

**Предварительно УТВЕРЖДЕН**  
**решением Совета директоров**  
**ОАО «ПРОГРЕСС»**

**УТВЕРЖДЕН**  
**Решением единственного акционера**  
**ОАО «ПРОГРЕСС»**

**Протокол принятия решения Совета**  
**директоров от 28.05.10 г. №б/н**

**Решение единственного акционера**  
**от 30.06.2010г.**

**ГОДОВОЙ ОТЧЕТ**  
**Открытого акционерного общества**  
**«ПРОГРЕСС»**  
**по итогам работы за 2009 год**



## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие сведения об Обществе.....	3
2. Положение Общества в отрасли .....	5
3. Приоритетные направления деятельности Общества.....	7
4. Отчет совета директоров Общества о результатах развития общества по приоритетным направлениям его деятельности.....	8
5. Перспективы развития Общества .....	10
6. Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Общества .....	13
7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества .....	14
8. Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых в соответствии с уставом общества распространяется порядок одобрения крупных сделок, с указанием по каждой сделке ее существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении.....	15
9. Перечень совершенных Обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, с указанием по каждой сделке заинтересованного лица (лиц), существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении.....	15
10. Состав совета директоров Общества, включая информацию об изменениях в составе совета директоров Общества, имевших место в отчетном году, и сведения о членах совета директоров Общества, в том числе их краткие биографические данные и владение акциями общества в течение отчетного года .....	15
11. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа Общества, в том числе краткие биографические данные и владение акциями общества в течение отчетного года .....	17
12. Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа Общества, каждого члена совета директоров Общества или общий размер вознаграждения (компенсации расходов) всех этих лиц, выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года .....	17
13. Сведения о соблюдении Обществом Кодекса корпоративного поведения.....	18
14. Иная информация, предусмотренная уставом общества или иным внутренним документом общества.....	18

## **1. Общие сведения об Обществе**

Полное наименование открытого акционерного общества:

**Открытое акционерное общество "ПРОГРЕСС" (далее «Общество»)**

Сведения о государственной регистрации:

Номер государственной регистрации: **№73**

Дата регистрации: **02.08.1988 г.**

Орган, осуществивший регистрацию: **Министерство Финансов СССР**

ОГРН: **1024840823996**

Размер уставного капитала: **804 168 000 рублей**

**Акции: обыкновенные именные бездокументарные**

Номинальная стоимость одной акции: **100 рублей**

### **Основные виды деятельности:**

В соответствии с Уставом Общества основными видами деятельности являются:

производство детского питания и диетических пищевых продуктов;

производство концентратов, фруктовых и овощных соков, нектаров, сокосодержащих напитков, других напитков из ягод, фруктов, и иной пищевой продукции;

производство минеральных вод и других безалкогольных напитков.

### **Органы управления Обществом:**

Общее собрание акционеров

Совет директоров

Генеральный директор (единоличный исполнительный орган)

Председатель Совета директоров - Борцов Юрий Николаевич

Генеральный директор – Кобзев Александр Александрович

Главный бухгалтер - Кузьмина Елена Ивановна

**Юридический и почтовый адрес:**

398902, г. Липецк, ул. Ангарская, вл. 2

Номера контактных телефонов:

(4742) 42 05 00

(4742) 42 05 05 (факс)

**Адрес электронной почты:**

law@progressfood.ru

Адрес страницы в сети Интернет:

<http://www.progressfood.ru/corp/progress.php>

## 2. Положение Общества в отрасли

История компании «ПРОГРЕСС» начинается с 10 сентября 1987 года, когда между Госагропромом РСФСР, шведским концерном «Тетра Пак» и бразильскими компаниями «Сукоситрико Кутрале С.А.» и «Ситросуко Паулиста С.А.», выступающими как фирма «Тесуси Б.В.» был подписан протокол о намерениях строительства завода.

13 июля 1988г. подписывается соглашение о создании совместного предприятия «ПРОГРЕСС» по производству плодоовощной продукции. Учредителем с советской стороны выступило производственное объединение «Липецксадпитомник», которому принадлежал 51% акций, с зарубежной стороны - концерн «Тетра Пак» и бразильские компании «Сукоситрико Кутрале С.А.» и «Ситросуко Паулиста С.А.», выступающие как фирма «Тесуси Б.В.» (Голландия)– 49% акций.

