



*Утвержден
Годовым общим собранием акционеров
ПАО «ДИКСИ Групп»
01 июня 2017 года*

Протокол № 34 от 02 июня 2017 года

*Предварительно утвержден
Советом директоров
ПАО «ДИКСИ Групп»
27 апреля 2017 года*

Протокол № 07/2017 от 28 апреля 2017 года

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

**Публичного акционерного общества
«ДИКСИ групп»**

по итогам деятельности за 2016 год

Москва, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. Положение Общества в отрасли.....	3
2. Приоритетные направления деятельности Общества.....	7
3. Отчет Совета директоров о результатах развития по приоритетным направлениям деятельности Общества в 2016 году.....	7
4. Информация об объеме каждого из использованных обществом в 2016 году видов энергетических ресурсов в натуральном выражении и в денежном выражении.....	22
5. Перспективы развития Общества.....	23
6. Отчет о выплате объявленных (начисленных) дивидендов по акциям Общества.....	23
7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества.....	23
8. Перечень совершенных Обществом в 2016 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками.....	40
9. Перечень совершенных Обществом в 2016 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имела заинтересованность.....	40
10. Состав Совета директоров Общества в 2016 году и сведения о членах Совета директоров Общества.....	43
11. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа и членах коллегиального исполнительного органа Общества.....	48
12. Основные положения политики Общества в области вознаграждения и (или) компенсации расходов членам органов управления Общества.....	52
13. Экологические и социальные аспекты деятельности Общества.....	52

Приложение № 1 – Отчет о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления, рекомендованного к применению Банком России.

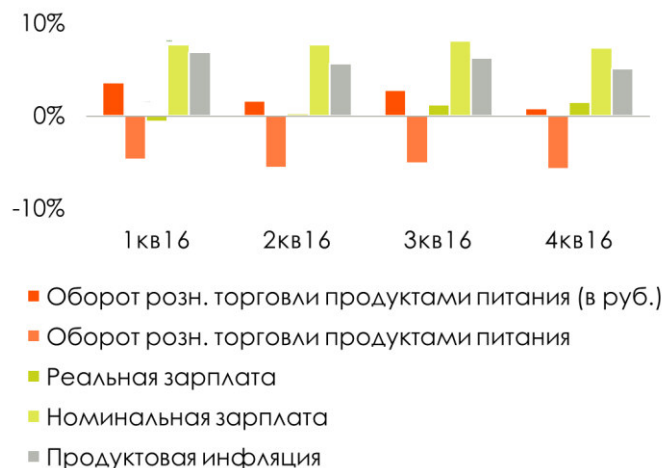
Приложение № 2 – Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность Общества за 2016 год.

Приложение №3 – Консолидированная финансовая отчетность Общества за год по 31 декабря 2016 года.

1. Положение Общества в отрасли

Обзор рынка

В 2016 году рынок розничной торговли находился под влиянием заметно снизившейся потребительской активности. Оборот розничной торговли продуктами питания (включая напитки и табачными изделиями) сократился на 5,3% год-на-год в абсолютном выражении, в то время как в денежном выражении вырос ниже уровня продуктовой инфляции в стране: всего на +2,2%, по сравнению с инфляцией на продукты питания +6,0%.

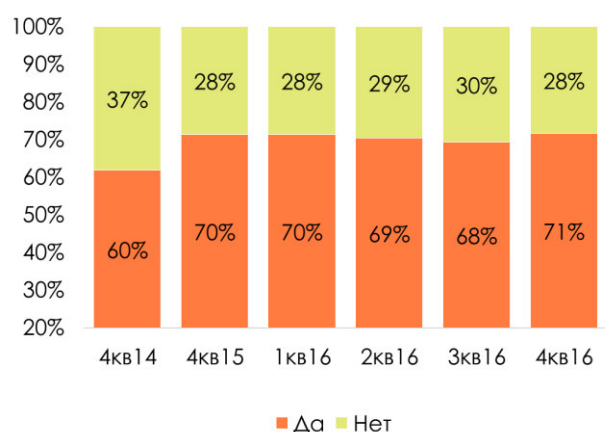


Источник: Росстат

Рынок продуктов питания в России находился в стагнации на протяжении всего 2016 года, потребление оставалось на слабом уровне, несмотря на улучшения статистических показателей по заработным платам и замедляющейся инфляции. Аналитический отчет Сбербанка РФ показывает, что доля людей, которые хотят экономить, покупая более дешевые продукты, значительно выросла за последние два года и достигла исторически высоких значений в 4 квартале 2016 года.

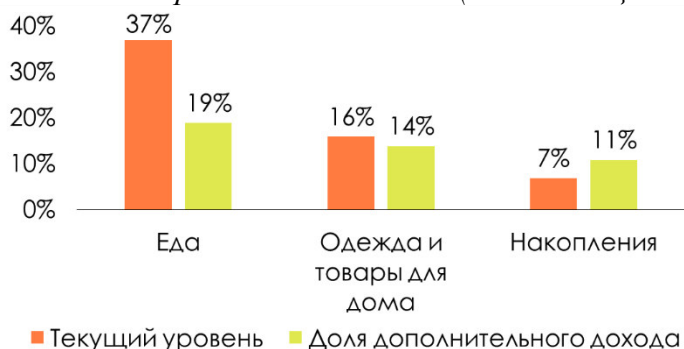
Декабрь стал одним из самых напряженных месяцев с точки зрения розничных продаж в 2016 году. Продажи продуктов питания показали наибольшее снижение за 2016 год. Такая тенденция в целом нехарактерна для периода восстановления доходов и снижения уровня роста цен. Исследования Центрального Банка РФ, а также Сбербанк помогают пролить свет на данную ситуацию. Согласно отчетам, потребители не хотят увеличивать свои расходы на товары первой необходимости даже в ситуации, если их доходы вырастут. Отчет Сбербанка отмечает, что, в то время как 28% потребителей получили прибавку к зарплате или денежный бонус, они не собирались восстанавливать свой уровень потребления до докризисных значений. Только 19% дополнительного дохода может быть потрачено на продукты питания, что значительно ниже доли, занимаемой данной категорией товаров в текущих расходах (37%). Согласно отчету, расходы на одежду и товары для дома могут вырасти пропорционально текущей доле в расходах, одновременно люди хотят сохранять большую часть своих доходов, по сравнению с тем сколько они сохраняют сейчас. Основываясь на этих данных, аналитики Сбербанка делают вывод о том, что восстановление потребления может запаздывать по сравнению с ростом экономики, и увеличение доходов населения, о котором отчитывается Федеральная Служба Статистики РФ, не обязательно приведет к немедленному росту розничных продаж.

Покупали ли люди более дешевые продукты за последние 2 месяца?



Источник: Сбербанк КИБ

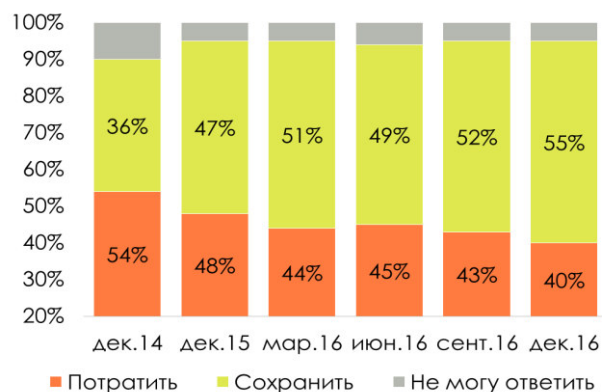
На что вы тратите свои деньги (в % от общего дохода)?



Источник: Сбербанк КИБ

Отчет Центрального Банка РФ показывает, что доля населения, скорее всего направляющего дополнительные доходы на сбережение, составила 55% в декабре 2016 года. Это наибольший показатель за 2 последних года. В то же время, доля людей, которые хотят потратить дополнительные доходы, сократилась до двухлетнего минимума и составила 40%.

Если бы у вас было 2 ваши ежемесячные зарплаты, вы бы предпочли потратить или сохранить их?



Источник: Центральный Банк РФ

В прошедшем году населению пришлось сократить потребление, так как доходы домохозяйств были под давлением из-за высокой инфляции, нестабильной валюты и неопределенности с занятостью. Потребитель остается достаточно консервативен в своих ожиданиях относительно роста экономики и своих доходов.

Нестабильность рынка негативно отразилась на всех игроках российского ритейла, однако крупнейшие сети оставались «двигателем» роста розничной торговли. Согласно данным «Инфолайн», прирост торговых площадей замедлился в 2016 году, при этом менее крупные компании показали самое значительное снижение в приросте торговой площади. В 2016 году их доля составила всего около 22% в общем приросте по рынку по сравнению с 33-39% ранее.



Источник: Инфолайн

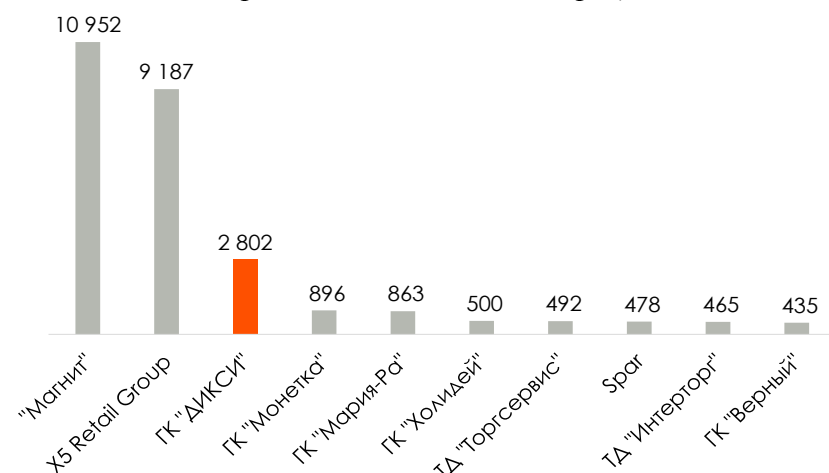
Положение Общества в отрасли

Открыв первый магазин «ДИКСИ» в 1999 году в Москве, Компания продолжала органически развивать бизнес, а в июне 2011 года ГК «ДИКСИ» приобрела Группу Компаний «Виктория», увеличив в результате этой сделки свой портфель на 235 магазинов у дома и 20 супермаркетов. К концу 2012 года ГК «ДИКСИ» завершила интеграцию Группы компаний «Виктория».

По состоянию на 31 декабря 2016 года ГК «ДИКСИ» являлась четвертой крупнейшей сетью по размеру выручки в России, занимающейся розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса, вслед за «X5 Retail Group», «Магнитом» и «Ашаном».

ГК «ДИКСИ» является третьей крупнейшей сетью по количеству магазинов в России среди российских продуктовых розничных компаний, вслед за «X5 Retail Group» и «Магнитом».

10 крупнейших сетей, занимающихся розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса, в Российской Федерации по количеству магазинов в 2016 году



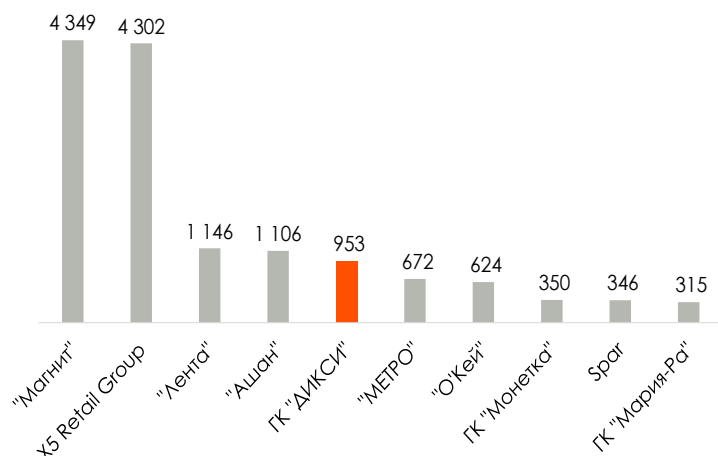
Источник: Инфолайн, данные компаний

Примечание: Не включает магазины косметики «Магнита»

По результатам 2016 года ГК «ДИКСИ» являлась пятой крупнейшей сетью по торговой площади в

России среди продуктовых розничных компаний в Российской Федерации.

10 крупнейших сетей, занимающихся розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса, в Российской Федерации по торговой площади в 2016 году



Источник: Инфолайн, данные компаний

Примечание: Не включает магазины косметики «Магнита»

Форматы магазинов ГК «ДИКСИ»

По состоянию на 31 декабря 2016 года ГК «ДИКСИ» управляла следующими форматами магазинов:

- магазины «у дома» «ДИКСИ» (2 646 магазинов), магазины «у дома» «Виктория» (48 магазинов), супермаркеты «Виктория» (67 магазинов), магазин cash&carry «КЭШ», компактные гипермаркеты под брендами «Мегамарт» и «Минимарт» (40 магазинов).

В 2016 году наибольшую долю в выручке ГК «ДИКСИ» занимал формат магазин «у дома».



Источник: данные Компании

Регионы присутствия ГК «ДИКСИ»

По состоянию на 31 декабря 2016 года ГК «ДИКСИ» была представлена в 778 населенных пунктах Российской Федерации. Магазины ГК «ДИКСИ» работают в четырех федеральных округах РФ: Центральном (1 960 магазинов), Северо-Западном (660 магазинов), Уральском (161 магазин) и Приволжском (21 магазин).

2. Приоритетные направления деятельности Общества

ПАО «ДИКСИ Групп» (далее по тексту - Компания, Общество) было учреждено в январе 2003 года как холдинговая компания по отношению к Группе Компаний «ДИКСИ». С момента регистрации ПАО «ДИКСИ Групп» как юридического лица и вплоть до сегодняшнего дня ее основной функцией является владение и управление контрольными пакетами акций компаний, составляющих Группу Компаний «ДИКСИ» - одну из ведущих российских компаний, работающих на розничном рынке продуктов питания и товаров повседневного спроса. Эта функция будет выполняться ПАО «ДИКСИ Групп» в долгосрочной перспективе. Источником будущих доходов ПАО «ДИКСИ Групп» будет оставаться выполнение работ по управлению компаниями входящих в Группу Компаний «ДИКСИ», т.е. выполнять функцию холдинговой компании, получая дивиденды и часть прибыли от дочерних компаний.

Основным направлением деятельности ГК «ДИКСИ» является развитие сети продуктовых магазинов трех основных форматов: магазин «у дома», супермаркет и компактный гипермаркет. Группа планирует концентрироваться на своем основном формате магазин «у дома» «ДИКСИ», который в данный момент генерирует большую часть выручки ГК «ДИКСИ».

ГК «ДИКСИ» предполагает развиваться преимущественно органически, однако не исключает возможных приобретений в будущем. Компания предполагает открывать свои продуктовые магазины в основном за счет собственного операционного денежного потока, однако не исключает возможности привлечения дополнительного долга для финансирования своих капитальных расходов.

3. Отчет Совета директоров о результатах развития по приоритетным направлениям деятельности Общества в 2016 году

Операционные результаты ГК "ДИКСИ"

В 2016 году Группа открыла 94 магазина за вычетом закрытий по сравнению с историческим рекордом 2015 года, когда компания увеличила число открытий на 513 магазинов. Замедление экспансии было связано с начавшимся в 2016 году процессом трансформации бизнеса, который был запущен менеджментом, чтобы улучшить эффективность основного дивизиона сети магазинов «ДИКСИ». Было принято решение о снижении количества открытий, для того чтобы сконцентрироваться на оптимизации существующей базы магазинов.



Источник: Данные Компании

Компания провела оценку окупаемости магазинов и закрыла не соответствующие заданным критериям объекты (всего было закрыто 47 магазинов в 2016 году). Процесс трансформации операционной деятельности продолжается, и Компания не исключает дальнейшее закрытие некоторых магазинов в 2017 году.

