартов финансовой отчетности («КИМСФО») КМСФО. В Примечании 26 приведены существенные корректировки к балансу, сделанные Группой в процессе перехода на МСФО.

Консолидированная финансовая отчетность Группы подготовлена в соответствии с принципом учета по первоначальной стоимости, за исключением следующего:

- 10) Оценки отдельных объектов основных средств, полученных до 1998 года, для приведения их к предполагаемой первоначальной стоимости в соответствии с МСФО 1;
- 11) Переоценки отдельных финансовых инструментов.

**Использование оценок и допущений** – Подготовка консолидированной финансовой отчетности в соответствии с МСФО требует от руководства выработки оценок и допущений, влияющих на указанные в отчетности суммы активов и обязательств, доходов и расходов, а также на включенные в отчетность пояснения относительно условных активов и обязательств. В связи с погрешностью, присущей таким допущениям и оценкам, фактические результаты, которые будут включены в финансовую отчетность за будущие периоды, могут отличаться от указанных оценок.

**Функциональная валюта и валюта представления** – Денежной единицей, используемой Компанией в качестве функциональной валюты, является российский рубль (руб.). Российские рубли также используются в качестве валюты представления Группы.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

**Принцип консолидации** – Консолидированная финансовая отчетность включает отчетность Компании и предприятий, контролируемых Компанией (дочерних предприятий), подготовленных за год, закончившийся 31 декабря 2005 г. Предприятие считается контролируемым Компанией, если руководство Компании имеет возможность определять финансовую и хозяйственную политику предприятия для достижения собственных выгод от его деятельности.

При приобретении дочерних предприятий их активы, обязательства и условные обязательства оцениваются по справедливой стоимости на дату приобретения. Превышение стоимости покупки над справедливой стоимостью приобретенных идентифицируемых чистых активов отражается в учете как деловая репутация (гудвилл). Превышение справедливой стоимости приобретенных идентифицируемых чистых активов над стоимостью покупки (т.е. скидка при приобретении) отражается в отчете о прибылях и убытках в периоде приобретения активов. Доля миноритарных акционеров отражается пропорционально их доле в справедливой стоимости, по которой отражены активы и обязательства. Убытки, превышающие долю миноритарных акционеров, отражаются как убытки холдинговой компании.

Результаты приобретения или выбытия дочерних предприятий в течение года включаются в консолидированный отчет о прибылях и убытках начиная с даты приобретения или до фактической даты продажи соответственно.

При необходимости в финансовую отчетность дочерних предприятий вносились корректировки с целью приведения используемых ими принципов учетной политики в соответствии с принципами учетной политики, используемыми Группой.

При подготовке консолидированной финансовой отчетности все остатки по расчетам и операциям внутри Группы, а также доходы и расходы, возникающие в результате этих операций, исключаются.

**Информация по сегментам** – Основным видом деятельности Группы является производство и сбыт косметических товаров, зубной пасты и бытовой химии. Операции Группы осуществляются на территории России и Германии.

**Признание выручки** – Выручка от реализации признается по мере доставки товаров и перехода права собственности на них.

Выручка от реализации отражается по справедливой стоимости полученного возмещения и представляет собой дебиторскую задолженность по товарам, поставленным в ходе обычной деятельности предприятий, за вычетом предоставленных скидок и налога на добавленную стоимость.

**Основные средства** – Основные средства учитываются по фактической стоимости за вычетом начисленной амортизации. Амортизационные отчисления рассчитываются линейным методом на основе оценок сроков полезной службы активов. Выбывающие основные средства списываются с баланса вместе с соответствующей начисленной амортизацией, а соответствующий доход или убыток отражается в отчете о прибылях и убытках. Затраты на ремонт и техническое обслуживание относятся на расходы в отчете о прибылях и убытках по мере их возникновения.

Ниже приведены оценки сроков полезной службы активов для расчета амортизационных отчислений:

Активы	Срок полезного использования (кол-во лет)
Здания	50
Машины и оборудование	10-15
Офисное оборудование и прочие основные средства	5

**Гудвилл** – Гудвилл, возникающий в результате консолидации, представляет собой превышение цены приобретения над долей Группы в справедливой стоимости идентифицируемых активов и обязательство дочернего, зависимого или совместного контролируемого предприятия на дату приобретения.

Гудвилл признается в качестве актива и как минимум ежегодно рассматривается на предмет обесценения. Выявленное обесценение немедленно признается в консолидированном отчете о прибылях и убытках и не подлежит последующему восстановлению.

При продаже дочернего, зависимого или совместного предприятия остаточная сумма гудвилла учитывается при определении прибыли или убытка от реализации.

**Нематериальные внеоборотные активы** – Нематериальные активы отражаются в учете по себестоимости, которая определяется как справедливая стоимость на дату приобретения дочернего предприятия за вычетом последующей начисленной амортизации и накопленных убытков от снижения стоимости.

Нематериальные активы, в первую очередь, состоят из товарных знаков, полученных в результате приобретения компании «Доктор Шеллер Косметикс АГ» и учтенных по справедливой стоимости на дату приобретения «Доктор Шеллер Косметикс АГ», 31 марта 2005 года.

**Снижение стоимости активов, за исключением гудвилла** – На каждую отчетную дату Группа осуществляет оценку балансовой стоимости своих материальных и нематериальных активов с тем, чтобы определить, имеются ли признаки, свидетельствующие об их обесценении. В случае обнаружения таких признаков, рассчитывается возмещаемая стоимость соответствующего актива с целью определения размера убытка от обесценения (если таковой имеется). В тех случаях, когда невозможно оценить возмещаемую стоимость отдельного актива, Группа оценивает возмещаемую стоимость единицы, генерирующей денежные потоки, к которой относится такой актив.

Если возмещаемая стоимость данного актива или единицы, генерирующей денежные потоки, оказывается меньше их балансовой стоимости, балансовая стоимость уменьшается до возмещаемой стоимости. Убытки от обесценения сразу же признаются в составе расходов.

**Финансовые вложения** – В соответствии с МСФО 39 финансовые вложения классифицируются следующим образом: удерживаемые до погашения, предназначенные для торговли, имеющиеся в наличии для продажи, а также как кредиты и займы, выданные Группой. Финансовые вложения с определяемыми или фиксированными платежами и фиксированным сроком погашения, которые Группа намеревается и способна удерживать до погашения, кроме кредитов и займов, выданных Группой, классифицируются как удерживаемые до погашения. Группа классифицирует финансовые вложения в долговые ценные бумаги, приобретенные, в основном, с целью извлечения прибыли в результате краткосрочных колебаний цен, как «предназначенные для торговли». Кредиты и займы, предоставленные Группой, представляют собой финансовые активы, созданные Группой посредством предоставления денег непосредственно заемщику. Все прочие финансовые вложения классифицируются как имеющиеся в наличии для продажи.

Удерживаемые до погашения финансовые вложения, кредиты и займы, предоставленные Группой, признаются в составе внеоборотных активов, если срок их погашения наступает не ранее чем через 12 месяцев после даты составления баланса. Финансовые вложения, предназначенные для торговли, отражаются в составе оборотных активов. Финансовые вложения в долговые ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи, относятся к текущим активам, если руководство Компании намеревается реализовать их в течение 12 месяцев после отчетной даты. Приобретение и продажа инвестиций отражаются на дату перехода права собственности.