В 1989 году в городе Липецк началось строительство завода «ПРОГРЕСС». При строительстве завода были учтены многие инновационные технологии и опыт западных компаний. По оборудованию и технологиям завод опережал многих своих конкурентов и отвечал всем современным требованиям отрасли. Завод был построен всего за один год, и 27 сентября 1990 года состоялось официальное открытие совместного советско-шведско-бразильского предприятия «ПРОГРЕСС».

В сентябре 1990 года компания выпустила свою первую продукцию: яблочный концентрированный сок и соки в пакетах Tetra Pak. На тот момент это было передовым направлением в производстве сока, это был первый в стране сок в упаковке Tetra Pak. И практически одновременно начинается экспорт концентрированного сока на Западный рынок.

В 1993г., компания начинает выпуск соков и нектаров для детского питания «Малышам».

Новая история компании начинается в 2001 году, когда одним из акционеров ОАО «ПРОГРЕСС» становится ОАО «Экспериментально-консервный завод «Лебедянский» (ОАО «Лебедянский»). Новые времена потребовали от предприятия не только выпускать качественный продукт, но и успешно продвигать его на рынке. На завод пришла новая команда молодых менеджеров с опытом работы в западных и лучших российских компаниях. В феврале 2003г. ОАО «ПРОГРЕСС» получил сертификат системы управления качеством, соответствующий международным стандартам ISO 9001:2001.

Осенью 2005 года компания ОАО «ПРОГРЕСС» начинает розлив минеральной воды под маркой «Липецкий бювет».

В 2007 году компания ОАО «Лебедянский» приобретает 100% акций ОАО «ПРОГРЕСС».

Очередная страница истории Компании открывается в 2008 году.

Летом 2008 года единственный акционер компании – ОАО «Лебедянский» разделил свой бизнес на бизнес по производству соков и бизнес по производству детского питания и минеральной воды. Бизнес по производству соков, остался за ОАО «Лебедянский», а бизнес по производству детского питания и воды был полностью переведен на ОАО «ПРОГРЕСС». Акционером ОАО «ПРОГРЕСС» становится ОАО «Прогресс Капитал» - компания, выделенная, в результате реорганизации, из ОАО «Лебедянский».

Компании ОАО «ПРОГРЕСС» были переданы права на товарный знак «ФрутоНяня» и «ФрутоНяня МАЛЫШАМ».

С августа 2008 года ОАО «ПРОГРЕСС» и принадлежащий компании бизнес по производству детского питания и воды стали полностью независимы от компании ОАО «Лебедянский».



Основные бренды, представляющие компанию «ПРОГРЕСС» на рынке - «ФрутоНяня» «ФрутоНяня Малышам» и «Липецкий Бювет».



Рынки сбыта продукции ОАО «ПРОГРЕСС» в категориях детского питания и минеральной и питьевой воды высококонкурентны. Так, на рынке детского питания действуют порядка 10 сильных конкурентов, как отечественных, так и зарубежных. На рынке воды количество игроков значительно выше, что вызвано большой степенью раздробленности рынка и сильными позициями локальных игроков. Тем не менее, по итогам 2009 года Компания не только сумела сохранить свои позиции на рынке, но и улучшить их. Так, по данным аудита розничной торговли компании MEMRB по итогам работы в 2009 г. доля ОАО «ПРОГРЕСС» на рынке детского питания составила 30% от натурального объема рынка, что больше аналогичного показателя за прошлый год на 2% (по итогам 2008 г. – 28%). На рынке минеральной и питьевой воды доля ОАО «ПРОГРЕСС» по итогам 2009 г. составила 3%<sup>1</sup> по данным аудита розничной торговли ЗАО «Бизнес аналитика» (по итогам 2008 г. – около 2%).