Дивизион «ДИКСИ» оставался одним из самых сильных игроков в Центральной России, имея наибольшую концентрацию магазинов в Москве и Московской области. В то время как экономика регионов и их покупательная способность населения оказались под влиянием общих негативных

тенденций в экономике, «ДИКСИ» сконцентрировался на увеличении присутствия в своих основных географических регионах. Почти все магазины «ДИКСИ», открытые в 2016 году, были расположены в Москве, Санкт-Петербурге и близлежащих к ним областях. Супермаркеты «Виктория» - лидирующий игрок на рынке Калининградской области, который также активно развивается в Московском регионе. В 2016 году «Виктория» открыла 7 магазинов.



Источник: Данные Компании

В конце года «Виктория» приобрела 12 объектов недвижимости в Калининградской области у владельцев сети «Седьмой Континент» с целью укрепления лидирующих позиций в этом регионе. В начале 2017 году на данных площадях открылись девять магазинов под вывеской «Виктория». Три объекта будут продолжать сдаваться текущим арендаторам.

Купленные магазины занимают очень выгодные локации в Калининграде и почти не пересекаются с магазинами «Виктории». Общая приобретенная площадь составила 29,8 тыс. кв. м., включая 24,7 тыс. кв. м. под открытие супермаркетов «Виктория». В результате данного приобретения «Виктория» значительно упрочит свое лидерство в регионе. При этом возросшие объемы позволят дивизиону получить экономию за счет масштаба в закупках, ассортименте и логистике. Компания рассчитывает, что сможет увеличить прибыльность по EBITDA и продажи на метр в новых магазинах, после перехода на ассортимент «Виктории» и ее стандарты качества.

Компания не планирует начинать масштабную реконструкцию купленных магазинов, обновляя 2-3 магазина в год, с тем, чтобы интеграция прошла более плавно и не потребовала значительных инвестиций.

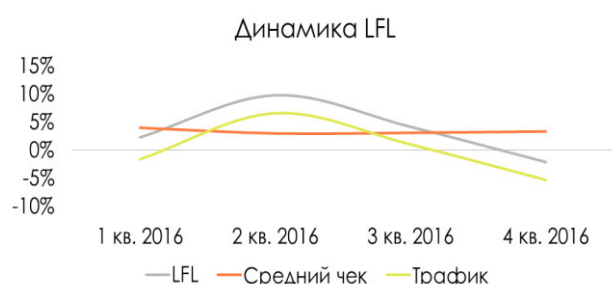


Источник: Данные Компании

«Мегамарт» - сильный региональный игрок на рынке компактных гипермаркетов. Основным регионом развития сети является Урал. Дивизион открыл 4 магазина в 2016 году: в Первоуральске, Арамиле и Екатеринбурге (2 магазина).

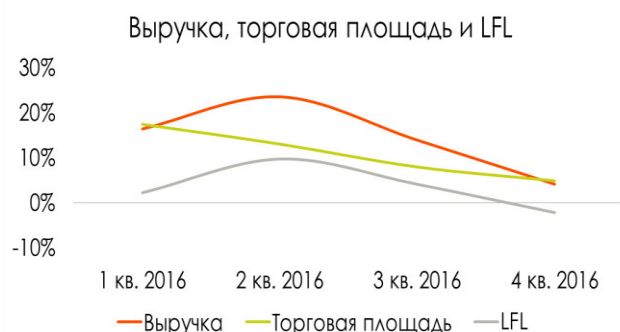
Динамика сопоставимых продаж (LFL) Группы находилась под влиянием снижающейся покупательной способности российского потребителя, а также проводимых изменений в бизнесе Компании. Во-первых, Группа пересмотрела свой подход к ценообразованию, перейдя на стратегию EDLP (низкая цена каждый день), сделав более выгодное ценовое предложение своим покупателям. Также было проведено несколько агрессивных промо-кампаний во втором квартале 2016 года, чтобы привлечь внимание покупателя к новой ценовой стратегии. Во-вторых, в конце лета 2016 года был пересмотрен ассортимент в магазинах сети «ДИКСИ», количество позиций на магазине в среднем было сокращено на 30%. На протяжении переходного периода магазины

вынуждены были работать с новым и старым ассортиментом одновременно, а покупатели адаптировали свою привычную «корзину» к новому предложению.



Источник: Данные Компании

В целом все это повлияло на продажи сопоставимых магазинов и обусловило возросшую волатильность покупательского трафика. Стоит отметить, что тенденция к снижению трафика наблюдалась во всех трех дивизионах Компании на протяжении второго полугодия 2016 года, особенно в декабре, что было также спровоцировано негативными тенденциями на рынке. Рост LFL-чека в 2016 году был ниже уровня официальной продуктовой инфляции, что также было вызвано снижением количества товаров в чеке на фоне желания сэкономить у покупателей.



Источник: Данные Компании

Улучшение формата «ДИКСИ»

В 2016 году Компания преобразовала работу магазинов прежде всего, сделав акцент на снижении издержек. Многие операции были централизованы, что позволило сотрудникам магазинов проводить больше времени в зале и с покупателями. Это позволило провести дальнейшую оптимизацию расходов: сократилось количество персонала на магазин, а также административный персонал.

Также Компании удалось значительно улучшить работу с товарными запасами в магазинах за счет повышения эффективности работы логистики и управления поставками.

Большая работа была проведена в области управления персоналом и мотивации. После внедрения системы «Биометрия» стало возможно посчитать реально отработанное время, а также исключить потенциальные злоупотребления со стороны персонала магазинов.

В 2016 были разработаны «чек-листы» для проверки качества обслуживания покупателей и работы в магазинах. Это действенный инструмент, который помогает проверить, что решения, принятые в офисе, реализуются в магазинах. Например, с помощью «чек-листов» проверяется, насколько магазин чистый, все ли ценники с правильными ценами на месте, вежлив ли персонал с покупателем и т.д. Сотрудники магазинов были также замотивированы на реализацию улучшений, так как часть их компенсации на сегодняшний день зависит от результата проверок по «чек-листу».

Один из наиболее важных проектов 2016 года – разработка концепции обновленного магазина «ДИКСИ». В феврале 2017 года были открыты первые 20 тестовых магазинов. Проект продлится

несколько месяцев и если будет успешным, то менеджмент рассмотрит возможность обновления большего количества магазинов и открытия новых в соответствии с новой концепцией.

Стоимость изменений, производимых в магазине, невелика. Они, в основном, касаются планogramм и мерчандайзинга и связаны с процессом оптимизации ассортимента. Больше внимания будет уделяться таким категориям продуктов как хлеб, овощи и фрукты, вино и т.д.

Коммерческая деятельность и ассортимент

В сети магазинов «ДИКСИ» в 2016 году была проведена значительная оптимизация ассортиментной матрицы. В основе данного процесса лежала идея построения такого ассортиментного предложения, которое будет удовлетворять предпочтения целевого покупателя, то есть сочетать в себе высокое качество и низкую цену. Было выделено три основных компонента клиентского предложения. Во-первых, фокус на присутствие сильных и наиболее востребованных брендов в регулярном ассортименте. Во-вторых, расширение предложения высококачественных товаров под собственными торговыми марками, что подчеркивает отличие от конкурентов. В-третьих, введение временных товарных позиций, призванных закрыть сезонные потребности и привнести новизну в каждодневный процесс покупок.

В 2016 году было оптимизировано количество товарных позиций на уровне магазина, а именно сокращено примерно на 30% в среднем с 4 700 – 5 000 позиций до около 3 400 позиций, включая приблизительно 3 000 SKU регулярного ассортимента. Несмотря на это, покупатель «ДИКСИ» не почувствует сокращение возможности выбора, так как из ассортимента выводились наиболее слабые позиции, в то время как временный ассортимент был расширен. Вместе с тем, проведенная оптимизация должна помочь «ДИКСИ» лучше контролировать расходы магазинов и логистики, а также оборотный капитал.

В процессе пересмотра ассортимента были выделены важнейшие категории, такие как овощи и фрукты, хлебобулочные и молочные продукты, корм для животных, вино, бытовая химия и косметика и т.п. Дополнительно прорабатывается возможность по развитию категории «готовая еда». Все эти преобразования происходят вместе с обновлением формата магазина и улучшением представленности данных категорий в сети.

В дальнейшем планируется наращивать предложение собственных торговых марок как основное конкурентное преимущество сети. Большая часть СТМ производится в России, что соответствует ориентации Компании на поддержку российского производителя и импортозамещение. Также Компания работает над снижением расходной части путем улучшения упаковки товаров с использованием специальных готовых к выставлению на полку коробов, а также «смешанных» коробов для СТМ, рассматривая возможности по использованию данной технологии для брендированных товаров.

В 2016 году в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» были внесены изменения. Новая редакция закона вступила в силу 15 июля 2016 года. Новые правила установили, что любые выплаты от поставщика не могут превышать 5% от стоимости закупаемых товаров без НДС, в том числе услуги по продвижению товара, транспортировке и упаковке, а также любые другие услуги. Все прочие платежи запрещены. До внесения поправок бонус за величину поставок товаров мог составлять до 10% стоимости закупки, платежи за дополнительные услуги не были урегулированы. Также поправки сократили сроки оплаты продукции поставщику в зависимости от сроков годности: с 10-45 дней до 8-40 дней. Уже заключенные договоры должны были быть приведены в соответствие с новой редакцией закона до начала 2017 года. Компания пересмотрела свои договоры с поставщиками в соответствии с новыми требованиями законодательства к 31 декабря 2016 года.

В 2016 году мотивационная схема Департамента закупок подверглась модернизации. Категорийные менеджеры теперь несут полную ответственность не только за валовую прибыль, но и за улучшение оборачиваемости капитала в «своей» категории товаров. Это позволило повысить ориентированность сотрудников Департамента закупок на финансовый результат компании и ее денежный поток.

Стратегия развития СТМ является одной из ключевых составляющих программы трансформации бизнеса ГК «ДИКСИ», которая должна способствовать выстраиванию лояльности

покупателей, повышению привлекательности нашего покупательского предложения, а также улучшению прибыльности бизнеса.

Товарные линейки «Д» и «Первым Делом» исторически составляют костяк ассортимента собственных торговых марок и являются востребованными у покупателей. Однако Компания хотела бы более активно наращивать свое предложение товаров под собственными марками. Менеджмент пришел к мнению, что покупатель хочет видеть большее разнообразие брендов на полке. Соответственно, Компания сосредоточилась на создании большого разнообразия товаров высокого качества в разных продуктовых и ценовых категориях. В 2016 году был сделан еще один шаг в сторону развития СТМ для большей дифференциации предложения покупателю против того, что могут предложить конкуренты, с целью подчеркнуть уникальность нашего ассортимента.

Команда СТМ разработала план по перезапуску или внедрению «с нуля» более чем 70-ти товарных категорий под собственными торговыми марками. Новый подход к СТМ будет базироваться на трех основных составляющих. Марка «Первым Делом» будет по-прежнему предлагать товары с самой привлекательной ценой на полке, так как покупатели остаются очень чувствительны к цене. Новые товары будут выпускаться в логике «одинаковые потребительские свойства – один бренд». В соответствии с данной концепцией будет происходить запуск новых СТМ под зонтичными брендами. Марка «Д» также будет частью ассортиментной матрицы для самых успешных категорий.

Опираясь на успех СТМ в «ДИКСИ», новые бренды СТМ будут представлены во всех трех дивизионах, что позволит получить дополнительный синергетический эффект в закупках, а также повысить узнаваемость собственных марок среди покупателей.

Развитие прямого импорта СТМ также является составной частью стратегии. Компания уже начала эксклюзивно импортировать несколько торговых марок в категории «вино» из наиболее популярных среди российских потребителей географических регионов, таких как Франция, Италия и Испания. Все это напрямую связано с программой обновления магазинов, где больше внимания будет уделяться ассортименту качественного вина по доступной цене.

Качество собственных торговых марок – важная часть стратегии развития СТМ. Система аудита поставщиков для СТМ, а также проверки качества продукции позволяют быть уверенными в высоких потребительских свойствах собственных марок. СТМ не раз были удостоены различных наград в области качества, включая знак качества «Роскачество».

В 2017 году планируется ускорить запуск товаров под собственными торговыми марками и нарастить их долю в выручке до 25%.

Логистика и цепочка поставок

Система товародвижения и логистики составляет основу любой розничной компании, и Компания считает, что её развитие является одним из ключевых факторов для успеха бизнеса в будущем.

В результате процесса трансформации бизнеса, начавшегося в 2016 году, ГК «ДИКСИ» пришлось столкнуться с несколькими вызовами, такими как значительное изменение ассортимента, пересмотр подходов к промо-активности и изменение планов развития. Команда не только успешно справилась с данными задачами, но и повысила эффективность работы цепочки поставок в магазины, доказав способность оперативно адаптироваться к запросам Компании и покупателей.

Оптимизация ассортимента затронула около 30% всей матрицы и была проведена в сжатые сроки. Система поставки смогла оперативно перераспределить объемы товаров между различными локациями и магазинами, для того чтобы освободить место под новый ассортимент. К концу года старые запасы были полностью выведены с распределительных центров. Оставшаяся часть запаса на магазинах будет продана до конца первого квартала 2017 года.

Оптимизация запасов и снижение уровня потерь – важнейшие составляющие для поддержания прибыльности и денежного потока бизнеса. К концу 2016 года уровень запасов был снижен на 11%, несмотря на то, что было открыто 83 новых магазина «ДИКСИ».

Также Компания работала над повышением точности доставок в магазины с распределительных центров и качеством комплектации паллет в 2016 году. Были сокращены временные окна поставок в магазины с восьми до двух часов, при этом процент точности доставки

остался на высоком уровне. В результате уровень сервиса вырос на 5% к концу года и составил 90% в декабре 2016 года. Это самый высокий показатель за последние три года. Коэффициент наличия товаров в магазинах составил 87%.

Серьезное обновление в 2016 году прошла система автозаказа, что позволило найти правильный баланс между наращиванием продаж и нормализацией товарных потерь. Текущие настройки системы автозаказа предоставляют большую свободу директору магазина по корректировке объема заказа, однако головной офис сохраняет контроль над регулированием ключевых категорий, таких как овощи и фрукты, а также товары, участвующие в промо-акциях. Это позволяет управляющему магазином соотносить поставки с уровнем спроса в конкретной местности, в то время как менеджмент продолжает контролировать категории товаров, которые привлекают покупателей в магазины.

ГК «ДИКСИ» постоянно ищет пути улучшения расходной составляющей бизнеса, и в 2016 продолжилась работа по оптимизации затрат на транспортировку товаров. Дополнительные издержки, связанные с введением системы взимания платы с большегрузного транспорта «ПЛАТОН» в РФ было в значительной степени компенсировано повышением эффективности операций. Количество используемых услуг третьих лиц было сокращено, и потребности Компании в транспорте были полностью закрыты после покупки дополнительных 110 грузовиков.

В прошлом году Компания тестировала процесс голосового отбора на одном из распределительных центров. Пилот показал, что продуктивность персонала выросла практически на 20%.

В декабре 2016 года было завершено строительство нового распределительного центра в Московской области. Распределительный центр «Северный» имеет общую площадь 55,1 тыс. кв. м. С открытием данного РЦ общая площадь складов вырастет до 278,3 тыс. кв. м. При этом 60% складских площадей будут находиться в собственности Компании.

Управление персоналом

В 2016 году была разработана стратегия управления персоналом Группы, чтобы поддержать процесс операционной трансформации бизнеса. При этом принималось во внимание, что в Компании работает более 50 тысяч человек и затраты на персонал составляют более 40% операционных расходов.

Одно из основных направлений деятельности в 2016 году было формирование и поддержание команды высшего и среднего менеджмента. Уже к концу года была создана профессиональная команда управленцев, заполнившая все ключевые позиции. В 2017 году Компания продолжит усиление команды путем формирования кадрового резерва на все топовые и ключевые позиции из числа действующих сотрудников, которые смогут стать потенциальными преемниками и руководителями в будущем.