Финансовые вложения первоначально учитываются по себестоимости на дату совершения сделки, которая равна справедливой стоимости уплаченного возмещения, включая прямые издержки. Оценка справедливой стоимости финансовых инструментов соответствует требованиям МСФО 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации» и МСФО 39 «Финансовые инструменты:

признание и оценка». В связи с отсутствием на данный момент рынка для большей части финансовых инструментов Группы, для определения их справедливой стоимости необходимо прибегать к оценке, учитывающей экономические условия и специфические риски, связанные с конкретным инструментом. Оценки, представленные в консолидированной финансовой отчетности, могут не отражать суммы, которые Группа могла бы получить при фактической реализации имеющегося у нее пакета тех или иных финансовых инструментов после их первоначального признания. Инвестиции в акции предприятий, не имеющие свободного обращения на рынке и справедливую стоимость которых достоверно оценить невозможно, отражены по стоимости приобретения за вычетом резервов под обесценение.

Имеющиеся в наличии для продажи и предназначенные для торговли инвестиции отражаются в балансе по справедливой стоимости, рассчитанной на основании их рыночной котировки на дату составления бухгалтерской отчетности. Для ценных бумаг, не обращающихся на рынке, справедливая стоимость определяется на основании рыночной стоимости ценных бумаг, имеющих аналогичный кредитный риск и/или срок погашения, а в иных случаях – на основании доли в сумме чистых активов компании-эмитента.

Инвестиции, удерживаемые до погашения, учитываются по остаточной стоимости, т.е. с учетом амортизации, рассчитанной исходя из эффективной ставки процента за вычетом суммы резерва под обесценение.

Ссуды, предоставленные Группой по ставкам ниже рыночных, дисконтируются до справедливой стоимости с использованием метода эффективной процентной ставки.

**Внеоборотные активы, предназначенные для продажи** – Внеоборотные активы и группы активов, предназначенные для продажи, отражаются по меньшей из двух величин – балансовой стоимости и справедливой стоимости за вычетом затрат на реализацию.

Внеоборотные активы и группы активов классифицируются как предназначенные для продажи, если их балансовая стоимость, скорее всего, будет возмещена не в процессе обычного использования, а при продаже. Данное условие считается выполненным, если существует высокая вероятность осуществления сделки по продаже, и актив или выбывающая группа активов могут быть проданы в их текущем состоянии. Руководство должно иметь намерение продажи таких активов, при этом сделка продажи должна быть полностью завершена и признана в учете в течение года с даты классификации активов как предназначенных для продажи. Этот срок может быть продлен, если в процессе завершения операции продажи возникают задержки, причины которых находятся вне контроля руководства Группы.

**Товарно-материальные запасы** – Товарно-материальные запасы отражаются по наименьшей из двух величин: себестоимости (с учетом распределения прямых накладных расходов), рассчитываемой по методу ФИФО для сырья и материалов, и средневзвешенной себестоимости для готовой продукции, или чистой стоимости возможной реализации.

**Дебиторская задолженность** – Дебиторская задолженность отражается по первоначальной стоимости за вычетом резервов по сомнительным долгам. Такой резерв создается либо в связи с конкретными обстоятельствами, либо исходя из оценок, основанных на данных о вероятности погашения задолженности.

**Денежные средства** – Денежные средства включают денежные средства в кассе, а также средства на текущих счетах в банке.

**Расходы по кредитам и займам** – Расходы по кредитам и займам, непосредственно относимые на стоимость приобретения, незавершенного строительства или создания активов, на подготовку которых к запланированному использованию или продаже должно быть затрачено значительное время, включаются в стоимость таких активов до тех пор, пока они не будут готовы к целевому использованию или продаже. Все прочие расходы по заемным средствам учитываются в составе расходов за период, к которому они относятся.

**Пенсионные расходы** – Платежи по пенсионным планам с фиксированными взносами относятся на расходы по мере наступления срока их оплаты. Платежи в государственные пенсионные фонды учитываются как платежи по планам с фиксированными взносами, по которым обязательства Группы эквивалентны платежам по пенсионным планам с фиксированными взносами.

В отношении пенсионных планов с фиксированными выплатами стоимость предоставления выплат по плану определяется с использованием метода прогнозируемого удельного кредита, актуарная оценка проводится на каждую отчетную дату. Актуарные прибыли и убытки могут быть перенесены на будущие периоды только в таком размере, при котором остаток отложенных начислений не превышает «коридор», равный 10% начальной текущей стоимости обязательств по пенсионным выплатам.

Стоимость прошлых услуг работников признается незамедлительно в случае, если право на получение выплат уже получено, или амортизируется с использованием линейного метода в течение среднего периода до получения прав на выплаты по плану.

Признанные в балансе обязательства по пенсионным выплатам отражены по текущей стоимости обязательств по планам с фиксированными выплатами, скорректированной на сумму непризнанной с учетом стоимости прошлых услуг работников и уменьшенной на справедливую стоимость активов плана. Полученные в результате этих расчетов активы ограничены стоимостью прошлых услуг работников и текущей стоимостью доступных возмещений и вычетов из будущих взносов по плану.

**Аренда** – Аренда, по условиям которой к Компании переходят все риски и выгоды, связанные с владением активом, классифицируется как финансовая аренда. Все прочие виды аренды классифицируются как операционная аренда.

Активы по договорам финансовой аренды отражаются по справедливой стоимости на дату приобретения в составе активов Группы. Соответствующие обязательства перед арендодателем отражаются в балансе в качестве обязательств по финансовому лизингу. Расходы по финансированию, представляющие собой разницу между общей суммой обязательств по аренде и справедливой стоимостью приобретенных активов, относятся на финансовые результаты в течение срока соответствующей аренды, с тем, чтобы обеспечить постоянную ставку процента по остаточной сумме обязательств за каждый учетный период.

Арендованные основные средства амортизируются в течение ожидаемого срока полезного использования или в течение срока аренды, если этот срок более короткий. Если имеется обоснованная уверенность в том, что арендатор к концу срока аренды получит право собственности на арендуемые активы, то амортизация активов рассчитывается в течение срока их полезного использования. Арендная плата, уплачиваемая Группой по договорам операционной аренды, относится на отчет о прибылях и убытках по мере возникновения.

**Налог на добавленную стоимость при приобретении и при реализации** – Налог на добавленную стоимость (НДС) при реализации подлежит уплате налоговым органам в момент получения оплаты от заказчиков. Суммы НДС, уплаченные при приобретении товаров и услуг, предъявляются к вычету в счет НДС, полученного при реализации, в момент оплаты приобретенных товаров и услуг. Налоговые органы разрешают такие зачеты при расчетах по НДС. НДС в отношении операций купли-продажи, расчет по которым не был завершен на дату составления отчетности (отложенный НДС), отражается в балансе в развернутом виде. Если в отношении дебиторской задолженности, признанной сомнительной, был создан резерв, то этот резерв отражается по такому дебитору в полном объеме, включая сумму НДС.

**Налог на прибыль** – Налог на прибыль к уплате начислялся в соответствии с законодательством Российской Федерации, Украины, Узбекистана и Германии (налог к уплате в Великобритании и Австрии не существенен для Группы). Группа рассчитывает отложенные налоговые обязательства по налогу на прибыль с использованием балансового метода. Отложенные налоговые требования и обязательства отражаются с учетом влияния временных разниц между данными налогового учета и данными, включенными в финансовую отчетность, с использованием действующих ставок по налогу на прибыль.