### 3. Приоритетные направления деятельности Общества

В настоящий момент приоритетными направлениями деятельности Общества являются:

- осуществление модернизацию производственных мощностей с целью развития производственной базы и приведения ее в соответствие с современными задачами, совершенствование технологического процесса производства продукции детского питания, увеличения ассортиментного состава выпускаемой продукции;
- разработка новых и модернизация ранее разработанных образцов соковой и другой продукции, относящейся к категории «Детское питание» в соответствии с последними тенденциями на рынке, рекомендациями педиатров, ведущих организаций, занимающихся проблемами детского питания;
- разработка новых и модернизация ранее разработанных образцов воды, в том числе воды, относящейся к категории «Детское питание»;
- разработка новых видов и производство ранее разработанных образцов детских сухих каш
- продвижение продукции под своими брендами на рынках России и стран СНГ;
- выполнение работ и оказание услуг по переработке сельскохозяйственного и промышленного сырья;

<sup>1</sup> Доли в натуральном выражении по городам: Москва, СПб, Воронеж, Казань, Нижний Новгород, Ростов-на-Дону, Самара, Саратов, Ставрополь, Ярославль

- поддержание высокоэффективной системы дистрибьюции;
- производство соков прямого отжима;
- производство пюреобразной продукции;

#### **4. Отчет совета директоров Общества о результатах развития общества по приоритетным направлениям его деятельности**

Итоги работы Общества в 2009 году по основным видам деятельности характеризуются следующими показателями.

За 2009 год произведено 215 908 ТУБ соков, нектаров, напитков, пюре, каш, кашек в упаковке тетра пак и стеклотаре, что составило 377 471 тысяч штук (пакетов емкостью от 0,125 до 0,5 литра и стеклотары емкостью от 0,105 до 0,250 килограмма). В том числе на давальческой основе произведено 962 ТУБ соков и нектаров, в стеклотаре, что составило 1 833 тысячи штук (стеклотары емкостью 0,2 килограмма).

Производство яблочного концентрированного сока составило 2 734 тонны.

Кроме того, оказаны услуги на давальческой основе по доработке (услуги по переконцентрации) яблочного концентрата в количестве 118 тонн.

Производство яблочной ароматики составило 246 тонн.

Производство яблочного пюре в асептической упаковке составило 8 779 тонн.

Производство морковного пюре в асептической упаковке составило 4 004 тонны.

Кроме того, был произведен яблочный сок прямого отжима, так же в асептической упаковке в объеме 673 тонны.

Производство минеральной и артезианской воды в бутылках емкостью 0,33; 0,5; 1,5 и 5,0 литра составило 65 410 тысяч бутылок, что соответствует:

- минеральная вода – 87 999 ТПЛ;
- артезианская вода – 78 546 ТПЛ;
- напитки безалкогольные – 39 ТДАЛ.

Производство сухих смесей на злаковой основе для детского питания составило 583 тонны, что соответствует 2 916 тысяч штук, расфасовкой 0,2 килограмма.

Производство соков и пюре в стеклянной таре и производство сухих смесей осуществляется в обособленном подразделении ОАО «ПРОГРЕСС» в городе Лебедянь.

Затраты по обычным видам деятельности составили – 4 562 571 тысяч рублей:

– материальные затраты (сырье, материалы, запасные части, газ, вода, электроэнергия, работы и услуги промышленного характера и др.) – 2 765 344 тысяч рублей (60,6 % от общей суммы расходов);

– амортизация основных средств – 332 618 тысяч рублей (7,29 % от общей суммы расходов);

– затраты на оплату труда составили 676 628 тысяч рублей (14,83 % от общей суммы расходов);

– отчисления на социальные нужды – 119 636 тысяч рублей (2,62 % от общей суммы расходов);

– прочие расходы – 668 345 тысяч рублей (14,66 % от общей суммы расходов).

Общая сумма выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (без учета НДС) составила 5 730 902 тысяч рублей, в том числе:

– выручка от реализации воды 686 373 тысяч рублей;

– выручка от реализации соков, пюре, каш, товаров 4 749 760 тысяч рублей;

– выручка от реализации полуфабрикатов 61 900 тысяч рублей;

– экспортная выручка (Беларусь, Казахстан, Монголия, Грузия, Украина) 197 207 тысяч рублей;



- выручка от реализации услуг по розливу 2 605 тысяч рублей;
- выручка от реализации услуг по доработке концентратов других производителей (переконцентрации) 711 тысяч рублей;
- прочее 32 346 тысяч рублей.