В процессе работы над структурой Компании и формированием команды были также оптимизированы наши расходы на персонал путем более тщательного и точного подхода к планированию штатного расписания и интенсивности использования привлеченного персонала.

Подход Компании предполагает, что сотрудники получают справедливую компенсацию за проделанный объем работы. В 2016 году была запущена биометрическая система учета рабочего времени по отпечатку пальца, что позволило на 5% повысить эффективность расходов на персонал.

Удержание сотрудников – одно из важнейших направлений в стратегии Компании. Адаптация новых сотрудников на рабочем месте в первые дни очень важна для их дальнейшей успешной работы.

Общеизвестно, что не менее половины персонала магазинов и логистики принимают решение уволиться в течение первых 1-3 месяцев работы. Для борьбы с высокой текучестью на ранних этапах работы была разработана программа наставничества, уделяется большое внимание удаленному обучению, когда сотрудник находится на рабочем месте. Это помогает сделать процесс адаптации более быстрым и плавным для нового члена команды. Данный процесс станет важной составляющей образовательных программ в ГК «ДИКСИ» и значительным подспорьем для корпоративного университета. «ДИКСИ Академия» является эффективным инструментом обучения персонала, чьи программы планируется усиливать в дальнейшем.

Новая программа мотивации персонала разрабатывалась на протяжении 2016 года и будет полностью интегрирована в операционную деятельность Компании в первом полугодии 2017 года.

Создание четкой взаимосвязи между стратегическими целями Компании и мотивацией сотрудников – важный аспект в достижении этих стратегических целей. Система мотивации должна быть прозрачной и понятной сотрудникам, а объем компенсации зависеть от достижения персональных целей (KPI). Подход мотивирования по целям (Motivation by Objectives) предполагает каскадирование целей высшего уровня до задач более низкого уровня, трансформируясь в индивидуальные цели каждого человека.

Одно из основных направлений работы на 2017 год связано с управлением рисками. Компания рассматривает и изучает любые возможности, которые будут способствовать снижению количества несчастных случаев и угроз здоровью для персонала.

Также Компания планирует работать над усовершенствованием внутренних коммуникаций и усилением корпоративной культуры и создать один из самых сильных брендов в области управления персоналом в рознице, чтобы привлекать лучшие кадры с рынка.

Маркетинг

На протяжении последних двух-трех лет рынок продовольственной розницы в России находился в стагнации. Население предпочитало экономить и быть более сдержанным в тратах. Положительных изменений в потреблении пока не происходит, несмотря на видимые улучшения в официальной статистике и прогнозах доходов в конце 2016 года.

Кажется, что покупатели перестали баловать себя «вкусными» покупками и сейчас более рационально подходят к процессу планирования своего бюджета. Такое поведение потребителей напрямую отражается на среднем чеке во всей розничной торговле. Также отмечается негативная динамика среднего количества товарных позиций в чеке на протяжении прошлого года.

Типичный покупатель магазина «ДИКСИ» становится более ориентирован на цену товара, предпочитая покупать товар со скидкой, более скрупулезно сравнивая цены между магазинами. Согласно данным Nielsen, доля промо в России в современном формате торговли в 1 квартале 2016 году выросла до 46% по сравнению с 35% в 1 квартале 2015 года. В то же время, глубина скидок увеличивается, и Компания отмечает, что минимальная скидка, на которую покупатели обращают внимание составляет 25% против 10-15% раньше.

Несмотря на снижение доходов и необходимость покупать более дешевые продукты покупатели не хотят понижать свои стандарты качества. Спрос на качество и уровень сервиса растет, так как потребитель не желает жертвовать ними ради сниженной цены, он хочет получать все вместе.

Подход к маркетингу «ДИКСИ» был скорректирован в соответствии с тенденциями рынка. В 2016 году Компания пришла к новой парадигме управления магазинами «ДИКСИ», которые должны сочетать в себе низкую цену и улучшенное качество предложения. ГК «ДИКСИ» перешла на стратегию «низкая цена каждый день» в ценообразовании и сделала процесс мониторинга и сравнения цен с конкурентами более детальным. Одновременно делалось все, чтобы в магазинах ГК «ДИКСИ» по-прежнему было приятно совершать покупки. Были обновлены коммуникационные материалы, так как Компания хочет не просто продавать продукты питания, но и приносить хорошие эмоции своим покупателям и делать их немного более счастливыми.

Покупатели высоко оценили тематические фестивали продуктов, которые способствовали поддержанию разнообразия предложения, в то время как основной ассортимент был оптимизирован. Компания провела несколько фестивалей, посвященных продуктам из разных частей мира (Франция, Вьетнам, Латинская Америка и т.д.). Они были построены на основе временного ассортимента и должны были мотивировать покупателя посетить магазины «ДИКСИ» снова в поисках новых эмоций и гастрономических ощущений.

Промо-акция «Прилипалы-2» была одной из самых успешных в 2016 году. Покупатель получал игрушку-прилипалу за 500 рублей в чеке или покупку товара-спонсора. В целом более чем 36 миллионов игрушек было выдано и 250 тысяч альбомов для хранения продано за время проведения акции. Количество чеков с суммой более 500 рублей выросло примерно на 10%, в то время как поставщики, участвующие в акции, получили хороший процент прироста продаж.

Компания смогла удержать постоянных клиентов «Виктории», несмотря на сложную экономическую ситуацию, потому что проводили проактивную политику в области маркетинга и рекламы. Супермаркеты «Виктория» лидируют на рынке по качеству своего предложения и сервису. Эти качества важны для покупателей сети.

В 2016 году «Виктория» запустила долгосрочную программы лояльности. Держатель карты «Моя Виктория» получает доступ к личному кабинету и мобильному приложению, что позволяет быть глубоко вовлеченным в маркетинговую активность. Многочисленные привилегии для держателей карт включают: скидку до 50% на 1 500 товарных наименований и персонализированные предложения еженедельно; 15% скидку на собственное производство «Виктории» в качестве подарка ко дню рождения; участие в различных мастер-классах и дегустациях. Программа была запущена в сентябре 2016 года, и к концу года собрала уже около 1 миллиона активных пользователей, на долю которых приходится 70% всех покупок в сети «Виктория».

ГК «ДИКСИ» продолжает анализировать возможности Интернет-канала продаж. В 2016 году сеть «ДИКСИ» подписала соглашение с агрегатором скидок и инструментом сравнения цен «Едадил». Компания получила возможность информировать покупателей о текущих акциях и получать статистические данные о самых востребованных продуктах и наиболее интересных промо-кампаниях для своей целевой аудитории. Супермаркеты «Виктория» имеют значительный опыт сотрудничества с данным агрегатором и даже размещают в нем свои купоны.

Информационные технологии

ГК «ДИКСИ» всегда ищет возможности для того, чтобы оптимизировать свои процессы и сделать их менее затратными, путем реализации различных проектов в сфере информационных технологий в магазинах, распределительных центрах и офисах. Например, в 2016 году сотрудники магазинов получили возможность проще заказывать продукты с распределительного центра, используя портативные терминалы сбора данных, что сделало процесс заказа более точным и своевременным. Новые решения в области IT поддержали логистические процессы - внедрение voice-picking и pick-by-line, что приведет к увеличению производительности труда на складе приблизительно на 20%. Большое внимание было уделено доработкам двух основных ERP систем компании, Axapta и GOLD.

Компания завершила внедрение электронного EDI документооборота с поставщиками для нефискальных документов и планирует распространить эту систему на фискальные документы в 2017 году (счета фактуры и УПД). Реализация этого проекта сократила стоимость регулярного документооборота и сделала работу с поставщиками более прозрачной и быстрой. Дополнительно к этому был расширен функционал по работе с первичными документами и теперь они хранятся в единой базе данных и доступны в любое время в привязке с бизнес операциями.

В дивизионе «Виктория» была запущена CRM система и мобильное приложение для новой программы лояльности «Моя Виктория». В 2017 году планируется создать центр по приему звонков от покупателей специально для супермаркетов «Виктория» и установить информационные терминалы для клиентов в магазинах «Виктория».

На протяжении года работа IT включала широкий фронт работ по адаптации информационных систем компании к новым требованиям в законодательстве. Новые правила по продаже алкоголя в рознице потребовали обновления кассовых терминалов и установки специальных сканеров на кассах для работы с ЕГАИС (Единая государственная автоматизированная информационная система). В 2017 году будет реализован проект в соответствии с требованиями новой редакции Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа», согласно которой информацию с кассовых терминалов по чекам режиме реального времени будет отправляться в Федеральную Налоговую Службу.

Компания планирует реализовать несколько инновационных проектов в 2017 году, связанных с BigData, технологиями, повышающими лояльность наших клиентов. Эти проекты позволят

находиться на острие технологических новинок и позволят сделать более эффективным бизнес Группы.

Разработка системы комплаенса

Руководство ГК «ДИКСИ» уделяет значительное внимание развитию корпоративного управления в соответствии с лучшими мировыми стандартами и практиками. В 2016 году было принято решение о качественном улучшении комплаенс-программы и усилении функции комплаенс. В основе новой программы, которая была представлена на утверждение Совету директоров 11 октября 2016 года, лежат такие ключевые принципы, как честность, добросовестность, уважение к клиентам и сотрудникам, стремление строить деловые отношения на основе взаимной выгоды и честного предпринимательства, нетерпимость к любым проявлениям незаконного и неэтичного поведения, организация независимого механизма для сообщений о нарушениях.

Совет директоров утвердил новые Кодекс поведения, политики и процедуры в области комплаенс, которые включают регулирование следующих областей: противодействие коррупции и незаконной торговле, противодействие легализации доходов, полученных преступным путем, соблюдение законодательства о конкуренции, защита интеллектуальной собственности, конфиденциальной и инсайдерской информации.

Разработка и внедрение обновленных комплаенс-политик и процедур заняло 6 месяцев. Результаты, свидетельствующие об эффективности новой программы, стали очевидны уже в первые месяцы после внедрения. В частности, был изменен формат работы «горячей линии» для информирования о нарушениях комплаенс-политик. Вместо формы обратной связи на сайте ГК «ДИКСИ» появилось три альтернативных канала: телефон, сайт, электронная почта. С ноября 2016 года прием телефонных звонков и онлайн-сообщений осуществляется независимым консультантом, имеющим высокую репутацию на рынке консалтинговых услуг и финансовых расследований и обеспечивающим конфиденциальность полученной информации. Указанные изменения позволили повысить эффективность работы Линии доверия.

Впервые в истории Компании создан Комитет по этике. В задачи Комитета входит: расследование нарушений требований законодательства и принципов этичного ведения бизнеса; оценка значимых конфликтов интересов и рисков, а также принятие мер по их минимизации; рассмотрение сделок/операций с высоким комплаенс-риском; мониторинг соблюдения требований комплаенс-политик и процедур. По итогам рассмотрения указанных вопросов Комитет принимает рекомендации и представляет их на утверждение Генеральному директору.

Компания стремится к тому, чтобы её поставщики и партнёры также разделяли принципы Компании в области этичного ведения бизнеса. С этой целью во все договоры включается антикоррупционная оговорка, а также проводится тщательная проверка всех деловых связей Компании. В рамках обновленной комплаенс-программы разработана и утверждена Политика «Знай своего контрагента», устанавливающая основные условия, процедуры, ответственных лиц и сроки проведения проверки контрагентов, с которыми ГК «ДИКСИ» вступает в гражданско-правовые отношения. Компания использует риск-ориентированный подход при проверке благонадежности контрагентов. Это означает, что Компания принимает решение об установлении или продолжении деловых взаимоотношений с контрагентом в зависимости от уровня риска, присвоенного по результатам проведения процедур проверки. В 4 квартале 2016 года была проведена комплексная автоматизированная проверка 36,5 тыс. контрагентов, по результатам которой были выявлены потенциальные конфликты интересов с сотрудниками Компании, аффилированные цепочки арендодателей, а также контрагенты с высоким риском неблагонадежности.

Компания продолжит дальнейшее развитие комплаенс-программы, поскольку её репутация и будущие успехи зависят от соблюдения требований закона и приверженности высоким этическим стандартам.

Обзор финансовых результатов за 2016 год (на основании консолидированной МСФО отчетности ГК «ДИКСИ»)

Выручка

В 2016 году общая выручка Группы выросла на 14,3% до 311,2 млрд. руб. Розничная выручка выросла на 14,3% до 309,1 млрд. руб. Доля дивизиона «ДИКСИ» в выручке составила 82%.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
Выручка	311 237	272 345	14,3%
Розничная выручка, вкл.	309 085	270 458	14,3%
ДИКСИ	252 167	219 026	15,1%
Виктория	37 543	33 308	12,7%
Мегамарт	19 375	18 124	6,9%
Прочая выручка	291 862	254 221	14,8%

Рост выручки был, в основном, обусловлен открытием новых магазинов в 2015-2016 годах. В 2016 году команда менеджмента проводила переоценку результатов работы существующей базы магазинов, одновременно предъявляя более жесткие требования по качеству к новым локациям. Поэтому количество открытий было меньше чем годом ранее.

Значительное изменение ассортимента, а также общая «слабость» рынка способствовали снижению LFL трафика в конце года.

В 2016 году LFL продажи выросли благодаря росту чека на +3,5%, а также увеличению трафика на +0,9%. На LFL повлияло снижение покупательной способности населения, что привело к снижению трафика, а также количества позиций в чеке.

LFL за 2016 год	LFL	Трафик	Чек
Группа	4,4%	0,9%	3,5%
ДИКСИ	5,1%	1,1%	4,0%
Виктория	2,4%	(0,4%)	2,8%
Мегамарт	(0,6%)	0,1%	(0,7%)

Выручка LFL за 2016 год рассчитана по 2 634 магазинам, что составляет 94% от общей базы магазинов (в 2015 года LFL база составляла 78% от общего количества магазинов).

База для расчета LFL	колич. магазинов в базе LFL	% от общего числа магазинов
Группа	2 634	94%
ДИКСИ	2 493	94%
Виктория	105	91%
Мегамарт	36	90%

Рост продаж замедлился к концу года из-за меньшего прироста торговой площади и ухудшения показателей LFL продаж.

% г-к-г	1 кв. 16	2 кв. 16	3 кв. 16	4 кв. 16
Рост выручки	16,5%	23,6%	14,0%	4,2%
Рост розничной выручки, вкл.	16,6%	23,7%	13,9%	4,1%
ДИКСИ	18,5%	26,7%	13,9%	2,9%
Виктория	14,0%	13,4%	16,1%	0,0%
Мегамарт	0,0%	6,1%	10,5%	10,7%
LFL	2,3%	9,8%	4,2%	(2,1%)
Рост торговой площади	17,5%	13,1%	8,0%	4,9%

Себестоимость продаж

Себестоимость продаж включает в себя себестоимость проданных товаров (за минусом бонусов от поставщиков), транспортные расходы и товарные потери.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
Себестоимость продаж	228 063	192 636	18,4%
Себестоимость проданных товаров	216 523	181 430	19,3%
Транспортные расходы	3 051	2 275	34,1%
Товарные потери	8 490	8 932	(4,9%)
как % от выручки			
Себестоимость продаж	73,3%	70,7%	260бп
Себестоимость проданных товаров	69,6%	66,6%	300бп
Транспортные расходы	1,0%	0,8%	20бп
Товарные потери	2,7%	3,3%	(60бп)

В 2016 году себестоимость продаж выросла на 18,4% до 228,1 млрд. руб. и на 260 бп (базисных пунктов) как процент от выручки до 73,3%. Рост в абсолютном выражении был обусловлен ростом объемов бизнеса Группы.

Себестоимость проданных товаров выросла на 19,3% до 216,5 млрд. руб. и на 300 бп (до 69,6%) в процентах от выручки. Рост на 300 бп произошел из-за того, что покупательная способность населения оставалась на низком уровне, а также из-за распродажи запасов выведенного ассортимента после проведенной оптимизации.