Корректировки суммы отложенных налогов в результате исключения нерезализованной прибыли по внутригрупповым операциям рассчитываются на основе законодательно установленных налоговых ставок страны местонахождения каждого предприятия, осуществляющего реализацию.

**ВЫРУЧКА**

Выручка от реализации за годы, закончившиеся 31 декабря 2005 и 2004 гг., представлена следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Косметика	5,966,522	3,669,744
Зубная паста	1,075,647	775,426
Бытовая химия	1,029,922	722,495
Прочее	78,444	69,971
<b>Итого</b>	<b>8,150,535</b>	<b>5,237,636</b>

**КОММЕРЧЕСКИЕ, ОБЩЕХОЗЯЙСТВЕННЫЕ И АДМИНИСТРАТИВНЫЕ РАСХОДЫ**

Общая сумма коммерческих, общехозяйственных и административных расходов за годы, закончившиеся 31 декабря 2005 и 2004 гг., представлена следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Расходы на рекламу	1,154,923	537,457
Заработная плата и налоги с заработной платы	818,161	428,011
Транспортные расходы	215,607	177,084
Списание просроченных материалов	167,951	156,690
Амортизационные отчисления	161,181	16,719
Убыток от выбытия основных средств	42,980	6,455
Расходы на консультационные услуги	41,021	94,430
Налоги (кроме налога на прибыль)	39,291	46,439
Прочее	267,165	408,615
<b>Итого</b>	<b>2,908,280</b>	<b>1,871,900</b>

**РАСХОДЫ ПО ФИНАНСОВЫМ ОПЕРАЦИЯМ**

Финансовые расходы за годы, закончившиеся 31 декабря 2005 и 2004 гг., представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Проценты к уплате	89,278	3,368
Проценты к получению	(16,936)	(4,516)
Прочие	(4,625)	(5,160)
<b>Итого</b>	<b>67,717</b>	<b>(6,308)</b>

**НАЛОГ НА ПРИБЫЛЬ**

Расходы по налогу на прибыль за годы, закончившиеся 31 декабря 2005 и 2004 гг., были представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Текущие расходы по налогу на прибыль	157,823	202,036
Отложенный налог	(72,119)	28,631
<b>Итого</b>	<b>85,704</b>	<b>230,667</b>

Группа начисляет налоги, подлежащие уплате в текущем периоде, на основе финансовой отчетности, которая ведется и составляется в местной валюте в соответствии с требованиями местного законодательства по бухгалтерскому учету, которые существенно отличаются от МСФО. В 2005 и 2004 годах ставка налога на прибыль для предприятий Группы составляла 24% в России, 25% в Украине, 26% в Узбекистане и 38% в Германии (налог на прибыль, выплачиваемый в Великобритании и Австрии не существенен для Группы).

Сумма расхода по налогу на прибыль отличается от величины, рассчитанной путем применения установленной законодательством ставки налога на прибыль к чистой бухгалтерской прибыли

до налогообложения. Ниже приведены корректировки расчетной суммы налога до фактической суммы налога на прибыль, фактически указанной в отчете о прибылях и убытках Группы:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Расход по налогу на прибыль Компаний с применением законодательно установленных ставок	190,402	193,264
Корректировки на:		
Использование отличающихся законодательно установленных ставок для иностранных предприятий	(4,017)	(2,880)
Прочие постоянные разницы	(100,681)	40,283
<b>Расход по налогу на прибыль</b>	<b>85,704</b>	<b>230,667</b>

Налоговый эффект от временных разниц, из-за которых возникают суммы отложенных налоговых активов и обязательств, по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлен следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Долгосрочные активы по отложенному налогу:		
Начисленные расходы	88,008	55,497
Оценка инвестиций	33,822	-
Оценка готовой продукции и незавершенного производства	-	(8,127)
	<b>121,830</b>	<b>47,370</b>
Долгосрочные обязательства по отложенному налогу:		
Резервы предстоящих расходов	-	55
Оценка стоимости внеоборотных активов	180,644	-
Амортизация основных средств	126,023	55,664
	<b>306,667</b>	<b>55,719</b>

Движение по отложенным налогам Группы за 2005 год представлено ниже:

	2005
	тыс. руб.
Чистые обязательства на 31 декабря 2004 года	8,349
Отнесено на доходы за год	(72,119)
Приобретение «Доктор Шеллер»	239,763
Курсовые разницы	8,844
<b>Чистые обязательства на 31 декабря 2005 года</b>	<b>184,837</b>

#### ПРЕКРАЩАЕМАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

##### «Паллада Восток» (Узбекистан)

В декабре 2003 года руководство Группы приняло решение о продаже дочернего предприятия, расположенного в Узбекистане, ООО «Паллада Восток». Основная деятельность дочернего предприятия – производство широкого ассортимента косметической продукции, реализуемой на территории Узбекистана.

Договор о продаже был подписан на условиях передачи права собственности после полной оплаты покупателем суммы договора. По состоянию на 31 декабря 2005 года покупатель оплатил 50% суммы договора. В настоящее время ведутся переговоры по срокам оплаты.

Основные активы и обязательства дочернего предприятия по состоянию на 31 декабря 2005 и 31 декабря 2004 гг. представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Активы, связанные с прекращаемой деятельностью		
Денежные средства и их эквиваленты	1,023	490
Дебиторская задолженность, нетто	983	384
Авансы поставщикам и расходы будущих периодов	5,220	5,999
Товарно-материальные запасы	39,321	54,237
Налоги к возмещению	-	2,791
Инвестиции	-	703
Основные средства, нетто	97,444	101,929
<b>Всего активов</b>	<b>143,991</b>	<b>166,533</b>
Обязательства, связанные с прекращаемой деятельностью:		
Кредиторская задолженность	303,770	274,061
Краткосрочная задолженность	20,399	8,346
Налоговые обязательства	-	11,024
Долгосрочная задолженность	-	22,812
<b>Всего обязательств</b>	<b>324,169</b>	<b>316,243</b>

По состоянию на 31 декабря 2005 года сумма кредиторской задолженности ООО «Паллада Восток» перед другими членами Группы составила 149,453 тыс. руб., в том числе кредиторская задолженность по основной деятельности в размере 44,797 тыс. руб. и авансы, полученные от других членов Группы, в размере 104,656 тыс. руб.

Выручка ООО «Паллада Восток» за 2005 год составила 11,5 млн руб. (86,1 млн руб. в 2004 году). Чистый убыток ООО «Паллада Восток» в 2005 году составил 27,5 млн руб. (44,4 млн руб. в 2004 году).

#### ПРИБЫЛЬ, ПРИХОДЯЩАЯСЯ НА ОДНУ АКЦИЮ

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Прибыль		
Базовая прибыль на одну акцию рассчитывается как чистая прибыль, приходящаяся на акционеров материнской компании	668,021	530,200
Количество акций, шт.		
Средневзвешенное количество обыкновенных акций для расчета базовой прибыли на акцию	9,752,311	9,174,226

#### ПРИБРЕТЕНИЕ КОМПАНИИ «ДОКТОР ШЕЛЛЕР»

В апреле 2005 года Группа завершила сделку по приобретению 61,37% акций (процент от количества акций в обращении) компании «Доктор Шеллер Косметикс АГ» («Шеллер») за 609,427 тыс. руб. Указанная сумма была оплачена денежными средствами. Компания «Доктор Шеллер Косметикс АГ» является германским производителем и дистрибьютором парфюмерной продукции.