Реализация в натуральном выражении, за 2009 год составила:

- соков 170 026 ТУБ, что составило 269 624 тысяч пакетов емкостью 0,2; 0,125; 0,33; 0,5; 0,170 литра;
- пюре и каш 42 488 ТУБ, что составило 104 267 тысяч банок, емкостью от 105 до 250 грамма;
- воды 167 295 ТПЛ или 65 473 тысяч бутылок емкостью 0,33; 0,5; 1,5 и 5,0 литров.

За отчетный 2009 год Обществом получена прибыль от продаж в размере 1 193 169 тысяч рублей и убыток от прочих операций в сумме 1 138 132 тысячи рублей, на этот показатель большое влияние оказала переоценка обязательств, выраженных в иностранной валюте и условных единицах. Убыток от переоценки составил 1 026 092 тысячи рублей, в том числе от переоценки займов и кредитов 962 828 тыс. рублей. Кроме того предприятие привлекало заёмные средства, проценты по которым так же негативно отразились на финансовом результате и составили за год 383 968 тысяч рублей.

Прибыль в целом от финансово-хозяйственной деятельности за отчетный год ) до налогообложения) составила 55 037 тысяч рублей.

Балансовая прибыль на 31 декабря 2009 г составила 112 831 тысяч рублей. Данная сумма включает в себя:

- прибыль прошлых лет в сумме 128 396 тысяч рублей;
- убыток отчетного года в сумме 15 565 тысяч рублей

Прибыль от продаж в размере 1 193 169 тысяч рублей, что составило 20,8% от выручки. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года прибыль выросла на 705 878 тысяч рублей, или в 2,4 раза.

По сравнению с прошлым периодом, в текущем выросла, как выручка от продаж, так и расходы по обычным видам деятельности (на 2 375 029 и 1 669 151 тысяч рублей соответственно). Причем в процентном отношении изменение выручки (70,77%) опережает изменение расходов (58,19%)

Убыток от прочих операций за рассматриваемый период составил 1 138 132 тысячи рублей, что на 429 824 тысячи рублей (на 60,68 %) больше, чем убыток за аналогичный период прошлого года.

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансовые результаты деятельности Общества в течение 2009 года:

Показатель	Значение показателя, тысяч рублей		Изменение показателя	
	За отчетный период	За аналогичный период предыдущего года	тысяч рублей. (гр.2 - гр.3)	± % ((2-3) : 3)
1	2	3	4	5
1. Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	5730902	3355873	2375029	70,77
2. Расходы по обычным видам деятельности	4537733	2868582	1669151	58,19

3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	1193169	487291	705878	144,85
4. Прочие доходы	960584	67154	893430	1330,42
5. Прочие расходы	2098716	775462	1323254	170,64
6. Прибыль (убыток) от прочих операций (4-5)	-1138132	-708308	-429824	60,68
7. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов)	439005	-96333	535338	
8. Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль	-70602	-47113	-23489	49,86
9. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода (3+6+8)	-15 565	-268 130	252 565	
Справочно: Изменение за период нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) по данным бухгалтерского баланса (измен. стр. 470)	-15 565	x	x	x

## 5. Перспективы развития Общества

Перспективы развития Общества на рынке детского питания будут определяться следующими факторами и условиями, влияющими на его деятельность:

- **Изменение объемов рынка и категорийной структуры**

Ситуация на рынке детского питания в 2009 г. показала, что финансовый кризис не повлиял на рост рынка детского питания. Темпы роста остаются высокими. За 2009 г. рынок вырос в натуральном выражении на 25%<sup>2</sup>.

Некоторое влияние кризис оказал на категорийную структуру рынка, где большую долю стали занимать соки, доля ЗЖМ (заменителей женского молока) из-за низкой эластичности спроса (продукт нельзя заменить другими продуктами) остается неизменной. Более дорогие, чем соки, продукты – фруктовые, овощные пюре, каши, росли меньшими темпами, чем соки, что выразилось в сокращении их доли. В абсолютном же выражении ни одна из указанных категорий не сократилась

- **Рост рождаемости**

Поддерживающим рынок фактором является продолжающийся на протяжении более десяти лет рост рождаемости. В 2009 г. родились 1 млн. 764 тыс. детей против 1 млн. 717 тыс. в 2008 г. Для сравнения, в 2000 г. в стране появились на свет 1 млн. 266 тыс. детей. По среднему прогнозу Госкомстата уровень рождаемости на уровне 2007-2009 гг. будет сохраняться в России минимум до 2018 г.<sup>3</sup> Таким образом, в среднесрочной перспективе можно ожидать, что объем целевой аудитории будет относительно стабильным.