Потери сократились на 4,9% год-на-год до 8,5 млрд. руб. Как процент от выручки они снизились 60 бп до 2,7%, что связано с программами менеджмента по улучшению в системе поставок в магазины и логистики, улучшению процессов в магазинах и внедрению целевых показателей по потерям в систему мотивации.

Транспортные расходы выросли на 34,1% год-на-год до 3,1 млрд. руб. и на 20 бп до 1,0% как процент от выручки. Рост произошел по причине увеличившегося размера перевозок в связи с ростом сети, а также запуском системы «ПЛАТОН» (взимание платы с большегрузного транспорта). Однако, повышение эффективности логистики помогло частично сгладить рост расходов. Компания стала больше использовать собственный автопарк и снизила использование стороннего транспорта.

как % от выручки	1 кв. 16	2 кв. 16	3 кв. 16	4 кв. 16
Себестоимость продаж	73,4%	72,1%	74,5%	73,2%
Себестоимость проданных товаров	69,6%	68,2%	71,0%	69,7%
Транспортные расходы	0,9%	1,0%	1,1%	0,9%
Товарные потери	2,9%	3,0%	2,4%	2,6%
Изменение г-к-г в базисных пунктах				
Себестоимость продаж	200бп	170бп	320бп	330бп
Себестоимость проданных товаров	300бп	190бп	340бп	370бп
Транспортные расходы	0бп	20бп	20бп	10бп
Товарные потери	(100бп)	(20бп)	(50бп)	(60бп)

Валовая прибыль и валовая маржа

Валовая прибыль выросла на 4,3% до 83,2 млрд. руб. в 2016 году. Валовая маржа сократилась на 260 бп до 26,7%.

	2016	2015	Г-к-Г
Валовая прибыль (млн. руб.)	83 174	79 709	4,3%
Валовая маржа (%)	26,7%	29,3%	(260бп)

Основная причина сокращения валовой маржи – более низкая коммерческая маржа из-за инвестиций в цену и смены ценового позиционирования, что было частично компенсировано улучшением показателя потерь.

Во второй половине года оптимизация ассортимента и распродажа остатков со скидкой имела дополнительный единовременный эффект на коммерческую маржу.

	1 кв.16	2 кв. 16	3 кв. 16	4 кв.16
Валовая прибыль (млн. руб.)	19 726	23 424	19 111	20 914
Валовая маржа (%)	26,6%	27,9%	25,5%	26,8%

Коммерческие и общехозяйственные расходы

Коммерческие и общехозяйственные расходы выросли на 11,4% до 82,3 млрд. руб. и сократились на 60 бп как процент от выручки, в основном, благодаря снижению расходов на персонал.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
Коммерческие и общехозяйственные расходы	82 337	73 900	11,4%
Персонал	36 185	33 055	9,5%
Аренда	21 739	18 667	16,5%
Амортизация	8 764	7 661	14,4%
Коммунальные услуги, ремонт и техническое обслуживание	7 734	7 569	2,2%
Реклама	2 149	1 214	77,0%
Прочие	5 766	5 734	0,6%
как % от выручки			
Коммерческие и общехозяйственные расходы	26,5%	27,1%	(60бп)
Персонал	11,6%	12,1%	(50бп)
Аренда	7,0%	6,9%	10бп
Амортизация	2,8%	2,8%	-
Коммунальные услуги, ремонт и техническое обслуживание	2,5%	2,8%	(30бп)
Реклама	0,7%	0,4%	30бп
Прочие	1,9%	2,1%	(20бп)

Расходы на персонал

Расходы на персонал – самая крупная статья – составляет 44% операционных расходов. Расходы на персонал выросли на 9,5% год-на-год до 36,2 млрд. руб. из-за открытия новых магазинов. Как процент от выручки данные расходы сократились на 50 бп до 11,6% по причине оптимизации работы в магазинах, внедрению более точного учета рабочего времени и гибкого планирования штатного расписания.

Расходы на аренду

Расходы на аренду выросли на 16,5% год-на-год до 21,7 млрд. руб., что составляет 7,0% от выручки (всего на 10 бп выше чем в прошлом году).

Доля арендованной площади не изменилась (осталась на уровне около 80%), однако значительная доля договоров аренды подвержена годовой индексации, что и способствовало росту арендной платы. Менеджмент реализует переговорную программу по пересмотру существующих договоров аренды.

Амортизация

Расходы на амортизацию выросли на 14,4% год-на-год до 8,8 млрд. руб. и остались на неизменном уровне как процент от выручки.

По состоянию на 31 декабря 2016 года Группа признала обесценение основных средств и прочих нематериальных активов в размере 793 млн. руб.

Расходы на коммунальные услуги и техническое обслуживание

Расходы на коммунальные услуги и техническое обслуживание выросли на 2,2% до 7,7 млрд. руб., а как процент от выручки сократились на 30 бп до 2,5% в 2016 году, что связано с оптимизацией привлеченного клинингового персонала, также расходов на обслуживание магазинов.

Расходы на рекламу

Расходы на рекламу выросли на 77% до 2,1 млрд. руб. в 2016 году, что составляет 0,7% от выручки (на 30 бп выше год-к-году). Рост произошел по причине возросшего объема рекламы на ТВ, более активной маркетинговой активности, включая проведение тематических фестивалей, и обновление коммуникационных материалов.

Прочие расходы

Прочие расходы остались практически на уровне 2015 года (5,8 млрд. руб.), но снизились на 20 бп до 1,9% как процент от выручки. Улучшение показателя «прочие операционные расходы» связано с более жестким контролем за расходными материалами.

в млн. руб.	1 кв. 16	2 кв. 16	3 кв. 16	4 кв. 16
Коммерческие и общехозяйственные расходы	27,4%	24,8%	26,6%	27,2%
Персонал	12,3%	11,1%	11,8%	11,4%
Аренда	7,3%	6,3%	7,3%	7,1%
Амортизация	2,8%	2,6%	2,7%	3,2%
Коммунальные услуги, ремонт и техническое обслуживание	2,9%	2,3%	2,3%	2,5%
Реклама	0,3%	0,6%	1,0%	0,9%
Прочие	1,9%	1,9%	1,6%	2,0%
как % от выручки				
Коммерческие и общехозяйственные расходы	506п	(1706п)	(1106п)	(306п)
Персонал	(206п)	(1206п)	(106п)	(506п)
Аренда	806п	(306п)	(106п)	206п
Амортизация	106п	(106п)	(206п)	306п
Коммунальные услуги, ремонт и техническое обслуживание	106п	(206п)	(706п)	(406п)
Реклама	(106п)	206п	606п	406п
Прочие	(106п)	(106п)	(506п)	(306п)

Операционная прибыль, EBITDA и EBITDAR

Прибыльность Группы в 2016 году находилась под давлением из-за снижения коммерческой маржи, в то время как расходы оставались под контролем. Операционная прибыль снизилась на 86% до 837 млн. руб., операционная маржа составила 0,3%.

EBITDA сократилась на 29% год-на-год до 9,6 млрд. руб.; EBITDA маржа составила 3,1% в 2016 году.

EBITDAR сократилась на 2,5% год-на-год до 31,3 млрд. руб.; EBITDAR маржа составила 10,1% в 2016 году.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
EBIT (Операционная прибыль)	837	5 809	(85,6%)
EBITDA	9 601	13 470	(28,7%)
EBITDAR	31 340	32 137	(2,5%)
как % от выручки			
EBIT (Операционная прибыль)	0,3%	2,1%	(190бп)
EBITDA	3,1%	4,9%	(180бп)
EBITDAR	10,1%	11,8%	(170бп)

Резкий рост LFL продаж во втором квартале 2016 года способствовал ускорению роста выручки, что позитивно отразилось на прибыльности из-за эффекта операционного рычага. Однако по мере замедления роста продаж к концу года действие данного эффекта прекратилось.

в млн. руб.	1 кв. 16	2 кв. 16	3 кв. 16	4 кв. 16
EBIT (Операционная прибыль)	(579)	2 566	(861)	(288)
EBITDA	1 523	4 732	1 140	2 207
EBITDAR	6 906	10 064	6 610	7 760
as % of revenue				
EBIT (Операционная прибыль)	(0,8%)	3,1%	(1,1%)	(0,4%)
EBITDA	2,1%	5,6%	1,5%	2,8%
EBITDAR	9,3%	12,0%	8,8%	9,9%

Чистая прибыль / (убыток)

Финансовые расходы (нетто) сократились на 11% год-на-год до 4,1 млрд. руб., в основном, благодаря снижению средней ставки по долговому портфелю, а также в связи со снижением общей величины долга.

Чистый убыток Группы в 2016 году составил 2,8 млрд. руб.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
EBIT	837	5 809	(85,6%)
Финансовые доходы	81	171	(52,6%)
Финансовые расходы	4 230	4 830	(12,4%)
Прибыль/(убыток) от курсовых разниц	233	(424)	na
Прочие расходы	-	17	na
Доход по налогу на прибыль	(292)	154	na
Чистая прибыль/(убыток)	(2 786)	589	na
Маржа по чистой прибыли	(0,9%)	0,2%	na

Долговой портфель

По состоянию на 31 декабря 2016 года, общий долг составил 32,9 млрд. рублей, что на 5,5% меньше аналогичного показателя в 2015 году. Величина чистого долга составила 28,8 млрд. руб. Весь долг номинирован в российских рублях.

Долговой портфель Группы на конец декабря 2016 года был на 90% долгосрочным, по сравнению с 77% на 31 декабря 2015 года, так как менеджмент рефинансировал долговой портфель в 2016 году и увеличил сроки погашения долга. Весь долг номинирован в российских рублях и имеет фиксированную процентную ставку. В 2016 году средневзвешенная ставка по портфелю была снижена на 2,0% и составила 12,4% в среднем за 2016 год.

Соотношение общего долга к EBITDA составило 3,3х по сравнению с 2,6х в прошлом году.

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
Общий финансовый долг	32 882	34 813	(5,5%)
Долгосрчный долг	29 590	26 845	10,2%
Краткосрочный долг	3 292	7 968	(58,7%)
Чистый долг	28 778	31 892	(9,8%)
Общий финансовый долг EBITDA	3,3	2,6	na
Чистый долг к EBITDA	3,0	2,4	na

Денежный поток и оборотный капитал

Чистый денежный поток от операционной деятельности вырос более чем в два раза до 12,3 млрд. рублей в 2016 году, в основном, благодаря улучшениям в оборотном капитале.

Изменения оборотного капитала составили 7,5 млрд. руб. по сравнению с (2,0 млрд. руб.) в 2015 году. Менеджмент сократил запасы благодаря более эффективной работе системы логистики и поставок, в то время как 94 магазина было открыто (за вычетом закрытий).

в млн. руб.	2016	2015	Г-к-Г
Денежный поток от операционной деятельности до изменения оборотного капитала	9 903	14 004	(29,3%)
Изменения оборотного капитала	7 543	(2 031)	na
Налог на прибыль и финансовые расходы	(5 130)	(6 018)	(14,8%)
Чистый денежный поток от операционной деятельности	12 317	5 954	106,9%
Чистый денежный отток по инвестиционной деятельности	(9 011)	(11 143)	(19,1%)
Чистый денежный поток/(отток) по финансовой деятельности	(2 122)	5 360	na
Чистое увеличение/(уменьшение) денежных средств и их эквивалентов	1 183	171	na
Деньги и денежные эквиваленты на конец периода	4 104	2 921	40,5%

Запасы сезонно выросли в 4 квартале 2016 года, но за полный 2016 год запасы сократились на 2,7 млрд. рублей после внедрения системы управления и планирования запасами, улучшениям в работе поставок в магазины и логистики, а также оптимизации ассортимента.

Торговая и прочая дебиторская задолженность сократилась на 1,7 млрд. рублей в 2016 году благодаря внедрению электронного документооборота с поставщиками, использованию взаимозачетов и более четкому кредитному контролю со стороны менеджмента.

Торговая и прочая кредиторская задолженность выросла на 2,7 млрд. рублей в 2016 году в результате улучшения условий поставки, использование факторинга, а также оптимизации платежей по прямому импорту.

в млн. руб.	2016	2015
Изменения оборотного капитала	7 543	(2 031)
Сокращение дебиторской задолженности	1 732	360
(Увеличение)/сокращение запасов	2 657	(7 713)
Увеличение/(сокращение) кредиторской задолженности	2 675	5 288
Прочие изменения оборотного капитала	479	34

Налог на прибыль и финансовые платежи сократились на 14,8% год-на-год из-за снижения стоимости заимствований, а также полученного убытка.

Денежный отток по инвестиционной деятельности составил 9,0 млрд. руб., что на 2,1 млрд. руб. меньше чем в 2015 году. Это вызвано меньшим количеством открытий магазинов.

Денежный отток по финансовой деятельности составил 2,1 млрд. руб., так как была выплачена часть долга.

Капитальные расходы*

**Капитальные расходы включают НДС*

Капитальные расходы сократились на 31% год-на-год в 2016 году до 9,5 млрд. руб. 48% капитальных расходов связаны с органическим ростом. Капитальные расходы на логистику составляют 34% от общей суммы.

Капитальные расходы на органический рост включают сумму, уплаченную при покупке 12 объектов недвижимости в Калининградской области для дивизиона «Виктория» в декабре 2016.

в млн. руб. (вкл. НДС)	2016	2015	YoY
Капитальные расходы	9 476	13 639	(30,5%)
Органический рост	4 588	8 492	(46,0%)
Логистика	3 227	2 849	13,3%
Реконструкции и текущий ремонт	863	1 105	(21,9%)
Прочие	798	1 194	(33,2%)

4. Информация об объеме каждого из использованных Обществом в 2016 году видов энергетических ресурсов в натуральном выражении и в денежном выражении

Наименование вида энергетических ресурсов*	Объем использования*
ТЕПЛОВАЯ ЭНЕРГИЯ	
<i>в натуральном выражении, Гкал</i>	355 342,34
<i>в денежном выражении, руб.</i>	498 305 710
ЭЛЕКТРИЧЕСКАЯ ЭНЕРГИЯ	
<i>в натуральном выражении, КВт</i>	627 133 693
<i>в денежном выражении, руб.</i>	3101292359,14
БЕНЗИН АВТОМОБИЛЬНЫЙ	
<i>в натуральном выражении, литров</i>	4 326 593
<i>в денежном выражении, руб.</i>	119 853 880
ТОПЛИВО ДИЗЕЛЬНОЕ	
<i>в натуральном выражении, литров</i>	33 368 438
<i>в денежном выражении, руб.</i>	1 054 108 021,12
ГАЗ ЕСТЕСТВЕННЫЙ (ПРИРОДНЫЙ)	
<i>в натуральном выражении, м3</i>	2 777
<i>в денежном выражении, руб.</i>	4 066 942,53
УГОЛЬ	
<i>в натуральном выражении, тонн</i>	59,5
<i>в денежном выражении, руб.</i>	738 475

* Информация об объеме использованных видов энергетических ресурсов приводится в совокупности по Группе компаний «ДИКСИ».

5. Перспективы развития Общества

В ближайшие годы ГК «ДИКСИ» планирует увеличивать объем своего бизнеса путем открытия новых магазинов. Группа планирует усиливать свое присутствие в существующих регионах.

ГК «ДИКСИ» планирует, что формат магазина «у дома» останется доминирующим с точки зрения вклада в общую выручку Компании.

ГК «ДИКСИ» планирует активно развивать линейку товаров под собственными торговыми марками.

В течение следующих лет Компания будет проводить ряд проектов по улучшению работы магазинов, логистики и систем учета, планирования и контроля. Данные проекты нацелены на повышение производительности труда, оптимизацию бизнес-процессов, а также сокращения издержек Компании.

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

В течение последних лет Группа компаний «ДИКСИ» активно развивалась и планирует удерживать заданные темпы роста в среднесрочной перспективе. В связи с этим, акционерами ПАО «ДИКСИ Групп» принимались решения о том, что дивиденды не объявляются и не выплачиваются, а вся чистая прибыль направляется на развитие Группы компаний.