Общее количество акций компании «Доктор Шеллер» по состоянию на 31 марта 2005 года составляло 6,500,000, из них собственные выпущенные акции на 31 марта 2005 года составляли 315,319 штук, акции в обращении – 6,184,681 штук. Группа приобрела 3,795,740 акций.

Приобретение учитывалось по методу покупки, соответственно, результаты деятельности Шеллера учтены в настоящей консолидированной финансовой отчетности начиная с апреля 2005 го-

да. На дату подписания этого отчета распределение стоимости приобретения акций не было завершено.

Предварительное распределение цены приобретения представлено следующим образом:

	Балансовая стоимость	Корректировка справедливой стоимости	Справедливая стоимость
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Приобретенные чистые активы</b>			
Оборотные активы	756,028	-	756,028
Приобретенные основные средства	1,056,750	259,558	1,316,308
Нематериальные активы	24,067	318,535	342,602
Отложенные налоговые обязательства	(24,134)	(215,629)	(239,763)
Текущие обязательства	(625,015)	-	(625,015)
Долгосрочные обязательства	(672,962)	-	(672,962)
	<b>514,734</b>	<b>362,464</b>	<b>877,198</b>
Гудвилл (деловая репутация)			71,062
Общая сумма вознаграждения, уплаченного при приобретении дочернего предприятия			609,428
<b>Чистый отток денежных средств в связи с приобретением:</b>			
Вознаграждение в виде денежных средств			609,428
Приобретенные денежные средства и их эквиваленты			(136,119)
Общая сумма вознаграждения за вычетом приобретенных денежных средств			<b>473,309</b>

**ПРОЧИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНЫЕ АКТИВЫ**

По состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. нематериальные активы были представлены следующим образом:

	Товарные знаки и прочие нематериальные активы	Лицензионное программное обеспечение	Итого
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Первоначальная стоимость</b>			
На 31 декабря 2004 года	3,119	13,036	16,155
Приобретения	9,308	2,147	11,454
Выбытия	(120)	-	(120)
Возникло в связи с приобретением дочернего предприятия	342,602	-	342,602
На 31 декабря 2005 года	354,909	15,183	370,091
<b>Амортизация</b>			
На 31 декабря 2004 года	761	2,833	3,593
Амортизация за год	832	2,031	2,863
Выбытия	(11)	-	(11)
На 31 декабря 2005 года	1,582	4,864	6,445
<b>Балансовая стоимость</b>			
<b>На 31 декабря 2004 года</b>	<b>2,358</b>	<b>10,203</b>	<b>12,561</b>
<b>На 31 декабря 2005 года</b>	<b>353,327</b>	<b>10,319</b>	<b>363,646</b>

Срок полезного использования товарных знаков «Доктора Шеллера» в настоящее время оценивается как неограниченный, при этом балансовая стоимость товарных знаков ежегодно пересматривается на предмет обнаружения признаков обесценения.

**ОСНОВНЫЕ СРЕДСТВА, НЕТТО**

Основные средства по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	Незавершенное строительство	Земля	Здания	Машины и оборудование	Принадлежности и инвентарь	Итого
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Первоначальная стоимость</b>						
На 31 декабря 2004 года	55,709	17,288	647,303	804,103	89,461	1,613,864
Поступления	881,646	-	-	-	-	881,646
Перевод из незавершенного строительства	(847,211)	-	320,858	442,830	83,523	-
Приобретение дочернего предприятия	-	-	839,565	1,156,725	4,786	2,001,076
Выбытия	-	-	(4,184)	(258,838)	(6,404)	(269,426)
На 31 декабря 2005 года	90,144	17,288	1,803,542	2,144,820	171,366	4,227,160
<b>Амортизация</b>						
На 31 декабря 2004 года	-	-	180,158	531,896	49,430	761,484
Начисление за год	-	-	47,016	109,367	24,920	181,303
Приобретение дочернего предприятия	-	-	87,502	757,585	-	845,087
Выбытия	-	-	(38,270)	(209,698)	(5,126)	(253,094)
На 31 декабря 2005 года	-	-	276,406	1,189,150	69,224	1,534,780
<b>Чистая балансовая стоимость</b>						
<b>На 31 декабря 2004 года</b>	<b>55,709</b>	<b>17,288</b>	<b>467,145</b>	<b>272,207</b>	<b>40,031</b>	<b>852,380</b>
<b>На 31 декабря 2005 года</b>	<b>90,144</b>	<b>17,288</b>	<b>1,527,136</b>	<b>955,670</b>	<b>102,142</b>	<b>2,692,380</b>

По состоянию на 31 декабря 2005 года основные средства балансовой стоимостью около 120,2 млн руб. находились в залоге в качестве обеспечения кредитной линии, предоставленной Европейским банком реконструкции и развития («ЕБРР»).

В 2005 году были капитализированы затраты по кредитам в размере 27,5 млн руб. на приобретение машин и оборудования.

**ДОЛГОСРОЧНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ВЛОЖЕНИЯ**

Финансовые вложения по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Инвестиции в ООО «Кит-Капитал» (Россия) – 10,59% (2004: 12,17%)	69,158	79,420
<b>Итого</b>	<b>69,158</b>	<b>79,420</b>

Основным видом деятельности компании ООО «КИТ-Капитал» является разработка строительных проектов. В период с января по март 2005 года Группа продала 1,57% акций компании.

**ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫЕ ЗАПАСЫ, НЕТТО**

Товарно-материальные запасы по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. года представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Сырье и материалы	1,116,728	735,869
Незавершенное производство	75,553	21,068
Готовая продукция	1,361,069	524,504
Резерв под обесценение	(143,036)	(133,321)
<b>Итого</b>	<b>2,410,314</b>	<b>1,148,120</b>

**ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ ПО ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НЕТТО**

Чистая дебиторская задолженность по основной деятельности по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. была представлена следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Дебиторская задолженность по основной деятельности	1,247,042	489,991
Резерв по сомнительным долгам	(121,706)	(123,144)
<b>Итого</b>	<b>1,125,336</b>	<b>366,847</b>

**НАЛОГИ К ВОЗМЕЩЕНИЮ И УПЛАТЕ**

Налоги, подлежащие возмещению в текущем периоде, по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг., представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Налог на добавленную стоимость (НДС)	485,500	296,410
Резерв на выплату НДС, не подлежащего возмещению	(8,830)	-
Прочие налоги	39,327	19,218
<b>Итого</b>	<b>515,997</b>	<b>315,628</b>

Налоги к уплате по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Налог на прибыль	-	1,768
Налог на рекламу	-	11,639
НДС	54,831	14,607
Резерв на выплату налога на пользователей автодорог	-	48,224
Прочие налоги	48,649	50,310
<b>Итого</b>	<b>103,480</b>	<b>126,548</b>

**АВАНСЫ ПОСТАВЩИКАМ И РАСХОДЫ БУДУЩИХ ПЕРИОДОВ**

Авансы поставщикам (нетто) и расходы будущих периодов по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Авансы, выданные поставщикам	389,642	481,208
Резерв на покрытие сомнительной задолженности	(72,266)	(37,975)
Расходы будущих периодов	6,588	2,964
<b>Итого</b>	<b>323,964</b>	<b>446,197</b>

**ДЕНЕЖНЫЕ СРЕДСТВА**

По состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. денежные средства представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Касса – рубли	370	236
Денежные средства в банках – рублевые счета	84,093	46,115
Денежные средства в банках – счета в долл. США	23,092	5,969
Депозиты – рублевые счета	-	-
Депозиты – счета в евро	-	1,032,228
Ограниченные к использованию денежные средства – счета в долл. США	78,871	30,302
Прочее – счета в евро, украинских гривнах, узбекских сумах	6,939	5,466
<b>Итого</b>	<b>193,365</b>	<b>1,120,316</b>

Ограниченные к использованию денежные средства представлены средствами, зарезервированными на счетах в Ситибанке в соответствии с договором займа, заключенным между Компанией и Европейским Банком Реконструкции и Развития (ЕБРР), для осуществления выплат процентов и погашения задолженности.