- **Развитие вторичной целевой аудитории в ряде категорий (соки, фруктовые пюре)**

По некоторым категориям детского питания (прежде всего, по сокам и по фруктовым пюре) аудитория потребителей значительно шире, чем основная целевая аудитория (дети 0-3 года). Так,

<sup>2</sup> По данным MEMRB за 2009 г., общенациональная выборка.

<sup>3</sup> [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/demo/progn5.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/progn5.htm)

только 1/3 потребителей покупают соки для детей от 0-3 лет, в то время как на детей старше 3 лет и взрослых приходится более половины объема продаж сока. Более того, 13% потребителей детских соков приходится на тех, у кого вообще нет детей.

Схожая ситуация происходит и с сегментом фруктовых пюре, где значительная доля потребления приходится на вторичную целевую аудиторию (женщины 20-35 лет, следящих за своим здоровьем, которые используют эту категорию в качестве малокалорийного продукта в разгрузочные дни; беременные женщины, использующие пюре в качестве безопасной и полезной еды, в период коррекции диеты).

Таким образом эти категории благодаря размытой ЦА в значительной степени защищены от колебания размера основной целевой аудитории.

- **Консолидация рынка, вытеснение мелких игроков.**

На рынке детского питания происходит консолидация. Доля небольших игроков сокращается, локальные игроки, практически, исчезли с рынка. Также теряют долю рынка специализированные марки, которые представлены в одной-двух категориях детского питания (за исключением категории ЗЖМ, которая стоит особняком от других категорий рынка из-за своей специфичности, и где тон задают специализированные марки)<sup>4</sup>.

Как показывают исследования<sup>5</sup>, потребители отдают предпочтение универсальным маркам, работающим в большинстве категорий. Если марка удовлетворяет потребителя, то при включении новой категории в рацион ребенка, он, в первую очередь, смотрит на продукцию той же марки, и отдает предпочтение другим брендам только в том случае, если эта марка в категории отсутствует, либо по каким-либо причинам продукция этой марки не удовлетворяет его требованиям (нет нужных сортов, не подошел вкус, индивидуальная реакция ребенка на продукцию), тогда он включает в свой портфель другие марки. В связи с этим наиболее важно для производителей:

- присутствовать в большинстве категорий детского питания
- иметь хорошую линейку продуктов в категориях первого прикорма
- иметь налаженные каналы продвижения для мам новорожденных детей (в первую очередь, медицинское продвижение)

Действия, предпринимаемые Обществом, и действия, которые Общество планирует предпринять в будущем для эффективного использования данных факторов:

- использовать конкурентные преимущества лидера рынка в продвижении своей продукции.
- развивать линейку продуктов первого прикорма, как продуктов, стратегически важных для привлечения новой аудитории и укрепления лидерских позиций на рынке детского питания.
- вносить изменения в рецептуры уже существующих продуктов, чтобы максимально соответствовать изменяющимся / развивающимся потребностям рынка.
- во 2-ой половине 2009 канал «медицинского продвижения» был выделен в отдельное направление деятельности Компании. Активизация продвижения продукции в этом канале

<sup>4</sup> Данные MEMRB за 2007-2009 гг.

<sup>5</sup> «Построение модели мотивационной возрастной сегментации рынка детского питания». Synovate, 2009

позволит усилить имидж марок Компании как брендов первого детского прикорма, усилив тем самым стратегические важные позиции на рынке детского питания.

- выпускать на рынок новые продукты, в том числе те, которые не имеют аналогов на рынке. Так, в конце 2009 г. запущен новый продукт, не имеющий аналогов – детские десерты, (смузи). В 2010 году планируется выпуск других уникальных продуктов.
- Реализация программы интегрированных маркетинговых коммуникаций, которая позволит получить максимальный эффект от сочетания каналов продвижения, включающие в себя ТВ, радио, прессу, специализированную прессу, промо-акции, Интернет-проекты, PR, комплекс трейд-маркетинговых мероприятий. Итоговая цель – повысить лояльность потребителей к продукции компании, стимулировать спрос на основную продукцию, продвинуть новые продукты.