Годовым общим собранием акционеров, которое состоялось 17.06.2016 г. (Протокол № 31 от 20.06.2016 г.), было принято решение дивиденды по итогам 2016 финансового года не объявлять и не выплачивать.

7. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества

ПАО «ДИКСИ Групп» создано в январе 2003 года как холдинговая компания по отношению к Группе компаний «ДИКСИ». В настоящее время основной функцией Компании является владение и управление контрольными пакетами акций обществ, составляющих Группу «ДИКСИ» - одну из ведущих российских компаний, работающих на розничном рынке продуктов питания и товаров повседневного спроса. Поэтому наряду с факторами риска, связанными с приобретением акций Общества, относящимися к его основной деятельности, выделяются также существенные риски, связанные с деятельностью его дочерних обществ, которые приводятся ниже.

Компания учитывает как внутренние, так и внешние факторы, связанные с экономической и политической конъюнктурой, ситуацией на рынке капитала и труда и другие риски, на характер и уровень которых Компания не оказывает непосредственного воздействия.

Компания относит ряд рисков к несущественным, однако понимает, что они могут принять воздействующий характер в будущих периодах. При наступлении рисков, которые описаны в настоящем разделе, Компания предпримет все разумные способы для устранения риска, а при невозможности устранения рисков уменьшит все возможные негативные последствия, вызванные наступлением событий, описанных ниже.

1. Отраслевые риски

Влияние возможного ухудшения ситуации в отрасли на деятельность Компании и исполнение обязательств по ценным бумагам. Наиболее значимые, по мнению Компании, возможные изменения в отрасли (отдельно на внутреннем и внешнем рынках), а также предполагаемые действия в этом случае.

Компания осуществляет деятельность только на внутреннем российском рынке. Группа «ДИКСИ» открывает магазины только на территории Российской Федерации и не планирует открытие магазинов в других странах.

В настоящее время сектор розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса характеризуется относительно высокими темпами развития благодаря активному открытию новых магазинов ведущими игроками отрасли, и наибольшую долю на этом рынке занимают розничные торговые сети. В некоторых регионах существует сильная конкуренция среди розничных сетей как за покупателей, так и за коммерческую недвижимость. Стоит отметить, что Федеральный Закон от 28.12.2009 г. №381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» устанавливает ограничения доли рынка, которую может занимать одна розничная сеть. Согласно закону, хозяйствующий субъект, который осуществляет розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети (за исключением сельскохозяйственного потребительского кооператива, организации потребительской кооперации) и доля которого превышает 25 процентов объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, в том числе в границах города федерального значения Москвы или Санкт-Петербурга, в границах муниципального района, городского округа, не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах, проводимых в целях их приобретения.

Высокий потенциал роста на российском рынке создает предпосылки для усиления конкуренции как между существующими игроками, так и из-за потенциального выхода на рынок новых компаний, в том числе иностранных. Группа «ДИКСИ» управляет магазинами формата «у дома», супермаркетами, а также компактными гипермаркетами. Основная доля выручки Группы приходится на формат «магазин у дома». Основные конкуренты Группы исторически активно открывали новые магазины, а также заявляют, что планируют поддерживать высокие темпы роста открытий в будущем.

Таким образом, основные риски деятельности компаний, входящих в Группу «ДИКСИ», связаны с обострением конкуренции в секторе розничной торговли продуктами питания и товарами повседневного спроса.

Конкурентная среда на рынке будет по-прежнему определяться десятком крупнейших игроков, в число которых входит «ДИКСИ». Риск усиления конкуренции может привести к снижению рыночной доли Группы, а также может негативно отразиться на её финансовых показателях. Конкурентоспособность Группы зависит от её возможности предложить покупателю уровень цен и сервиса не хуже, чем могут предложить конкуренты. В случае неспособности Группы поддерживать конкурентный уровень цен, Группа может столкнуться со снижением количества покупателей. В результате роста конкуренции может возникнуть риск, что какая-либо компания будет снижать цены с целью вытеснения конкурентов. В этом случае Группа может также снизить цены для удержания покупателей, что может негативно отразиться на прибыльности Группы.

Планы Группы по открытию новых магазинов тесно связаны с возможностью Группы арендовать и покупать объекты коммерческой недвижимости, которые могут генерировать устойчивый поток покупателей. Невозможность конкурировать за наиболее выгодные объекты коммерческой недвижимости может негативно отразиться на планах развития Компании. Повышение конкуренции может также привести к увеличению сроков окупаемости открываемых магазинов Группы.

Помимо риска возрастающей конкуренции, деятельность предприятий розничной торговли связана с макроэкономическими и демографическими факторами, так как потребителем продукции предприятий Группы «ДИКСИ» является население. В этой связи, существуют риски, связанные со снижением покупательной способности населения и возможным превышением темпов роста цен на продукты и товары первой необходимости над доходами населения. В данной ситуации покупатели могут начать приобретать более дешевые товары, а также уменьшить свою потребительскую корзину. В случае ухудшения макроэкономической ситуации и усиления давления со стороны ближайших конкурентов, может сложиться ситуация, при которой Группа «ДИКСИ» будет

вынуждена продолжить снижение цен, чтобы сохранить планируемый рост товарооборота и долю рынка, что может привести к снижению рентабельности.

В случае усиления инфляции в Российской Федерации, поставщики и производители продуктов питания и товаров повседневного спроса могут повысить отпускные цены для розничных сетей. В данном случае неспособность Группы повысить цены на полках своих магазинов из-за ценовой конкуренции или регулирования может привести к падению прибыльности Группы. Группа «ДИКСИ» и её конкуренты зачастую закупают продукцию у одних и тех же поставщиков и производителей. Невозможность получить сопоставимые или более выгодные условия поставки товара, в том числе цену товара, может негативно отразиться как на прибыльности, так и росте продаж Группы.

Так же, в случае ухудшения макроэкономической ситуации и усиления давления со стороны ближайших конкурентов, может сложиться ситуация, при которой Группа «ДИКСИ» будет вынуждена уменьшить инвестиции в развитие из-за нехватки средств, вызванной более низким темпом роста продаж. Риск заключается в теоретической невозможности развивать бизнес Группы и открывать достаточное количество новых магазинов для поддержания одного из лидирующих положений в отрасли.

Предполагаемые действия Компании в случае наступления указанных рисков

В случае возникновения любого из перечисленных выше факторов Компания планирует внести изменения в маркетинговую, финансовую и управленческую политику Группы в зависимости от конкретного негативного фактора. Группа может вносить изменения в ассортиментную матрицу, чтобы адаптировать ассортимент магазинов к потребностям покупателей. В дополнение Группа «ДИКСИ» планирует оптимизировать расходы для поддержания рентабельности.

В случае возникновения одного или нескольких вышеописанных рисков, Компания будет осуществлять все разумные и целесообразные действия, направленные на снижение влияния негативных изменений. Параметры проводимых мероприятий будут зависеть от особенностей создавшейся ситуации в каждом конкретном случае.

Риски, связанные с возможным изменением цен на сырье, услуги, используемые Компанией в своей деятельности (отдельно на внутреннем и внешнем рынках), и их влияние на деятельность Компании исполнение обязательств по ценным бумагам

Основной сферой деятельности Группы является продажа продовольственных товаров и товаров повседневного спроса. Цена товара на полке в основном зависит от закупочной цены, по которой Группа приобретает товары у поставщиков и производителей. Поставщики и производители могут повышать цену на продаваемые продукты по причине роста инфляции, а также при колебаниях курса российского рубля, так как ингредиенты производимой продукции могут быть импортными. Также производители сельскохозяйственной продукции имеют возможность экспортировать свою продукцию за доллары США или другую иностранную валюту, поэтому изменение курса национальной валюты имеет прямое влияние на стоимость сельскохозяйственной продукции внутри страны. Группа «ДИКСИ» имеет ограниченное влияние на отпускную цену поставщиков и производителей, которое обычно регламентировано заключенными договорами поставки. В рамках заключенных договоров поставщик обычно имеет право изменять цену товара, уведомив об этом заблаговременно. Если Группа не сможет оперативно трансформировать повышение цен поставщиками на полку своего магазина, то может столкнуться со снижением рентабельности бизнеса.

Изменение закупочных цен на импортные товары и ингредиенты может оказать влияние на результаты деятельности Группы компаний «ДИКСИ», в том случае, если нарастающая конкуренция и ослабевающая покупательская способность населения не позволят полностью компенсировать рост закупочных цен увеличением отпускных цен в магазинах Группы. Тем не менее, данный риск отчасти может быть нивелирован относительно низкой зависимостью бизнеса Группы от импортных товаров, так как более 80% реализуемого ассортимента в денежном выражении в магазинах «у дома» Группы производится на территории Российской Федерации.

Основными расходами Группы «ДИКСИ» являются расходы на заработную плату персонала, а также платежи за аренду помещений магазинов и складов. Большая часть персонала Группы – это персонал магазинов. В условиях роста конкуренции с другими розничными сетями за сотрудников, уровень заработной платы на рынке труда может повышаться, что не всегда может быть компенсировано увеличением производительности труда. Группа не может влиять на рыночное ценообразование на трудовые ресурсы. Значительное увеличение уровня заработной платы в отрасли может негативно отразиться на рентабельности Группы.

По состоянию на 31 декабря 2016 года Группа «ДИКСИ» арендовала 79% общих площадей магазинов. Соответственно, рост ставок аренды на рынке может негативно отразиться на рентабельности Группы. Также существует риск, что Группа не сможет продлить контракты аренды в будущем. Большая доля арендных контрактов Группы имеет зафиксированную или привязанную к инфляции ставку аренды, однако существует риск, что при пересмотре контрактов Группа не сможет предотвратить повышение стоимости аренды.

Риски, связанные с возможным изменением цен на продукцию и/или услуги Компании (отдельно на внутреннем и внешнем рынках), и их влияние на деятельность Компании и исполнение обязательств по ценным бумагам

Ухудшение макроэкономической ситуации и падение покупательской способности населения может привести к снижению темпов роста цен реализации, что, вкупе с ускорением роста закупочных цен и ростом цен на импортное сырье и валютные кредитные средства, используемые российскими либо иностранными производителями продуктов питания, может привести к падению рентабельности продаж Группы.

Изменение цен на продукцию может привести к снижению покупательской способности населения. В целях снижения влияния указанного фактора риска Группа «ДИКСИ» предпринимала и предпринимает следующие меры:

- изначальная ориентация магазинов на обслуживание массового покупателя – потребителей с уровнем доходов средним и ниже среднего, которые составляют более 80 процентов населения Российской Федерации;

- концентрация на развитии розничного бизнеса преимущественно на территории четырех крупнейших федеральных округов Российской Федерации – Центрального, Северо-Западного, Приволжского и Уральского округов – которые в совокупности составляют более 70 процентов объема розничного рынка продуктов питания и товаров повседневного спроса Российской Федерации;

- постоянная оптимизация операционных издержек;

- размер розничного бизнеса Группы и его ключевые операционные показатели (объем продаж в расчете на квадратный метр торговой площади) позволяют добиваться выгодных закупочных условий от поставщиков;

- диверсификация поставщиков и товарного ассортимента;

- продажа товаров под собственными торговыми марками;

- применение сбалансированного подхода к использованию собственных и арендованных торговых площадей, заключающегося в сохранении собственности на объекты недвижимости только на принципиальных и наиболее важных участках, и аренде большей части помещений на долгосрочной основе.

Особенно негативное воздействие может оказать одновременное наступление сразу нескольких описываемых рисков что, несомненно, скажется на размере выручки и прибыли.

2. Страновые и региональные риски

Риски, связанные с политической и экономической ситуацией в стране и регионе, в которых Компания зарегистрирована в качестве налогоплательщика и/или осуществляет основную деятельность

Поскольку вся деятельность компаний Группы «ДИКСИ» полностью сосредоточена на территории Российской Федерации, основные страновые и региональные риски, влияющие на

деятельность Группы, - это риски, связанные с Российской Федерацией. В этой связи необходимо отметить, что Россия является частью мировой экономики, и негативные изменения в экономиках других государств, колебания мировых цен на энергетические ресурсы (нефть, природный газ) могут привести к ухудшению экономики России.

Такое ухудшение, повлекшее, в том числе, систематическое ухудшение потребительского спроса, связанное с негативными макроэкономическими тенденциями в экономике РФ, что выразилось в падении доходов населения, в том числе и за счет увеличения уровня безработицы, наблюдалось во второй половине 2008 года и в течение 2009 года в связи с экономическим кризисом. Так, по итогам 2009 года розничный оборот в РФ снизился на 5,1% к обороту 2008 года, а объем продуктовой розницы снизился на 1,9% за 2009 год. Тем не менее, по оценке Федеральной службы государственной статистики, начиная с 2010 года и до 2013 года наблюдалась позитивная динамика роста розничного рынка Российской Федерации.

В 2014 году наблюдалось снижение темпов роста оборота розничного рынка Российской Федерации. В 2014 году индекс физического объема оборота розничной торговли составил плюс 2,7% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, при этом удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачные изделия, в общем обороте составил 47,0%. В 2014 году по оценке Федеральной службы государственной статистики индекс физического объема оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями составил 0,0%.

В 2016 году негативные макроэкономические тенденции продолжили оказывать влияние на рынок розничной торговли Российской Федерации. Индекс физического объема оборота розничной торговли снизился на 5,2% за 2016 год, в то время как индекс физического оборота розничной торговли продуктами питания, включая напитки, и табачными изделиями упал на 5,2% за 2016 год.

Несмотря на то, что в последние несколько лет в России происходили позитивные изменения во всех общественных сферах, и была достигнута определенная политическая стабильность, Россия все еще представляет собой государство с быстро развивающейся и меняющейся политической, экономической и финансовой системой. Еще остаются риски снижения промышленного производства, негативной и волатильной динамики колебания валютных курсов, увеличения уровня безработицы и прочие, что может привести к падению уровня жизни в стране и негативно сказаться на деятельности Группы «ДИКСИ». Помимо рисков экономического характера, Россия в большей мере, чем страны с развитой рыночной экономикой, подвержена политическим и регулятивным рискам.

Риски, связанные с политической ситуацией в Российской Федерации

Политическая нестабильность в России может оказать отрицательное влияние на стоимость инвестиций в России, а также негативно отразиться на темпах развития Группы «ДИКСИ».

С момента распада СССР и реформирования системы и структуры органов управления, Российская Федерация классифицируется как страна с переходной экономикой. Нестабильность политической ситуации может оказать негативное влияние на деятельности Компании в целом. В последние годы был проведен ряд реформ (реформирование системы федеральных органов исполнительной власти, реформа избирательного права и так далее), политическая обстановка стабилизируется. Однако нельзя исключать, что недопонимание между федеральными, региональными и местными властями по поводу разграничения предметов ведения РФ, субъектов РФ и муниципальных образований может привести к принятию противоречивых правовых актов, затрагивающих деятельность Компании. Несогласованность в деятельности органов государственной власти может затруднить долгосрочное планирование и вызвать неопределенность в деятельности Компании, что может препятствовать эффективному осуществлению стратегии Группы.

Компания не может влиять на политические риски. При реализации политических рисков Группа приложит все усилия для минимизации их последствий на свою деятельность.

Риски, связанные с экономической ситуацией в Российской Федерации

Российская Федерация является страной с переходной экономикой. Для стран с переходной экономикой характерны постоянные спады и подъемы, экономическая ситуация не является стабильной. Развивающиеся рынки различных стран подвержены взаимному влиянию. После экономического кризиса 1998 года (дефолт, рост инфляции, обвал курса рубля) и до кризиса 2009 года экономическая ситуация в Российской Федерации значительно стабилизировалась (рост внутреннего валового продукта, достаточно стабильный рубль, рост цен на нефть, газ и драгоценные металлы). После кризиса 2009 года наблюдалось улучшение показателей роста уровня экономики. По данным Федеральной службы государственной статистики РФ уровень роста ВВП по итогам в 2010 рост в рублях составил 4% к 2009 году. В 2011 году рост ВВП составил 4,5% в годовом выражении в рублях. В 2012 году рост ВВП составил 3,4% в годовом выражении в рублях. В 2013 году рост ВВП составил 1,3% в годовом выражении в рублях.