**ДОЛГОСРОЧНЫЕ КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ**

Долгосрочные кредиты и займы по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 годов включали:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Кредит ЕБРР (долл. США)	295,706	217,530
Кредит банка «Baden-Wuerttembergische Bank» (евро)	177,147	-
Долгосрочная часть по финансовой аренде (рубли)	35,894	1,009
<b>Итого</b>	<b>508,747</b>	<b>218,539</b>

В 2003 году Группа заключила договор о предоставлении кредитной линии с Европейским Банком Реконструкции и Развития (ЕБРР). Общий объем кредитной линии по заключенному договору составляет 20 млн долларов США с годовой процентной ставкой в размере ЛИБОР плюс 4,75%. По состоянию на 31 декабря 2005 года кредитная линия обеспечена залогом оборудования (см. Примечание 12) и депозитом в Ситибанке (см. Примечание 18).

Увеличение размера обязательств Группы в отношении финансовой аренды объясняется приобретением компании «Доктор Шеллер». Будущие минимальные платежи, причитающиеся по не-расторжимым договорам текущей аренды по состоянию на 31 декабря 2005 года, составляют:

	тыс. руб.
Обязательства в качестве арендатора по договорам финансовой аренды, подлежащие уплате:	
В течение 12 месяцев	34,269
Более, чем через 12 месяцев	35,894
<b>Дисконтированная сумма платежей</b>	<b>70,163</b>

**ПЕНСИОННЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА**

Сотрудники Группы, занятые на предприятиях России, Украины и Узбекистана, имеют право на получение государственной пенсии. Группа отчисляет необходимый процент от фонда заработной платы своих сотрудников в государственные пенсионные фонды.

Кроме того, некоторые сотрудники дочерней компании «Доктор Шеллер» (291 человек на 31 декабря 2005 года) участвуют в негосударственных пенсионных планах с фиксированными выплатами. Пенсия предоставляется при условии работы в компании в течение 15-летнего периода ожидания, обеспечиваемого пенсией.

«Доктор Шеллер» использует актуарные методы учета пенсионного плана. Актуарные методы учета предполагают использование следующих основных допущений:

Ставка дисконтирования	4% в год
Ожидаемые темпы роста заработной платы	1,5% в год
Увеличение пенсии	1,5% в год

Последние актуарные оценки активов плана и текущей стоимости обязательств по фиксированным выплатам производились 31 декабря 2005 года компанией «Kern&Mauch Kollegen Gmh» (зарегистрированной в Германии фирмой актуариев). Текущая стоимость обязательства по фиксированным выплатам, соответствующая стоимости текущих и прошлых услуг отражались по методу прогнозируемых уровней пенсионных выплат.

В отчете о прибылях и убытках были отнесены следующие суммы, связанные с данными планами с фиксированными выплатами:

	Год, закончившийся 31 декабря 2005 года
	тыс. руб.
Стоимость текущих услуг	2,377
Затраты по процентам	7,327

Указанная в балансе сумма обязательств Группы в отношении пенсионных программ с фиксированными выплатами представлена следующим образом:

	31 декабря 2005 года	31 декабря 2004 года
	тыс. руб.	тыс. руб.
Текущая стоимость обязательства по фиксированным выплатам	181,105	-
Справедливая стоимость активов по программе	-	-
Дефицит программы	181,105	-
Неотраженные убытки	(7,411)	-
<b>Обязательства, отраженные в балансе</b>	<b>173,694</b>	<b>-</b>

Изменение текущей стоимости обязательств по фиксированным выплатам в текущем периоде было следующим:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Приобретение «Доктора Шеллера»	180,379	-
Стоимость услуг	1,835	-
Затраты по процентам	9,035	-
Актуарные убытки	8,901	-
Произведенные выплаты	(9,330)	-
Влияние изменения курса рубля	(9,716)	-

По состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. Группа не имела дополнительных пенсионных выплат, обязательств по обеспечению медицинских услуг после выхода на пенсию, страховых выплат или компенсаций по выходу на пенсию в отношении текущих или бывших сотрудников, кроме обязательства по пенсионному плану с фиксированными выплатами, описанному выше.

**ПРОЧАЯ КРЕДИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ И НАЧИСЛЕННЫЕ РАСХОДЫ**

Прочая кредиторская задолженность и начисленные расходы по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. приведены ниже:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Начисленные проценты	21,244	9,931
Прочие кредиторы	498,868	68,399
<b>Итого</b>	<b>520,112</b>	<b>78,330</b>

**КРАТКОСРОЧНЫЕ КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ**

Непогашенные краткосрочные кредиты Группы по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	Годовая процентная ставка	2005	2004
		тыс. руб.	тыс. руб.
Кредит ЕБРР (долл. США)	ЛИБОР* + 4,75%	147,853	83,080
Кредит «Райффайзенбанк Австрия» (долл. США)	ЛИБОР + 4%	428,000	50,001
«Дрезднер Банк» (Dresdner Bank Goppingen)	EONIA** + 0,75%	80,950	-
«Дойче Банк» – Кредит рынка краткосрочного капитала	3,85%	68,370	-
Прочие кредиты и займы в рублях, долларах, евро, сумах, гривнах	19-23%	93,906	-
<b>Финансовая аренда:</b>			
Текущая задолженность по финансовой аренде (рубли)	13%	34,269	7,305
<b>Итого</b>		<b>1,280,348</b>	<b>140,386</b>

\* ЛИБОР = Лондонская межбанковская ставка предложения (LIBOR)  
 \*\*EONIA = Средневзвешенная ставка по однодневным межбанковским кредитам, номинированным в евро

**АКЦИОНЕРНЫЙ КАПИТАЛ**

По состоянию на 31 декабря 2005 года акционерный капитал Группы состоял из разрешенных к выпуску и выпущенных обыкновенных акций в количестве 9,752,311 штук с номинальной стоимостью 70 руб. за акцию.

В апреле 2004 года Группа дополнительно выпустила 1,387,403 обыкновенных акций номинальной стоимостью 70 руб. за акцию. Акции были размещены по 525 руб. для акционеров и по 550,62 руб. в ходе публичного размещения акций.

По состоянию на 31 декабря 2005 года объявленные за второе полугодие 2004 года дивиденды в размере 83,968 тысяч руб. были полностью выплачены.

В 2005 году было объявлено о выплате промежуточных дивидендов за первое полугодие 2005 года в размере 60,270 тыс. руб. Промежуточные дивиденды на акцию составили 6,18 руб. (0,22 долл. США).