Перспективы развития Общества на рынке питьевой и минеральной воды будут определяться следующими факторами и условиями:

- ***Изменение объемов рынка***

Рынок минеральной и питьевой воды на протяжении нескольких лет рос значительными темпами. Однако после начала экономического кризиса, с лета 2008 г., рынок начал проседать, спрос сокращаться. В целом же по итогам года объем рынка, фактически, не изменился. В 2009 г. он сократился на 4% с 337 тыс. Дал (3370 млн. литров) до 323 тыс. Дал (по данным ЗАО «Бизнес аналитика»). Тем не менее, по самым осторожным прогнозам уже в 2010 году уровень потребления начнет восстанавливаться. При средней стоимости 1 л. 17 руб. объем рынка в денежном выражении составляет по итогам 2009 г. порядка \$1,9 млрд.

- ***Повышение культуры потребления бутилированной воды, и связанной с этим ростом проникновения категории***

Уровень потребления минеральной и питьевой воды значительно уступает уровню европейского потребления (23,9 против 48,7 л. на человека). То есть у российского рынка есть значительный потенциал развития.

- ***Укрепление тренда стремления к здоровому образу жизни.***
- ***Экологические проблемы, в частности, ухудшение качества питьевой воды в городских системах водоснабжения.***

По данным экспертов, вода из водопровода в стране с каждым годом становится все хуже, а в отдельных регионах ее состояние уже называют критическим. В цифрах около 40 процентов россиян сегодня потребляют некачественную воду.<sup>6</sup>

- ***Раздробленность рынка минеральной и питьевой воды***

Рынок питьевой и минеральной воды в значительной степени раздроблен. Федеральных марок, играющих на всем рынке РФ очень мало. Их развитию мешают региональные бренды, лояльность потребителей к которым очень сильная. Практически в каждом регионе есть свой лидер.

В будущем можно прогнозировать консолидацию рынка. Этому процессу будут способствовать: рост объемов рынка и увеличение его привлекательности для крупных игроков,

<sup>6</sup> <http://www.rg.ru/2009/07/24/voda.html>

развитие современных форматов торговли (сетей), увеличение активности маркетинговой политикой (только компании, вкладывающие значительные средства в продвижение могут рассчитывать на успех на общефедеральном уровне).

- устойчивый рост в течение последних 5-ти лет потребления детского питания промышленного производства
- неэластичность спроса на продукцию детского питания
- рост рождаемости
- тенденция роста потребления продуктов здорового питания и чистой воды

Действие данных факторов будет значительно ослаблено в связи с общей тяжелой финансовой ситуацией (кризисом) в мире. Единственным фактором, который продолжит оказывать положительное влияние на деятельность Общества на протяжении ближайших нескольких лет является неэластичность спроса на данный вид продукции (т.е. на детское питание).

Действия, предпринимаемые Обществом, и действия, которые Общество планирует предпринять в будущем для эффективного использования данных факторов и сложившихся экономических условий:

- Поддержание лояльности целевой аудитории (люди с доходом средний и ниже среднего, старшей возрастной группы)
- Трейд-предлагать новые бренды с позиционированием в дешевых ценовых нишах
- изучать потребительские предпочтения
- использовать конкурентные преимущества лидера рынка в продвижении своей продукции

Способы, применяемые обществом и способы, которые общество планирует использовать в будущем для снижения негативного эффекта факторов и условия, влияющих на деятельность Общества:

- дальнейшее развитие системы дистрибьюции;
- активная маркетинговая активность, направленная на стимулирование продаж в период сезонного пика потребления политика;

## **6. Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Общества**

Выплаты дивидендов по акциям Общества в отчетном периоде не производились.

## **7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества**

### **Страновые и региональные риски**

Риски, связанные с политической и экономической ситуацией в стране (странах) и регионе, в которых Общество зарегистрировано в качестве налогоплательщика и/или осуществляет основную деятельность:

Общество зарегистрировано в качестве налогоплательщика и осуществляет свою деятельность в Российской Федерации.