Падение цен на нефть в 2014 отразилось негативно на темпе роста российской экономики, а также привело к значительному падению курса российского рубля по отношению ко многим валютам, включая доллар и евро. Одновременно с этим, принятые рядом стран санкции в отношении Российской Федерации, а также ответные санкции со стороны Российской Федерации, оказали определенное негативное воздействие на экономическую ситуацию в стране, из-за ограничения доступа к международным рынкам капитала для отдельных компаний и отраслей. В 2014 году наблюдалось замедление темпа роста российской экономики, вместе с усилением темпа роста инфляции. По оценке Федеральной службы государственной статистики, рост ВВП РФ по итогам 2014 года составил 0,6%.

В 2016 году спад в экономике Российской Федерации продолжился. По оценке Федеральной службы государственной статистики спад ВВП РФ в 2016 году составит -0,2%.

В случае возникновения кризиса ликвидности на мировых финансовых рынках, такая ситуация может негативно отразиться и на России, что, в свою очередь, может привести к ухудшению финансового положения Группы, а также повлиять на перспективы ее развития.

В конце 2014 года для сдерживания инфляции и стабилизации курса рубля Центральный Банк Российской Федерации повысил ключевую ставку до 17% годовых. В свою очередь банки повысили стоимость кредитов для реального сектора экономики и населения, что сделало финансирование многих проектов развития за счет кредитных ресурсов достаточно проблематичным. Также повышение ставок негативно сказалось на потребительском, ипотечном и прочем кредитовании населения. Долговой портфель Группы номинирован в российских рублях, также на момент повышения ключевой ставки Компания имела фиксированные процентную ставку по заемным средствам. Компания оценивает, что сможет финансировать свою деятельность и развитие из собственного операционного денежного потока, поэтому оценивает влияние данных факторов на свою деятельность как среднюю. Однако, дальнейший кризис банковской системы, банкротство любого из банков, в котором у Компании открыты расчетные счета, может привести к потере денежных средств Группы. Также высокая стоимость кредитных ресурсов в течение продолжительного периода времени может негативно повлиять как на экономический рост в Российской Федерации, так и на уровень потребления населения. Наступление указанного риска может оказать негативное влияние на деятельность Группы, ее финансовое состояние и итоги деятельности.

Любой из рисков, указанных выше, может существенным образом отразиться на инвестиционном климате в России в целом и на деятельности Компании:

- кризисные явления, выраженные в снижении валового внутреннего продукта;
- гиперинфляция;
- волатильность курса рубля к бивалютной корзине;
- слабость банковской системы;
- высокий процент убыточных предприятий, продолжающих деятельность;
- отток капиталов;
- снижение реальных зарплат и располагаемых доходов населения и повышение безработицы.

Компания зарегистрирована в качестве налогоплательщика в городе федерального значения Москве, однако только 16% магазинов Группы находятся в Москве. 70% магазинов Группы расположены в Центральном федеральном округе, при этом на Москву и Московскую область приходится 49% магазинов Группы. Данные регионы подвержены тем же макроэкономическим процессам, что и остальная территория Российской Федерации. Однако стоит отметить, что уровень заработной платы в данных регионах является одним из самых высоких в Российской Федерации. Это позволяет надеяться, что население будет в меньшей степени чем в других регионах экономить на продуктах питания.

На большинство рисков экономического и политического характера в Российской Федерации, где Компания осуществляет свою деятельность, она влиять не может. Однако следует отметить, что Группа «ДИКСИ» осуществляет свою деятельность в сфере торговли товарами первой необходимости и продуктами питания, в то время как продажи данных категорий товаров в наименьшей степени подвержены экономической цикличности. Также большая часть магазинов Группы ориентирована на покупателей со средними и «ниже среднего» доходами, поэтому при ситуации, в которой население старается экономить, основной формат «магазин у дома» должен быть более устойчив к общему снижению потребления.

В случае возникновения подобных рисков Группа будет применять различные антикризисные механизмы для снижения влияния глобальных негативных факторов на свою деятельность.

Предполагаемые действия Компании в случае отрицательного влияния изменения ситуации в стране и регионе на ее деятельность

Компания не имеет возможности влиять на риски, связанные с политической или экономической ситуацией в России и в мире. В случае наступления определенных рисков, связанных с отрицательным влиянием ситуации в стране и регионе на деятельность Группы «ДИКСИ», Компанией могут быть предприняты конкретные действия, в том числе принятие ряда мер по антикризисному управлению с целью мобилизации бизнеса и максимального снижения возможности оказания негативного воздействия ситуации в стране и регионе на бизнес.

Риски, связанные с возможными военными конфликтами, введением чрезвычайного положения и забастовками

Российская Федерация является многонациональным государством, включает в себя регионы с различным уровнем социального и экономического развития, в связи с чем нельзя полностью исключить возможность возникновения в России внутренних конфликтов, в том числе, с применением военной силы. Также Компания не может полностью исключить риски, связанные с возможным введением чрезвычайного положения.

Однако, риски, связанные с возможными военными конфликтами, введением чрезвычайного положения в регионах, в которых предприятия Группы зарегистрированы в качестве налогоплательщика и осуществляют свою деятельность, оцениваются как минимальные, так как основная деятельность предприятий Группы «ДИКСИ» сосредоточена в экономически и социально стабильных регионах, вдали от возможных мест возникновения вооруженных (военных) конфликтов.

В случае наступления указанных событий, Группой будут предприняты все необходимые меры, предписываемые действующим законодательством.

Риски, связанные с географическими особенностями страны и региона, в которых Компания зарегистрирована в качестве налогоплательщика и/или осуществляет основную деятельность, в том числе повышенная опасность стихийных бедствий, возможное прекращение транспортного сообщения в связи с удаленностью и/или труднодоступностью и т.п.

Риски, связанные с географическим положением регионов, могут привести к порче или потере имущества компаний Группы, а также привести к затруднениям в осуществлении им основной деятельности, например, невозможности организовать доставку в магазины. Риски, связанные с географическим положением регионов, в которых предприятия Группы «ДИКСИ»

осуществляют свою деятельность (резкое изменение климата, вероятность наступления существенных стихийных бедствий), оцениваются как незначительные.

Влияние особенностей отдельных регионов, в которых находятся магазины Группы «ДИКСИ», компенсируется географической диверсификацией бизнеса и ориентированием магазинов на наиболее массовый сегмент потребителей. Магазины Группы «ДИКСИ» расположены в более чем 770 населенных пунктах Российской Федерации, поэтому на деятельность Группы существенно могут влиять только достаточно значительные стихийные бедствия, затрагивающие несколько регионов Российской Федерации. Влияние данных рисков на деятельность Группы полностью учитывается руководством компании в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности. Активное развитие бизнеса Группы «ДИКСИ» в четырех федеральных округах Российской Федерации снижает риски, присущие отдельным регионам, в которых работают предприятия Группы компаний «ДИКСИ». Группа «ДИКСИ» имеет 9 распределительных центров, имеющих запас продукции, а также собственные грузовики для доставки продуктов в свои магазины, также Группа активно сотрудничает с локальными и местными поставщиками. В случае перебоев с поставками из определенных регионов или от определенных поставщиков по причине стихийных бедствий или других форс-мажорных обстоятельствах Эмитент будет стараться использовать все внутренние ресурсы, чтобы не допустить перебоев в работе магазинов.

В случае появления форс-мажорных обстоятельств, включая стихийные бедствия, возможное прекращение транспортного сообщения, террористические акты и прочее, Компания предпримет все действия по минимизации фактически понесенных и потенциальных потерь, восстановлению нормальной деятельности всех компаний, составляющих Группу компаний «ДИКСИ».

3. Финансовые риски

Группа «ДИКСИ» подвержена финансовым рискам. Изменение процентных ставок, выраженное в росте стоимости кредита, способно привести к уменьшению платежеспособности и ликвидности Компании, а также к уменьшению размеров получаемых кредитов в будущем. 16 декабря 2014 года Центральный Банк Российской Федерации повысил ключевую ставку до 17%, что привело к значительному удорожанию заемных средств в коммерческих банках. Ставка MOSPrime на 3 месяца выросла до 20,75% по состоянию на 16 декабря 2014 года с 14,84% по состоянию на 15 декабря 2014 года. Компания произвела рефинансирование своего долгового портфеля в 4 квартале 2014 года и к моменту повышения ключевой ставки имела фиксированную процентную ставку по долговому портфелю (до рефинансирования ставка была плавающей и зависела от ставки MOSPrime). Долг Компании полностью номинирован в рублях. Компания ожидает, что собственного денежного потока будет достаточно для продолжения деятельности и реализации планов развития Группы «ДИКСИ». Однако дальнейшее удорожание кредитов, в сочетании с негативными тенденциями в экономике Российской Федерации могут привести к корректировке планов развития Группы.

Общий рост процентных ставок может оказывать влияние на заемные обязательства Группы, условия по которым изменяются в зависимости от определенных рыночных факторов или иных показателей. Кроме того, такая динамика стоимости заемного капитала ограничивает использование данного источника для новых заимствований в течение периода «дорогих» заемных средств.

Подверженность финансового состояния Группы «ДИКСИ», ее ликвидности, источников финансирования, результатов деятельности и т.п. изменению валютного курса (валютные риски)

Компании Группы «ДИКСИ» не продают в своих магазинах товары, стоимость которых зафиксирована в иностранной валюте. Тем не менее, часть обязательств компаний Группы номинирована в иностранной валюте – Евро и долларах США. Эмитент осуществляет импортные операции, однако доля таких операций не является значительной. Компания рассматривает варианты хеджирования в целях снижения неблагоприятных последствий влияния процентного и валютного рисков. Однако Группа не может полностью исключить негативный эффект, связанный

с отрицательными курсовыми разницами, связанными с программой прямого импорта овощей и фруктов.

Часть оборудования и комплектующих, которое закупает Группа, является импортным, и стоимость его зависит от колебаний курсов валют. Однако доля таких расходов составляет незначительную часть от общих планируемых капитальных затрат Группы «ДИКСИ», поэтому это не должно в значительной степени влиять на объем капитальных вложений.

Долг Группы «ДИКСИ» полностью номинирован в рублях. Компания оценивает прямое влияние валютных рисков на эффективность бизнеса Группы как низкое. Тем не менее, косвенное влияние неблагоприятных изменений на международных финансовых рынках и существенное изменение валютного курса могут оказать отрицательное воздействие на экономику России в целом, что в свою очередь может вызвать падение реальных доходов населения России и снижение его платежеспособного спроса.

Предполагаемые действия Компании на случай отрицательного влияния изменения валютного курса и процентных ставок

В случае отрицательных изменений валютного курса и процентных ставок, Группа «ДИКСИ» планирует проводить жесткую политику по снижению затрат и хеджирование валютных рисков.

В случае возникновения отрицательного влияния изменения валютного курса и процентных ставок на деятельность, Компания планирует осуществить следующие мероприятия:

- пересмотреть структуру финансирования;
- оптимизировать затратную часть деятельности;
- пересмотреть программы капиталовложений и заимствований;
- принять меры по повышению оборачиваемости дебиторской задолженности;
- разработать программы, направленные на уменьшение убытков в результате изменения валютного курса и процентных ставок.

Влияние инфляции на выплаты по ценным бумагам. Подверженность деятельности Компании рискам роста инфляции.

Согласно информации Федеральной службы государственной статистики, индекс потребительских цен в России составил 12,8% за 2015 год и 5,4% - за 2016 год.

Основной сферой деятельности Группы компаний «ДИКСИ» является розничная продажа продуктов питания и товаров повседневного спроса. Цены в магазинах Группы подвержены влиянию продуктовой инфляции. Индекс цен на продукты питания за 2016 год составил 4,6%. Компания не может влиять на уровень инфляции в стране. Однако Группа считает, рост расходов в связи с инфляцией не будет иметь значительного негативного влияния на прибыльность его деятельности, так как инфляция расходов может быть компенсирована продуктовой инфляцией. Инфляция может привести к обесценению и снижению покупательной способности населения.

Предполагаемые действия Компании в случае увеличения показателей инфляции

В случае значительного превышения фактических показателей инфляции над прогнозами, Группы «ДИКСИ» планирует принять необходимые меры по адаптации к изменившимся темпам инфляции.

Существенное увеличение темпов роста цен может привести к росту затрат Компании, стоимости заемных средств и стать причиной снижения показателей рентабельности. Поэтому в случае значительного превышения фактических показателей инфляции над прогнозами, Компания планирует принять необходимые меры по ограничению роста затрат, снижению дебиторской задолженности и сокращению ее средних сроков.

В случае увеличения инфляции, компании Группы могут увеличить цены на реализуемые услуги. При этом Группа предполагает координировать свои действия с поставщиками, для избежания необоснованного роста цен на продукты питания и товары первой необходимости. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" позволяет Правительству Российской Федерации проводить регулирование розничных цен на некоторые продовольственные товары. Согласно

закону в случае, если в течение 30 календарных дней подряд на территории отдельного субъекта Российской Федерации или территориях субъектов Российской Федерации рост розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости составит 30 и более процентов, Правительство Российской Федерации в целях стабилизации розничных цен на данные виды товаров имеет право устанавливать предельно допустимые розничные цены на них на территории такого субъекта Российской Федерации или территориях таких субъектов Российской Федерации на срок не более чем 90 календарных дней. Данный перечень товаров устанавливается Постановлением Правительства Российской Федерации от 15.07.2010 N 530. При осуществлении своей деятельности компании Группы придерживаются норм и правил, установленных законодательством Российской Федерации. Ограничение розничных цен на продукты в сочетании с повышением цен поставщиками и производителями может негативно отразиться на рентабельности Группы «ДИКСИ».

Состав мероприятий, планируемых к осуществлению Эмитентом в случае возникновения отрицательного влияния изменения инфляции, схож с мерами, применяемыми для снижения негативного воздействия изменения валютных курсов и процентных ставок:

- пересмотреть структуру финансирования;
- оптимизировать затратную часть деятельности;
- пересмотреть программу капиталовложений;
- принять меры по повышению оборачиваемости дебиторской задолженности.
- провести пересмотр ассортимента, а также провести переговоры с поставщиками для снижения потенциального негативного воздействия инфляции.

Показатели финансовой отчетности Компании, наиболее подверженные изменению в результате влияния указанных финансовых рисков. Риски, вероятность их возникновения и характер изменений в отчетности.

Риск роста процентных ставок

Рост процентных ставок увеличит стоимость заимствований для компаний Группы, соответственно это может негативно отразиться на финансовом состоянии Группы, в частности увеличит расходы по обслуживанию долга и уменьшит чистую прибыль.

Компания произвела рефинансирование долгового портфеля в 2016 году. Долговой портфель Компании имеет фиксированную ставку и полностью номинирован в российских рублях. Вероятность дальнейшего значительного повышения процентных ставок Компания рассматривает как низкую.

Риск изменения курса доллара США и других иностранных валют относительно рубля

Плавное изменение курса не должно иметь сильного влияния на деятельность Компании, так как выручка и большая часть расходов Группы «ДИКСИ» номинированы в российских рублях. Однако резкие колебания курсов валют могут привести к увеличению расходов и уменьшению чистой прибыли, в связи с возникновением курсовых разниц, связанных, в основном, с программой импорта овощей и фруктов. Вероятность возникновения резких изменений курса российского рубля Эмитент оценивает как среднюю.