По состоянию на 31 декабря 2005 года 30% акций Компании принадлежали г-ну Горяеву (Генеральный директор Группы), 12,93% – «Дойче Банк Траст Компани Америкас», США, 6,58% – «Skandinaviska Enskilda Banken AB», Швеция, 6,63% – «Стейт Стрит Банк энд Траст Компани», США, 4,55% – «Банку Нью-Йорк», США и 39,31% – прочим акционерам.

ОПЕРАЦИИ СО СВЯЗАННЫМИ СТОРОНАМИ

Торговые операции

У Группы имеется предприятие, связанное с ней посредством общего владельца: ООО «Союзспецстрой».

Авансы, выданные связанным сторонам, по состоянию на 31 декабря 2005 и 2004 гг. представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
ООО «Союзспецстрой»	37,031	37,570
<b>Итого</b>	<b>37,031</b>	<b>37,570</b>

Приобретения от связанных сторон за годы, закончившиеся 31 декабря 2005 и 2004 гг., представлены следующим образом:

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
ООО «Союзспецстрой»		
Приобретение услуг	93,644	11,966
<b>Итого</b>	<b>93,664</b>	<b>11,966</b>

Аванс ООО «Союзспецстрой» был выдан за строительные услуги.

Вознаграждение, выплачиваемое ключевому руководящему персоналу

	2005	2004
	тыс. руб.	тыс. руб.
Текущие вознаграждения сотрудникам	50,206	37,649
<b>Итого</b>	<b>50,206</b>	<b>37,649</b>

ИНФОРМАЦИЯ ПО ОТЧЕТНЫМ СЕГМЕНТАМ

2005

Основные сегменты

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия	Прочее	Консолидированно
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Выручка</b>					
Реализация третьим лицам (продолжаемая деятельность)	5,533,272	1,065,378	716,431	835,454	8,150,535
<b>Результат</b>					
Результат по сегменту (продолжаемая деятельность)	2,851,768	542,129	127,671	292,270	3,813,838
Нераспределенные корпоративные расходы					(2,908,280)
Операционная прибыль (продолжаемая деятельность)					905,558
Инвестиционный доход					21,561
Прочие прибыли и убытки					(44,500)
Финансовые расходы					(89,278)
Прибыль до налогообложения					793,341
Расход по налогу на прибыль					(85,704)
Прибыль за отчетный год (продолжаемая деятельность)					707,637
Прекращаемая деятельность					(39,616)
<b>Прибыль</b>					<b>668,021</b>

Прочая информация

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия	Консолидированно
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
Активы по сегментам	1,673,439	279,611	88,785	2,041,836
Нераспределенные корпоративные активы				650,544
<b>Итого консолидированные активы</b>				<b>2,692,380</b>

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
Амортизация	8,119	16,215	5,960

Вспомогательные сегменты

2005	Выручка от реализации по рынкам сбыта
	тыс. руб.
СНГ	6,138,115
Европа (в основном, Германия)	1,787,507
Прочие (прежде всего, США и Монголия)	224,913
	<b>8,150,535</b>

Выручка от реализации на территории России составляет 5,8 млрд. руб. в составе выручки, полученной в СНГ.

	Балансовая стоимость активов сегментов	Поступления в основные средства и нематериальные активы
	тыс. руб.	тыс. руб.
СНГ	1,395,718	795,382
Германия	1,296,662	87,035
Прочие	-	-
	<b>2,692,380</b>	<b>882,417</b>

2004

Основные сегменты

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия	Прочее	Консолидированно
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
<b>Выручка</b>					
Реализация третьим лицам (продолжаемая деятельность)	3,669,744	775,426	722,495	69,971	5,237,636
<b>Результат</b>					
Результат по сегменту (продолжаемая деятельность)	2,057,929	429,340	140,092	26,634	2,653,995
Нераспределенные корпоративные расходы					(1,871,900)
Операционная прибыль (продолжаемая деятельность)					782,095
Инвестиционный доход					9,676
Прочие прибыли и убытки					16,863
Финансовые расходы					(3,368)
Прибыль до налогообложения					805,266
Расход по налогу на прибыль					(230,667)
Прибыль за период (продолжаемая деятельность)					574,599
Прекращаемая деятельность					(44,399)
<b>Прибыль</b>					<b>530,200</b>

**Прочая информация**

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия	Консолидированно
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
Активы по сегментам	529,793	88,522	28,109	646,424
Нераспределенные корпоративные активы				205,956
<b>Итого консолидированные активы</b>				<b>852,380</b>

	Косметика	Зубная паста	Бытовая химия
	тыс. руб.	тыс. руб.	тыс. руб.
Амортизация	7,654	8,414	8,464

**Вспомогательные сегменты**

2004	Выручка от реализации по рынкам сбыта тыс. руб.
СНГ	5,154,544
Прочие (прежде всего, США и Монголия)	83,092
	<b>5,237,636</b>

	Балансовая стоимость активов сегментов тыс. руб.	Поступления в основные средства и нематериальные активы тыс. руб.
СНГ	852,380	369,684
Прочие	-	-
	<b>852,380</b>	<b>369,684</b>

Выручка от реализации на территории России составляет 4,1 млрд. руб. в составе выручки, полученной в СНГ.

**РАЗЪЯСНЕНИЯ ПО ПЕРЕХОДУ НА МСФО**

В этом году Компания впервые составляет финансовую отчетность в соответствии с МСФО. В год перехода на новые стандарты необходимо раскрытие следующей информации. Финансовая отчетность с соответствии с ГААП США последний раз составлялась за год, закончившийся 31 декабря 2004 года. Таким образом, датой перехода на МСФО считается 1 января 2004 года.

Ниже представлена сверка показателей собственного капитала на 31 декабря 2004 года (конец последнего периода, финансовая отчетность за который составлялась в соответствии с ГААП США).

Примечание	ГААП США	Эффект перехода на МСФО	МСФО
Основные средства	821,207	31,173	852,380
Нематериальные активы	15,103	(2,542)	12,561
Финансовые активы	2,923	-	2,923
<b>Итого внеоборотные активы</b>	<b>839,233</b>	<b>28,631</b>	<b>867,864</b>
Торговая и прочая дебиторская задолженность	366,847	-	366,847
Товарно-материальные запасы	1,110,971	37,149	1,148,120
Прочая дебиторская задолженность	1,169,895	(81,780)	1,088,114
Денежные средства и их эквиваленты	1,120,316	-	1,120,316
<b>Итого оборотные активы</b>	<b>3,768,029</b>	<b>(44,631)</b>	<b>3,723,398</b>
<b>Итого активы</b>	<b>4,607,262</b>	<b>(16,000)</b>	<b>4,591,262</b>
Процентный кредит	350,611	-	350,611
Торговая и прочая кредиторская задолженность	937,458	23,444	960,902
Текущие налоговые обязательства	126,548	-	126,548
Отложенные налоговые обязательства	55,719	-	55,719
<b>Итого обязательства</b>	<b>1,470,336</b>	<b>23,444</b>	<b>1,493,780</b>
<b>Итого активы минус обязательства</b>	<b>3,136,926</b>	<b>(39,444)</b>	<b>3,097,482</b>
<b>Итого собственный капитал</b>	<b>3,136,926</b>	<b>(39,444)</b>	<b>3,097,482</b>

**Основные средства** – Переоценка основных средств, приобретенных до 31 декабря 2002 года, т.е. в период, когда российская экономика имела статус гиперинфляционной, производилась в соответствии с МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции».