Общество не подвержено страновым рискам, прочих государств. Вместе с тем, в условиях усиливающейся глобализации мировой экономики, существенное ухудшение макроэкономической ситуации в мире может привести к заметному спаду экономики Российской Федерации.

### **Региональные риски:**

Общество зарегистрировано и осуществляет свою деятельность в городе Липецк. Липецкая область относится к числу относительно стабильных регионов.

### **Финансовые риски**

Риски, связанные с изменением процентных ставок, могут оказать существенное влияние на деятельность Общества, поскольку Общество в настоящий момент испытывает недостаток в оборотных средств.

Существуют определенные финансовые риски, связанные с невыполнением ожидаемых планов по закупкам сельхозпродукции, её переработки и планов производства продукции детского питания, воды и её реализации, а также риски связанные со значительным ростом курса иностранной валюты, влияющие на размер задолженности компании.

### **Инфляционный риск**

За последнее десятилетие курс российского рубля по отношению к иностранным валютам был подвержен значительным колебаниям. В условиях нестабильной экономической ситуации в России Общество предполагает, что данный риск может оказать влияние на положение Общества и дочерних Обществ.

### **Правовые риски**

Правовые риски, связанные с деятельностью Общества на внутреннем и внешнем рынке.

В обозримой перспективе риски, связанные с изменением валютного, налогового, таможенного и лицензионного регулирования, которые могут повлечь ухудшение финансового состояния Общества, являются, по мнению Общества, незначительными. Общество строит свою

деятельность на четком соответствии законодательству, отслеживает и своевременно реагирует на изменение в них, а также стремится к конструктивному диалогу с регулирующими органами в вопросах интерпретации норм законодательства.

### **Отраслевые риски**

Перерабатывающая деятельность: Основным и существенным фактором риска в деятельности Общества является снижение производства сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации, т.е. невыполнение хозяйствами ожидаемых планов по валовому сбору плодов и ягод и как следствие снижение объемов закупок сельхозпродукции Обществом.

Деятельность по производству концентратов, фруктовых и овощных пюре, соков, продукции детского питания: Основным и существенным фактором риска в деятельности Общества является изношенность производственного оборудования и, как результат, возможность невыполнения планов производства и реализации продукции.

**8. Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых в соответствии с уставом общества распространяется порядок одобрения крупных сделок, с указанием по каждой сделке ее существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении**

Приложение 1.

**9. Перечень совершенных Обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, с указанием по каждой сделке заинтересованного лица (лиц), существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении**

Приложение 2.

**10. Состав совета директоров Общества, включая информацию об изменениях в составе совета директоров Общества, имевших место в отчетном году, и сведения о членах совета директоров Общества, в том числе их краткие биографические данные и владение акциями общества в течение отчетного года**

**Период с 1 января 2009 по 27 апреля 2009 года  
(решение Единственного акционера от 07.10.2008г.)**

<b>№</b>	<b>Ф.И.О.</b>	<b>Краткие биографические данные членов Совета директоров</b>	<b>Сведения о владении акциями, % от уставного капитала</b>
1.	Борцов Юрий Николаевич	Год рождения: 1970г. Образование высшее.	-
2.	Кобзев Александр Александрович	Год рождения: 1970 г. Образование высшее.	-
3.	Космовская Ирина Леонидовна	Год рождения: 1974 г. Образование высшее.	-
4.	Сазанов Владислав Витальевич	Год рождения: 1967 г. Образование высшее.	-
5.	Филипцев Владимир Павлович	Год рождения: 1967 г. Образование высшее.	-

**Период с 27 апреля 2009 года по 31 декабря 2009 г.  
(решение Единственного акционера от 27.04.2009)**

<b>№</b>	<b>Ф.И.О.</b>	<b>Краткие биографические данные членов Совета директоров</b>	<b>Сведения о владении акциями, % от уставного капитала</b>
6.	Борцов Юрий Николаевич	Год рождения: 1970г. Образование высшее.	-
7.	Кобзев Александр Александрович	Год рождения: 1970 г. Образование высшее.	-
8.	Космовская Ирина Леонидовна	Год рождения: 1974 г. Образование высшее.	-
9.	Сазанов Владислав Витальевич	Год рождения: 1967 г. Образование высшее.	-
10	Климова Светлана Николаевна	Год рождения: 1970 г. Образование высшее.	-



**Сведения о сделках совершенных членами совета директоров (наблюдательного совета) по приобретению или отчуждению акций Общества**

В отчетном периоде сделки по приобретению или отчуждению акций Общества членами совета директоров (наблюдательного совета) Общества, не совершались.