Риск роста темпов инфляции

Рост темпов инфляции может привести к увеличению расходов (в том числе на заработную плату, аренду и т.д.). Однако не существует гарантии, что рост индекса потребительских цен в Российской Федерации приведет к значительному повышению основных операционных расходов Группы, так как данный рост может быть сдержан снижением экономического роста российской экономики, что приведет к снижению конкуренции за трудовые ресурсы, а также торговую недвижимость. Одновременно продовольственная инфляция должна способствовать росту выручки Группы, что должно компенсировать инфляцию расходов. Невозможность повысить цены на продаваемые товары в сочетании с инфляционным давлением на расходы, может негативно отразиться на операционной и чистой прибыли. Вероятность возникновения рисков роста инфляции Эмитент оценивает как среднюю.

Риск ликвидности

Неспособность Группы своевременно выполнить свои обязательства может привести к выплатам штрафов, пени и т.д., что приведет к незапланированным расходам и сократит прибыль. В этой связи Компания проводит политику планирования бюджета и денежных потоков. Вероятность возникновения данного риска оценивается эмитентом как низкая.

Наибольшее влияние вышеуказанные финансовые риски могут оказать на объем затрат и прибыли, получаемой Группой, а также на увеличение сроков по возврату (исполнению) кредиторской задолженности, уменьшение показателей ликвидности.

4. Правовые риски

Правовые риски, связанные с деятельностью Компании

Правовые риски определены, в том числе, недостатками, присущими российской правовой системе и российскому законодательству, что приводит к созданию атмосферы неопределенности в области инвестиций и коммерческой деятельности.

Россия продолжает разрабатывать правовую базу, необходимую для поддержки рыночной экономики. Следующие основные риски, связанные с российской правовой системой, и многие из которых не существуют в странах с более развитой рыночной экономикой, создают неуверенность в отношении принимаемых юридических и деловых решений:

- несоответствия, существующие между законами, указами Президента и правительственными, министерскими и местными распоряжениями, решениями, постановлениями и другими актами;
- противоречия между местными, региональными и федеральными правилами и положениями;
- ужесточение деятельности налоговых органов в отношении отдельных российских предприятий, включая неожиданное и внеплановое проведение налоговых проверок, возбуждение уголовных дел и гражданских исков с претензиями об уплате дополнительных сумм налогов.

Для минимизации воздействия приведенных негативных факторов Группа приложит все усилия по выполнению всех существующих законодательных требований в полном объеме и, в случае необходимости, будет использовать все законные способы защиты своих интересов, включая обращение в российские и международные судебные инстанции.

Риски, связанные с изменением валютного регулирования

Правовые основы и принципы валютного регулирования и валютного контроля в Российской Федерации установлены нормами Федерального закона от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» (далее ФЗ о валютном регулировании). Указанный закон устанавливает полномочия органов валютного регулирования, а также определяет права и обязанности резидентов и нерезидентов в отношении владения, пользования и распоряжения валютными ценностями, права и обязанности нерезидентов в отношении владения, пользования и распоряжения валютой Российской Федерации и внутренними ценными бумагами, права и обязанности органов валютного контроля и агентов валютного контроля.

По мнению Группы, данные риски не окажут существенного влияния на ее деятельность.

Риски, связанные с изменением налогового законодательства

Налоговое законодательство Российской Федерации подвержено достаточно частым изменениям. В связи с этим существует возможность принятия актов законодательства о налогах и сборах, устанавливающих новые налоги и (или) сборы повышающих налоговые ставки, размеры сборов, устанавливающих или отягчающих ответственность за нарушение законодательства о налогах и сборах, устанавливающих новые обязанности или иным образом ухудшающих положение налогоплательщиков или плательщиков сборов, а также иных участников отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах. Существующие налоговые законы допускают неоднозначное толкование.

Нормативно-правовые акты по налогам и сборам, в частности Налоговый кодекс Российской Федерации, содержат ряд неточных формулировок, что может затруднить налоговое планирование.

Компания может быть подвергнута периодическим налоговым проверкам, что может привести к доначислению налогов за предыдущие отчетные периоды. Внесение изменений в действующее налоговое законодательство может повлечь уплату дополнительных налогов и сборов. Для предотвращения указанных рисков Группа осуществляет налоговое планирование.

В связи с тем, что Группа «ДИКСИ» осуществляет свою деятельность в Российской Федерации, соответственно, уплату налогов осуществляет только как налоговый резидент РФ, то основные страновые и региональные риски, влияющие на ее деятельность, это риски, связанные с Российской Федерацией.

По мнению Компании, данные риски влияют на нее так же, как и на всех субъектов рынка. Группа рассматривает данный риск как приемлемый.

Риски, связанные с изменением правил таможенного контроля и пошлин

Основным нормативным актом, регулирующим правила таможенного контроля и пошлин, является Таможенный кодекс Российской Федерации, а также другие нормативные правовые акты, регулирующие вопросы импорта и экспорта, устанавливающие порядок ввоза на территорию РФ и вывоза с территории РФ. В связи с возможностью изменения требований, установленных вышеуказанными нормативными актами, существует риск принятия решений, осложняющих таможенное декларирование.

Учитывая, что Группа не осуществляет экспорт продукции, данный риск не оказывает существенного влияния на ее деятельность. Однако Компания может быть подвержена рискам изменения политики Российской Федерации в отношении импорта определённых товаров или импорта из определенных стран. Запрет на импорт может отразиться на ассортименте товаров, которые Группа продает в своих магазинах, что потенциально может повлиять на величину и стоимость «корзин» покупателей магазинов Группы «ДИКСИ».

Изменение требований по лицензированию основной деятельности Компании, либо лицензированию прав пользования объектами, нахождение которых в обороте ограничено (включая природные ресурсы)

Риски, связанные с изменением требований по лицензированию основной деятельности незначительны, так как в настоящее время она не подлежит лицензированию, а предприятия Группы соблюдают все требования по лицензированию основной деятельности (лицензирование розничной продажи алкогольных продуктов).

Компании Группы «ДИКСИ» своевременно исполняют требования лицензий, предпринимают все необходимые действия для получения, поддержания в силе действия лицензий, минимизации вероятности их приостановки, изменения или отзыва. Риски, связанные с изменениями в законодательстве, либо решениями федеральных или местных органов власти по вопросам лицензирования, находятся вне контроля Компании, и Компания не может гарантировать, что в будущем не произойдет негативных для нее изменений в сфере лицензирования.

Для минимизации данного риска компании Группы осуществляют хозяйственную деятельность в строгом соответствии с требованиями федеральных или местных органов власти, например на кассовых аппаратах блокирована возможность продажи алкогольной продукции в запрещенное время. Табачная продукция продается в местах, оборудованных в строгом соответствии с требованием законодательства, постоянно проводятся гласные и негласные проверки магазинов внутренними службами. В настоящее время предпосылок правового, экономического или политического свойства, связанных с усложнением процедуры получения или продления действия лицензий, не выявлено.

Группа «ДИКСИ» не использует в своей деятельности объекты, нахождение которых в обороте ограничено.

Риски, связанные с изменением судебной практики по вопросам, связанным с деятельностью Компании (в том числе по вопросам лицензирования), которые могут

негативно сказаться на результатах ее деятельности, а также на результатах текущих судебных процессов, в которых участвует Компания

На данный момент Компания не участвует в судебных процессах, которые могут привести к значительным затратам, оказать негативное влияние на ее деятельность, и ее финансовое состояние, однако такую возможность нельзя исключать полностью. Помимо этого Группа не исключает возможность участия в судебных процессах, способных оказать негативное влияние на деятельность ее и его финансовое состояние, в будущем.

Комплаенс-риски (риски нарушения законодательства о противодействии коррупции, незаконной торговле, легализации доходов, полученных преступным путем, нарушения санкционных и экономических ограничений и стандартов деловой этики)

Группа Компаний «ДИКСИ» является публичной компанией, которая ставит соблюдение законодательства и высоких стандартов деловой этики в основу своей деятельности. На компанию распространяется действие российского антикоррупционного законодательства, а также, при определенных условиях, законодательство иных юрисдикций, имеющее экстерриториальное действие (Закон Великобритании о борьбе со взяточничеством (UK Bribery Act), Закон США о коррупции за рубежом (FCPA) и иные).

Поскольку основным видом деятельности компании является розничная торговля и производство продуктов питания и товаров повседневного потребления, ГК «ДИКСИ» стремится следовать законодательству в сфере торговли, в том числе, таможенному, санитарному, фитосанитарному, ветеринарному законодательству, а также правилам в сфере защиты прав потребителей. Компания выступает против незаконной торговли в любой её форме (распространение контрафактной или контрабандной продукции и т.д.).

Деятельность Компании может быть подвержена рискам, связанным со стремлением преступников или их пособников легализовать доходы, полученные преступным путем, через проведение операций с Компанией, поэтому ГК «ДИКСИ» соблюдает законодательство о противодействии легализации доходов, полученных преступным путем, и внедряет соответствующие внутренние контроли.

Некоторые страны периодически устанавливают ограничения в отношении экспорта, импорта и других коммерческих операций с определенными государствами, юридическими и физическими лицами. В случае нарушения указанных ограничений возможно применение серьезных санкций. Российская Федерация вводит или может вводить специальные защитные экономические меры в отношении, в частности, импорта продукции из ряда стран. ГК «ДИКСИ» соблюдает все применимые законы и ограничения в области санкций. По этой причине Компания регулярно оценивает применимость санкционных требований, в том числе, импортных и экспортных ограничений, в отношении собственных операций.

11 октября 2016 года Совет директоров ПАО «ДИКСИ Групп» утвердил новую комплаенс-программу, в основе которой лежат такие ключевые принципы, как честность, добросовестность, уважение к клиентам и сотрудникам, стремление строить деловые отношения на основе взаимной выгоды и честного предпринимательства, нетерпимость к любым проявлениям незаконного и неэтичного поведения, организация независимого механизма для сообщений о нарушениях.

Совет директоров утвердил новые Кодекс поведения, политики и процедуры в области комплаенс, которые включают регулирование следующих основных областей:

- противодействие коррупции и корпоративному мошенничеству;
- противодействие незаконной торговле;
- противодействие легализации доходов, полученных преступным путем;
- соблюдение законодательства о конкуренции;
- соблюдение законодательства о санкциях и иных экономических ограничениях;
- защита интеллектуальной собственности, конфиденциальной и инсайдерской информации.

Разработка и внедрение обновленных комплаенс-политик и процедур заняло 6 месяцев. Результаты, свидетельствующие об эффективности новой программы, стали очевидны уже в

первые месяцы после внедрения. В частности, был изменен формат работы Линии доверия для информирования о нарушениях комплаенс-политик. Вместо формы обратной связи на сайте ГК «ДИКСИ» появилось три альтернативных канала: телефон, сайт, электронная почта. С ноября 2016 года прием телефонных звонков и онлайн сообщений осуществляется независимым консультантом, имеющим высокую репутацию на рынке аудиторских услуг и финансовых расследований и обеспечивающим конфиденциальность полученной информации. Указанные изменения позволили повысить эффективность работы Линии доверия.

Впервые в истории Компании создан Комитет по этике. В задачи Комитета входит: расследование нарушений требований законодательства и стандартов этического ведения бизнеса; оценка и урегулирование конфликтов интересов; рассмотрение сделок/операций с высоким комплаенс-риском; мониторинг соблюдения комплаенс-политик и процедур. По итогам рассмотрения указанных вопросов Комитет принимает рекомендации и представляет их на утверждение Генеральному директору.

Компания стремится к тому, чтобы её поставщики и партнёры также разделяли принципы Компании в области этического ведения бизнеса. С этой целью во все договоры включается антикоррупционная оговорка, а также проводится тщательная проверка всех деловых связей Компании. В рамках обновленной комплаенс-программы разработана и утверждена Политика «Знай своего контрагента», устанавливающая основные условия, процедуры, ответственных лиц и сроки проведения проверки контрагентов, с которыми ГК «ДИКСИ» вступает в гражданско-правовые отношения. Компания использует риск-ориентированный подход при проверке благонадежности контрагентов. Это означает, что Компания принимает решение об установлении или продолжении деловых взаимоотношений с контрагентом в зависимости от уровня риска, присвоенного по результатам проведения процедур проверки.

ГК «ДИКСИ» продолжит дальнейшее развитие Комплаенс программы, поскольку репутация и будущие успехи Компании в значительной мере зависят от соблюдения требований закона и приверженности высоким этическим стандартам.

5. Риски, связанные с деятельностью Компании

Риски, связанные с активным развитием Компании

В 2016 году Группа «ДИКСИ» открыла 94 магазина (за вычетом закрытий), тем самым увеличив общее количество магазинов Группы до 2 802. Существует риск того, что сроки окупаемости магазинов будут более длинными, чем планирует Компания. Существует также риск, что новые магазины не выйдут на планируемую норму прибыли, в то время как Группа уже понесет расходы на их открытие и эксплуатацию. Это может привести к росту расходов Группы, которое не будет компенсировано соответствующим увеличением выручки, что может привести к снижению рентабельности.

Риски, связанные с пролонгацией договоров аренды помещений под магазины, а также с изменениями условий аренды

По состоянию на 31 декабря 2016 года Группа арендовала около 79 процентов своих общих площадей. Группа стремится заключать долгосрочные договоры аренды (на срок от 5 лет и выше). Как правило, арендная плата рассчитывается исходя из определенной ставки аренды одного квадратного метра в рублях общей площади арендуемого Группой помещения.

Вместе с тем, невозможность возобновить договоры аренды недвижимого имущества под магазины или пролонгировать их на приемлемых условиях может оказать существенное негативное влияние на хозяйственную деятельность Группы и ее финансовое положение.

Невозможно полностью гарантировать, что Группа и далее сможет продлевать договоры аренды на приемлемых условиях и даже саму возможность дальнейшего продления договоров аренды по мере их истечения. Если Группа не сможет продлить договоры аренды своих магазинов по мере истечения их сроков или арендовать другие подходящие объекты на приемлемых условиях, или если существующие договоры аренды Группы будут расторгнуты по какой-либо причине (в

том числе в связи с потерей арендодателем прав собственности на такие объекты), или если их условия будут пересмотрены в ущерб Группе, то это может оказать существенное неблагоприятное воздействие на ее финансовое положение и операционные результаты.

Риски, связанные с возможностью привлечения достаточных средств для финансирования инвестиций в будущем

Развитие Группы «ДИКСИ» тесно связано с возможностью инвестировать финансовые ресурсы в открытие новых магазинов. Невозможность привлечь или сгенерировать достаточный объем средств для осуществления инвестиций в развитие сети может привести к сокращению программы открытия новым магазинам. В ситуации, когда стоимость заемного финансирования остается высокой, а также существует высокая неопределенность в отношении будущего движения процентных ставок, одним из основных компонентов среднесрочной стратегии развития Группы компаний «ДИКСИ» является увеличение количества магазинов в розничной сети, в значительной степени за счет собственного операционного денежного потока Группы.

Риски, связанные с потерей менеджмента и нехваткой персонала для будущего развития

Успех компании в значительной степени связан с продолжением работы в ней ключевых сотрудников и руководителей. Потеря одного или нескольких руководящих сотрудников либо неспособность привлечь и мотивировать дополнительных высококвалифицированных сотрудников, необходимых для эффективного управления более масштабным бизнесом, может оказать существенное неблагоприятное воздействие на бизнес, результаты операционной деятельности и финансовое положение Группы.

В соответствии с трудовыми договорами, заключенными между обществами Группы и вышеназванными лицами, данные сотрудники могут подать заявление об увольнении за один месяц, а в некоторых случаях за две недели до увольнения. Группа не застрахована от ущерба, который может быть причинен Группе в случае утраты (увольнения) ее ведущих специалистов и руководителей.

Компания стремится привлекать наиболее квалифицированных и опытных сотрудников, и структурирует свои компенсационные пакеты в соответствии с изменяющимися стандартами российского рынка труда.