**Товарно-материальные запасы, прочая дебиторская задолженность, торговая и прочая кредиторская задолженность** – Разницы возникают в связи с различными реклассификациями этих групп балансовых статей в соответствии с требованиями МСФО. Выявленные различия также объясняются ошибками прошлых периодов, общий эффект которых состоит в увеличении суммы чистых активов на 8,003 тыс. руб.

**Собственный капитал** – В соответствии с МСФО было произведено несколько реклассификаций резервов:

- Индексация акционерного капитала до 2005 года в соответствии с МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции»;
- Перемещение средств со счета капитальных резервов на счет нераспределенной прибыли;
- Перемещение средств с других счетов накопленных доходов, относимых напрямую на увеличение собственного капитала на счет нераспределенной прибыли.

Сверка показателей собственного капитала на 1 января 2004 года (дата перехода на МСФО):

Примечание	ГААП США	Эффект перехода на МСФО	МСФО
Основные средства	920,836	(90,227)	830,609
Нематериальные активы	12,430	2,542	14,972
Финансовые активы	28,070	-	28,070
<b>Итого внеоборотные активы</b>	<b>961,336</b>	<b>(87,685)</b>	<b>873,651</b>
Торговая и прочая дебиторская задолженность	379,138	-	379,138
Товарно-материальные запасы	1,066,960	-	1,066,960
Прочая дебиторская задолженность	958,214	-	958,214
Денежные средства и их эквиваленты	227,300	-	227,300
<b>Итого оборотные активы</b>	<b>2,631,612</b>	<b>-</b>	<b>2,631,612</b>
<b>Итого активы</b>	<b>3,592,948</b>	<b>(87,685)</b>	<b>3,505,263</b>
Процентный кредит	619,250	-	619,250
Торговая и прочая кредиторская задолженность	835,654	-	835,654
Текущие налоговые обязательства	122,266	-	122,266
Отложенные налоговые обязательства	36,730	-	36,730
<b>Итого обязательства</b>	<b>1,613,900</b>	<b>-</b>	<b>1,613,900</b>
<b>Итого активы минус обязательства</b>	<b>1,979,048</b>	<b>(87,685)</b>	<b>1,891,363</b>
<b>Итого собственный капитал</b>	<b>1,979,048</b>	<b>(87,685)</b>	<b>1,891,363</b>

**Основные средства** – Переоценка основных средств, приобретенных до 31 декабря 2002 года, т.е. в период, когда российская экономика имела статус гиперинфляционной, производилась в соответствии с МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции».

**Собственный капитал** – В соответствии с МСФО было произведено несколько реклассификаций резервов:

- Индексация акционерного капитала до 2005 года в соответствии с МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции»;
- Перемещение средств со счетов капитальных резервов на счет нераспределенной прибыли;
- Перемещение средств с других счетов накопленных доходов, относимых напрямую на увеличение собственного капитала на счет нераспределенной прибыли.

Сверка данных отчета о прибылях и убытках за 2004 год:

Примечание	ГААП США	Эффект перехода на МСФО	МСФО
Выручка	5,262,013	(24,377)	5,237,636
Себестоимость реализации	(2,645,168)	61,527	(2,583,641)
<b>Валовая прибыль</b>	<b>2,616,845</b>	<b>37,149</b>	<b>2,653,995</b>
Административные расходы	(1,715,840)	(55,132)	(1,770,972)
Доход от финансовых операций	4,516	-	4,516
Финансовые расходы	(3,368)	-	(3,368)
Прочие доходы и расходы	(100,506)	-	(100,506)
Курсовые разницы	21,602	-	21,602
Прибыль/(убыток) до налогообложения	823,249	(17,983)	805,266
Налог на прибыль	(230,181)	(486)	(230,667)
<b>Чистая прибыль/(убыток)</b>	<b>593,068</b>	<b>(18,469)</b>	<b>574,599</b>

Разница показателей отчетов о прибылях и убытках за 2004 год по стандартам ГААП США и МСФО в размере 8,003 тыс. руб. возникает в результате реклассификации групп балансовых статей в соответствии с требованиями МСФО и исправления ошибок предыдущего периода. Кроме того, в результате изменения оценки основных средств возникли разницы в амортизационных отчислениях.

#### УСЛОВНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

**Экономическая среда** – Предприятия Группы находятся и ведут финансово-хозяйственную деятельность на территории Российской Федерации, других стран СНГ и Германии. Законодательство и нормативные акты, влияющие на деятельность компаний в Российской Федерации и других странах СНГ, часто изменяются; активы и операции Компании могут подвергаться риску в связи с негативными изменениями в политической и деловой среде.

**Судебные разбирательства** – Компания «Нефис Косметикс» инициировала судебное разбирательство в отношении Компании. «Нефис Косметикс» утверждает, что Компания неправомерно использовала в коммерческих целях товарный знак «Тримакс», и требует выплаты компенсации в размере 74,5 млн руб. в качестве возмещения нанесенного ущерба. Группа не начисляла резервов по данному иску. Руководство считает, что предъявленные претензии безосновательны и не будут удовлетворены по российскому законодательству.

**Налогообложение** – Налоговое законодательство России характеризуется наличием различных толкований и частых изменений. Толкование руководством законодательства при применении его к операциям Группы может быть оспорено рядом органов, которые имеют законное право налагать штрафы и начислять пени. Недавние события в Российской Федерации предполагают, что налоговые органы заняли более жесткие позиции в толковании законодательства, процессе налогообложения и уплаты самих налогов. В результате появляется вероятность того, что операции, которые не подвергались сомнению в прошлом, могут оспариваться в будущем. Три предшествующих календарных года остаются открытыми для проверки налоговыми органами. При определенных обстоятельствах проверки могут охватывать и более длительные периоды. Несмотря на то, что руководство Группы, основываясь на своей трактовке налогового законодательства, считает, что обязательства по налогам отражены в полном объеме, вышеизложенные факты могут привести к возникновению дополнительных налоговых рисков для Группы.

#### ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Управление рисками играет важную роль в деятельности Группы. Основные риски, присущие деятельности Группы, включают кредитные риски, риск изменения процентных ставок и курсов валют. Ниже приведено описание политики управления указанными рисками Группы.

**Кредитный риск** – Группа подвергается кредитному риску, т.е. риску неисполнения своих обязательств одной из сторон по финансовому инструменту и, вследствие этого, возникновения у другой стороны финансового убытка. Группа разделила все свои кредитные риски на несколько уровней. Каждому уровню соответствуют определенные ограничения по размеру принимаемого на себя риска в отношении одного или нескольких покупателей. Кроме того, руководство Группы периодически отслеживает возраст дебиторской задолженности.

**Валютный риск** – Это риск отрицательного воздействия изменения курса валют на финансовые результаты Группы. Группа также подвержена валютному риску в связи с остающимися непогашенными кредитами, номинированными в различных валютах.

**Риск изменения процентных ставок** – Группа подвергается риску изменения процентных ставок, так как некоторые из выданных ей кредитов и выпущенных облигаций предусматривают расчеты с применением плавающей процентной ставки.

## СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

### Контактная информация Компании

#### Открытое акционерное общество Концерн «Калина» / ОАО Концерн «Калина»

620138, Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Комсомольская, д. 80  
тел.: +7 (343) 262 22 36, +7 (343) 262 06 81, +7 (343) 262 09 86  
факс: +7 (343) 262 22 32  
электронная почта: cfininet@kalina.org  
интернет-сайт: <http://www.kalina.org>

#### Тимур Горяев

Генеральный директор  
тел.: +7 (343) 262 15 27

#### Александр Петров

Финансовый директор  
тел.: +7 (343) 262 09 86

#### Николай Геллер

Директор по развитию  
тел.: +7 (343) 365 91 98

#### Дмитрий Аргунов

Начальник отдела корпоративных финансов  
тел.: +7 (343) 262 26 85  
факс: +7 (343) 262 22 32  
электронная почта: D.Argunov@kalina.org

#### Сергей Казанцев

Пресс-секретарь  
тел.: +7 (343) 365 83 06  
факс: +7 (343) 262 22 32  
электронная почта: [pressa@kalina.org](mailto:pressa@kalina.org), [S.Kazantsev@kalina.org](mailto:S.Kazantsev@kalina.org)

### Сведения о регистраторе

#### Открытое акционерное общество «Центральный московский депозитарий» / ОАО «ЦМД»

Адрес в Москве: 107078, Российская Федерация, Москва, Орликов пер., д. 3, корп. В  
Адрес в Екатеринбурге: 620026, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Сони Морозовой, д. 180  
тел.: +7 (343) 224 97 98, +7 (343) 224 05 09, +7 (343) 224 20 68  
факс: +7 (343) 224 20 68  
электронная почта: [mcd@mail.utk.ru](mailto:mcd@mail.utk.ru)

#### Сведения о лицензии:

Номер лицензии: 10-000-1-00255  
Дата выдачи: 13.09.2002 г.  
Срок действия: не установлен  
Орган, выдавший лицензию: ФКЦБ РФ

Ведение реестра именных ценных бумаг ОАО Концерн «Калина» осуществляется указанным регистратором с 11.09.2001 г.

### Сведения об аудиторе

#### Закрытое акционерное общество ЗАО «Делойт и Туш СНГ» / ЗАО «Делойт и Туш СНГ» / Deloitte & Touche

125009, Российская Федерация, Москва, ул. Воздвиженка, д. 4/7, стр. 2  
тел.: +7 (495) 787 06 00  
факс: +7 (495) 787 06 01  
интернет-сайт: <http://www.deloitte.ru>

ЗАО «Делойт и Туш СНГ» проводило аудит финансовой отчетности ОАО Концерн «Калина» за 2000-2004 гг., составленной в соответствии с Общепринятыми принципами бухгалтерского учета США (US GAAP), и за 2004-2005 гг., составленной в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности (IFRS).

#### Закрытое акционерное общество Аудиторский центр «Урал-аудит» / ЗАО Аудиторский центр «Урал-аудит»

620095, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Малышева, д. 101, офис 547  
тел.: +7 (343) 359 83 59  
факс: +7 (343) 359 83 59  
электронная почта: [Audit@Happytown.ru](mailto:Audit@Happytown.ru)

#### Сведения о лицензии на осуществление аудиторской деятельности:

Номер лицензии: № Е 000646  
Дата выдачи лицензии: 25.06.2002 г.  
Срок действия лицензии: до 25.06.2007 г.  
Орган, выдавший лицензию: Министерство финансов РФ.

ЗАО Аудиторский центр «Урал-аудит» проводило аудит финансовой отчетности ОАО Концерн «Калина» за 1999 – 2005 гг., составленной в соответствии с Российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ).

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Информация о дочерних и зависимых обществах

Наименование компании	Доля в уставном капитале, принадлежащая ОАО Концерн «Калина»
ООО «Паллада Восток»*	100%
ОАО «Лола Атир Упа»**	56%
ООО «Паллада Украина»	100%
ООО «Завод НОВОПЛАСТ»	100%
Kalina Overseas Holding B.V.	100%
Kosmetik und Rasierwaren Solingen GmbH	100%
Dr. Scheller Cosmetics AG	58,4%
Dr. Sheller DuroDont GmbH***	100%
Lady Manhattan Cosmetics GmbH***	100%
Apotheker Scheller Naturmittel GmbH***	100%
Premium Cosmetics GmbH***	100%
Lady Manhattan Cosmetics GmbH (Austria)***	100%
Dr. Scheller Cosmetics Polska Sp. zo.o.***	100%
Lady Manhattan Ltd.***	100%

\* ОАО Концерн «Калина» заключен договор о продаже его доли в ООО «Паллада Восток», поэтому в консолидированной отчетности данное предприятие рассматривается как прекращенные операции.

\*\* ОАО «Лола Атир Упа» является дочерней компанией ООО «Паллада Восток»; указана доля, которой владеет ООО «Паллада Восток».

\*\*\* Предприятия являются дочерними компаниями Dr. Scheller Cosmetics AG. Указана доля, которой владеет Dr. Scheller Cosmetics AG.

#### Информация о крупных сделках

Крупных сделок в течение 2005 года не заключалось.

#### Информация о сделках, в совершении которых имеется заинтересованность

Сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, в течение 2005 года не заключалось.

#### Предупреждение

Некоторая информация, приведенная в данном годовом отчете, может содержать экстраполяции и другие «обращенные в будущее» прогнозы относительно будущих событий или будущих финансовых показателей компании, в том смысле, в котором «обращенные в будущее» высказывания определены в разделе, посвященном предупреждениям Акта США «О реформе судебного процесса в отношении частных ценных бумаг» от 1995 года. Признаками «обращенных в будущее» высказываний являются такие выражения, как: «ожидать», «верить», «полагать», «намереваться», «может быть», «возможно» и другие подобные выражения.

Мы хотим предупредить читателя, что подобные суждения являются только прогнозами и что реальные события и результаты могут существенным образом отличаться от прогнозных. Мы не намерены приводить данные прогнозные высказывания в соответствие с событиями и обстоятельствами, которые могут иметь место после даты составления настоящего отчета или в соответствие с неожиданными событиями. Мы отсылаем читателя к документам, которые Компания предоставляет в Комиссию по ценным бумагам и биржам США (U.S. Securities and Exchange Commission), а также Федеральную службу по финансовым рынкам (ФСФР), включая Проспект эмиссии, поданный Компанией в ФСФР 21 октября 2003 года. В этих документах содержится перечисление и определение важных факторов, включая те, которые перечислены в разделе «Факторы риска» Проспекта эмиссии, под влиянием которых фактические результаты могут существенным образом отличаться от наших прогнозов и ориентированных в будущее высказываний, включая, среди прочих, возможные флуктуации результатов деятельности за квартал, изменений конкурентной среды, зависимости от разработки новых продуктов, быстрого изменения рынка, страновых рисков, волатильности цены акций, управления финансовыми рисками и будущего роста, сопряженного с рисками.

НАСТОЯЩИЙ ДОКУМЕНТ СЛУЖИТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ИНФОРМИРОВАНИЯ И НЕ МОЖЕТ КОПИРОВАТЬСЯ, РАСПРОСТРАНЯТЬСЯ СРЕДИ ТРЕТЬИХ ЛИЦ ИЛИ ПУБЛИКОВАТЬСЯ ПОЛНОСТЬЮ ИЛИ ЧАСТИЧНО НИ ДЛЯ КАКИХ ЦЕЛЕЙ.