**11. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа Общества, в том числе краткие биографические данные и владение акциями общества в течение отчетного года**

<b>№</b>	<b>Ф.И.О.</b>	<b>Краткие биографические данные</b>	<b>Сведения о владении акциями, % от уставного капитала</b>
1	Кобзев Александр Александрович	Год рождения: 1970г. Образование высшее. Воронежский политехнический институт.	-

**Сведения о сделках совершенных лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа Общества, по приобретению или отчуждению акций Общества**

В отчетном периоде сделки по приобретению или отчуждению акций Общества лицом, занимающим должность единоличного исполнительного органа Общества, не совершались.

**12. Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) лица, занимающего должность единоличного исполнительного органа Общества, каждого члена совета директоров Общества или общий размер вознаграждения (компенсации расходов) всех этих лиц, выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года**

Вознаграждения членам Совета директоров Общества на исполнение ими своих обязанностей в 2009г. не выплачивалось.

Критерии определения и размеры вознаграждения Генерального директора Общества определяются трудовым договором, заключаемым с Обществом.

### **13. Сведения о соблюдении Обществом Кодекса корпоративного поведения**

Кодекс корпоративного поведения на момент составления Годового отчета не принят.

### **14. Иная информация, предусмотренная уставом общества или иным внутренним документом общества**

Иная информация, подлежащая включению в Годовой отчет о деятельности Общества, уставом Общества и иными внутренними документами не предусмотрена.

**Генеральный директор**

**ОАО «ПРОГРЕСС»**

**А.А.Кобзев**

**Главный бухгалтер**

**ОАО «ПРОГРЕСС»**

**Е.И.Кузьмина**

## Приложение 1.

Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" крупными сделками, а также иных сделок, на совершение которых в соответствии с уставом общества распространяется порядок одобрения крупных сделок, с указанием по каждой сделке ее существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении

Предмет и существенные условия сделки	Одобрение
1. Пролонгация договора займа в размере 71 332 492 доллара США в рублях по курсу на момент предоставления займа на 3 года. Проценты за пользование займом 11,5 % годовых. Займодавец Борцов Ю.Н.	Единственный акционер
2. Приобретение Обществом упаковочного материала у ЗАО «Тетра Пак», на сумму до 15 000 000 евро, Срок действия договора 1 год	Совет Директоров
3. Пролонгация договора займа в размере 23 983315 долларов США, в рублях по курсу на момент предоставления займа на 3 года. Проценты за пользование займом 11,5% годовых.. Займодавец Белявцева О.А.	Совет Директоров

## Приложение 2

Перечень совершенных Обществом в отчетном году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах" сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, с указанием по каждой сделке заинтересованного лица (лиц), существенных условий и органа управления общества, принявшего решение о ее одобрении

№	Предмет и существенные условия сделки	Одобрение
1.	Пролонгация договора займа в размере 71 332 492 доллара США в рублях по курсу на момент предоставления займа на 3 года. Проценты за пользование займом 11,5 % годовых. Займодавец Борцов Ю.Н.	Единственный акционер
2.	Договор займа в сумму (в рублях по курсу ЦБ РФ на дату предоставления) 200 000 048,94 руб. Срок один год. Проценты за пользование займом 11,5 % годовых. Займодавец Борцов Ю.Н. Займ погашен.	Единственный акционер
3.	Договор аренды помещения на срок 11 мес. Общество – Арендодатель, ООО «Прогресс Инвест» - Арендатор. Сумма: 20442.84	Совет директоров
4.	Договор поставки изделий из пластмассы Преформа ПЭТ-21PCO28. Общество – Покупатель, ООО «Компания «Ассоль» - Поставщик Срок - до 31.12.10, с последующей пролонгацией на каждый последующий год	Совет директоров
5.	Аренда транспортных средств Общество – Арендодатель, ООО «Охранное предприятие «Консент» - Арендатор Сумма: 37796,24	Совет директоров