Риски, связанные с возможностями компьютерных систем Группы

Компьютерные системы Группы, в том числе системы бухгалтерского учета, планирования, финансового контроля и т.д., ориентированы на текущий объем операций Группы. Компания постоянно работает над усовершенствованием технического уровня своих компьютерных систем, в том числе чтобы они удовлетворяли растущим потребностям бизнеса. Если технический уровень компьютерных систем Группы перестанет удовлетворять потребностям бизнеса, это может привести к ошибкам в планировании, учете и т.д. Это может негативно отразиться на эффективности работы, а также привести к росту расходов Группы.

Риски, связанные с защитой интеллектуальной собственности

При осуществлении и защите своих прав на интеллектуальную собственность Группа полагается, прежде всего, на авторские права, права на товарные знаки, законодательство об охране коммерческой тайны, на свою политику в отношении пользователей, на лицензионные договоры и на ограничения по раскрытию информации. Несмотря на указанные меры предосторожности, третьи лица могут иметь возможность несанкционированно копировать или иным образом получать и использовать интеллектуальную собственность Группы. Россия, в целом, предлагает меньшую защиту прав на интеллектуальную собственность, чем многие другие государства с развитой рыночной экономикой. Неспособность Группы защитить принадлежащие ей права на интеллектуальную собственность от нарушения или незаконного присвоения может негативно отразиться на её финансовом положении и способности Группы развивать коммерческую деятельность. Кроме того, Группа может быть вовлечена в судебные процессы по защите принадлежащих ей прав на интеллектуальную собственность или для установления

действительности и объема прав других лиц. Любое судебное разбирательство может привести к значительным расходам, к отвлечению ресурсов Группы, что может негативно отразиться на деятельности и финансовом положении Группы.

Группа находится на этапе интенсивного развития и расширения всех сфер своей деятельности. Меры по обеспечению закрепления прав Группы на определенные объекты интеллектуальной собственности должны осуществляться на основе существующих планов коммерческого развития и опережать любую коммерческую активность.

Недостаточный опыт российских обществ в разработке политики в отношении объектов интеллектуальной собственности создает целую группу рисков неблагоприятного воздействия, в том числе возникновение невозможности для Группы использовать в ряде стран развиваемые ей товарные марки в отношении определенных товаров (услуг), возможные конфликты с работниками, привлеченными специалистами и организациями в связи с определением прав на совместно создаваемые продукты и разграничением возможности использования этих продуктов Группой и иными лицами.

В Компании разработана и действует «Политика информационной безопасности Группы Компаний «ДИКСИ»», а также еще ряд политик по использованию информационных систем Компании. Соблюдение данных политик должно помочь снизить вероятность реализации рисков, связанных интеллектуальной собственностью и информационными системами Компании.

Риски, связанные с недостаточностью страхового покрытия для страхования убытков, возникающих в связи с приостановлением деятельности, причинением ущерба имуществу Группы, или ответственностью перед третьими лицами

Группа владеет полисами страхования недвижимости, оборудования, транспорта и товара. Однако на настоящий момент не существует уверенности в том, что покрытия, предоставляемого такими полисами, будет достаточно для покрытия убытков, вызванных приостановлением деятельности Группы или причинением ущерба имуществу Группы в результате огня, взрыва, затопления, или иных обстоятельств. На настоящий момент не существует уверенности в том, что такого покрытия будет достаточно для покрытия существенного убытка или в случаях существенной ответственности перед третьими лицами. Недостаточность страхового покрытия для покрытия таких убытков или ответственности может существенным образом негативно повлиять на деятельность Группы, ее финансовое состояние и результаты деятельности.

Риски, связанные с текущими судебными процессами, в которых участвует Компания

На данный момент предприятия Группы «ДИКСИ» не участвуют в каких-либо судебных разбирательствах, результаты которых могли бы существенно отразиться на результатах их деятельности. По мнению руководства, в настоящее время не существует каких-либо потенциальных судебных разбирательств или исков, которые могут оказать существенное влияние на результаты деятельности или финансовое положение Группы, однако такую возможность нельзя исключать полностью в связи с судебными ошибками и непредсказуемостью судебных решений.

Отсутствие возможности продлить действие лицензии на ведение определенного вида деятельности либо на использование объектов, нахождение которых в обороте ограничено (включая природные ресурсы)

Основная деятельность Компании не подлежит лицензированию, а риски Группы компаний «ДИКСИ» можно оценить как минимальные, так как предприятия Группы соблюдают все правила лицензирования основной деятельности, своевременно продлевают лицензии, срок действия которых закончился. Группа «ДИКСИ» не использует в своей деятельности объекты, нахождение которых в обороте ограничено (включая природные ресурсы).

Возможная ответственность по долгам третьих лиц, в том числе дочерних обществ Группы

Гражданский кодекс РФ, а также законодательство об акционерных обществах определяют, что акционеры российского акционерного общества не отвечают по долгам этого общества и несут

только риск убытков в пределах стоимости своих вкладов. Вместе с тем, исключение из этого правила действует тогда, когда компания - основной акционер («основное общество») имеет право давать дочернему обществу, в том числе по договору с ним, обязательные для него указания. При определенных обстоятельствах и по решению суда на основное общество может возлагаться солидарная с дочерним обществом ответственность по сделкам, заключенным последним во исполнение указанных решений. Кроме того, основное общество несет субсидиарную ответственность по долгам дочернего общества в случае его несостоятельности (банкротства) в результате действия или бездействия со стороны основного общества. Соответственно, при положении Компании как основного общества дочерних обществ, более 50% уставного капитала которых прямо или косвенно ей принадлежит или в которых она имеет возможность определять решения, не исключен риск возникновения ответственности по долгам дочерних обществ.

Ответственность, которая может быть возложена на Компанию и которая является субсидиарной в случае банкротства дочерней компании и солидарной в случае возникновения ответственности в связи со сделками, заключенными во исполнение обязательных указаний Компании, может существенно повлиять на хозяйственную деятельность Группы «ДИКСИ».

Риски, связанные с возможностью потери потребителей, на оборот с которыми приходится не менее чем 10 процентов общей выручки от продажи продукции (работ, услуг)

С учетом того, что покупателями товаров в магазинах Группы является население более чем 770 населенных пунктов на территории четырех крупнейших Федеральных округов Российской Федерации – Центрального, Северо-Западного, Приволжского и Уральского, в совокупности составляющих более 70 процентов объема розничного рынка продуктов питания и товаров повседневного спроса страны, то вероятность наступления рисков, связанных с возможностью потери потребителей, на оборот с которыми приходится не менее 10 процентов общей выручки от продажи товаров (работ, услуг), оценивается Группой как минимальная.

6. Стратегические риски

Стратегический риск – риск возникновения убытков в результате ошибок (недостатков), допущенных в процессе принятия решений, определяющих стратегию развития Сети, вследствие неучёта или недостаточного учёта возможных опасностей, которые могут угрожать деятельности Сети, неправильно или недостаточно обоснованного определения перспективных направлений развития, в которых Сеть может достичь конкурентного преимущества, отсутствия или обеспечения в неполном объеме необходимых ресурсов (финансовых, материально-технических и др.). Внешние факторы, влияющие на курс стратегического развития включают в себя все то, что приводит к изменению потребительского поведения клиента и на спрос: изменения в экономической среде, изменение в социально-культурной среде и технологические факторы, а также изменения в законодательной среде и потеря покупателей вследствие негативного восприятия деятельности Сети. Внутренние факторы включают в себя неверную оценку стратегического потенциала, особенности кадрового состава, ошибочный выбор целей. Бизнес риск возникновения у Сети потерь в краткосрочной перспективе, связанных с изменениями внешней среды, включая изменение доходности Сети в связи, например, с падением объема продаж, повышением уровня операционных расходов, повышение закупочных цен.

Для разработки стратегии были взяты наиболее актуальные прогнозы развития макроэкономической ситуации и индекс уверенности потребителя. А также все тенденции мирового и внутреннего развития потребительского ритейла. На их основе были сформировано несколько сценариев развития, а также комплекс условий, при которых тот или иной сценарий может фактически реализоваться. Из поддерживающих стратегических инициатив является повышение доверия и лояльности клиента, формирование эффективной системы обучения и развития, и эффективное операционное управление.

Стратегия развития сети на срок от трех до пяти лет разрабатывается и утверждается Правлением и Советом Директоров. А также, в качестве важной задачи выступает декомпозиция задач долгосрочной стратегии до уровня операционно-тактических задач и запуск действий направленных на устранение расхождений между запланированными и фактическими

показателями. Разрабатывается бизнес-план на текущий финансовый год, в рамках краткосрочного 6-ти месячного цикла, отражающий нужные тактические задачи и инициативы для достижения долгосрочной утвержденной стратегии. Бизнес-план также утверждается Правлением и Советом Директоров.

Основной целью управления стратегическим риском является формирование единой информационной системы, обеспечивающей возможность принятия надлежащих управленческих решений в отношении деятельности компании по снижению влияния стратегического риска в целом. Система поддерживает стратегические инициативы и быстрое реагирование на отклонения от курса. Стратегические цели и краткосрочные инициативы доносятся до всех сотрудников организации. Все сотрудники разделяют стратегические цели и принимают элементы корпоративной культуры. Данное также поддерживается внедренными сквозными KPI и системы мотивации ориентированной на достижение общих целей сети.

8. Перечень совершенных Обществом в 2016 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» крупными сделками

№ п/п	Дата совершения сделки	Дата одобрения сделки	Орган общества, принявший решение об одобрении сделки	Предмет сделки и ее существенные условия
1.	14.12.2016	05.10.2016	Внеочередное общее собрание акционеров	<u>Стороны сделки:</u> Акционерное общество «ДИКСИ Юг», Публичное акционерное общество «ДИКСИ Групп». <u>Предмет сделки и ее существенные условия:</u> приобретение обыкновенных именных акций дополнительной эмиссии АО «ДИКСИ Юг». Продавец (АО «ДИКСИ Юг») передает Покупателю (ПАО «ДИКСИ Групп») следующие ценные бумаги (далее – «Акции»): <u>Вид ценных бумаг:</u> акции обыкновенные именные бездокументарные. <u>Эмитент:</u> Акционерное общество «ДИКСИ Юг». <u>Номинальная стоимость одной ценной бумаги:</u> 100 (сто) рублей. <u>Количество передаваемых ценных бумаг:</u> 117 751 930 (сто семнадцать миллионов семьсот пятьдесят одна тысяча девятьсот тридцать) штук. <u>Стоимость одной ценной бумаги (цена размещения):</u> 120 (сто двадцать) рублей. <u>Общая стоимость Акции:</u> 14 130 231 600 (четырнадцать миллиардов сто тридцать миллионов двести тридцать одна тысяча шестьсот) рублей. <u>Срок и порядок оплаты Акции:</u> оплата осуществляется в течение 3 (трех) рабочих дней с даты подписания Договора купли-продажи акций путем перечисления денежных средств на расчетный счет Продавца либо путем зачета денежных требований Покупателя к Продавцу. <u>Срок исполнения обязательств по сделке:</u> не позднее 26.12.2016.

9. Перечень совершенных Обществом в 2016 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имелась заинтересованность

№ п/п	Дата совершения сделки	Дата одобрения сделки	Орган общества, принявший решение об одобрении сделки	Сведения о лице (лицах), заинтересованных в совершении сделки и основания признания лица (лиц) заинтересованными в ее совершении, предмет сделки и ее существенные условия
1.	14.12.2016	05.10.2016	Внеочередное общее собрание акционеров	<u>Заинтересованные лица:</u> 1) Компания «Дикси Холдинг Лимитед» (Dixy Holding

Limited).

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Dixy Holding Limited (Dixy Holding Ltd.) является акционером ПАО «ДИКСИ Групп», имеющем более 20 процентов голосующих акций общества, и одновременно является аффилированным лицом другой стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: 51,29%.

2) Акционерное общество «ДИКСИ Юг».

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: АО «ДИКСИ Юг» является акционером ПАО «ДИКСИ Групп», имеющем совместно с его аффилированными лицами более 20 процентов голосующих акций общества, и одновременно является стороной в сделке.

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: 2,06%.

3) Педро Мануэль Перейра да Сильва.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Педро Мануэль Перейра да Сильва является членом совета директоров и членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: 1,45%.

4) Хуан Жиральт Сильва.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Хуан Жиральт Сильва является членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: 0,363%.

5) Жулио Маркес Дуарте.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Жулио Маркес Дуарте является членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: 0,363%.

6) Кесаев Игорь Альбертович.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Кесаев И.А. является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

7) Кацман Владимир Леонидович.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Кацман В.Л. является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

8) Присяжнюк Александр Михайлович.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Присяжнюк А.М. является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

9) Стивен Хеллман.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Стивен Хеллман является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

10) Стивен Джон Веллард.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Стивен Джон Веллард является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

11) Кривошапко Алексей Владимирович.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Кривошапко А.В. является членом совета директоров ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

12) Беляков Сергей Сергеевич.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Беляков С.С. является генеральным директором ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг».

Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет.

13) Жуников Олег Викторович.

Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Жуников О.В. является членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою

				очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг». Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет. 14) Комиссаров Александр Евгеньевич. Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Комиссаров А.Е. является членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг». Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет. 15) Шмырин Александр Евгеньевич. Основание признания лица заинтересованным в совершении сделки: Шмырин А.Е. является членом коллегиального исполнительного органа ПАО «ДИКСИ Групп», которое, в свою очередь, является управляющей компанией стороны по сделке – АО «ДИКСИ Юг». Доля участия заинтересованного лица в уставном капитале Общества и юридического лица, являющегося стороной по сделке, на дату совершения сделки: не владеет. Стороны сделки: Акционерное общество «ДИКСИ Юг», Публичное акционерное общество «ДИКСИ Групп». Предмет сделки и ее существенные условия: приобретение обыкновенных именных акций дополнительной эмиссии АО «ДИКСИ Юг». Продавец (АО «ДИКСИ Юг») передает Покупателю (ПАО «ДИКСИ Групп») следующие ценные бумаги (далее – «Акции»): Вид ценных бумаг: акции обыкновенные именные бездокументарные. Эмитент: Акционерное общество «ДИКСИ Юг». Номинальная стоимость одной ценной бумаги: 100 (сто) рублей. Количество передаваемых ценных бумаг: 117 751 930 (сто семнадцать миллионов семьсот пятьдесят одна тысяча девятьсот тридцать) штук. Стоимость одной ценной бумаги (цена размещения): 120 (сто двадцать) рублей. Общая стоимость Акции: 14 130 231 600 (четырнадцать миллиардов сто тридцать миллионов двести тридцать одна тысяча шестьсот) рублей. Срок и порядок оплаты Акции: оплата осуществляется в течение 3 (трех) рабочих дней с даты подписания Договора купли-продажи акций путем перечисления денежных средств на расчетный счет Продавца либо путем зачета денежных требований Покупателя к Продавцу. Срок исполнения обязательств по сделке: не позднее 26.12.2016.
--	--	--	--	---

10. Состав Совета директоров Общества в 2016 году и сведения о членах Совета директоров Общества

1. Действовавший с 01.01.2016 г. по 17.06.2016 г. состав Совета директоров был избран на Внеочередном общем собрании акционеров, которое состоялось 24.07.2015 г. (Протокол № 30 от 24.07.2015 г.):

1) Председатель Совета директоров: Кесаев Игорь Альбертович.

Год рождения: 1966.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский государственный институт международных отношений (МГИМО).

Место работы: ООО «Национальная Дистрибьюторская Компания «Меркурий».

Наименование должности по основному месту работы: Президент.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

Члены Совета директоров:

2) Кациев Сергей Солтанович.

Год рождения: 1958.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский государственный институт международных отношений (МГИМО).

Место работы: АО «Торговая Компания «МЕГАПОЛИС».

Наименование должности по основному месту работы: Президент.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

3) Якубсон Илья Адольфович.

Год рождения: 1972.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Орловский Государственный Педагогический Университет, Орловскую Региональную Академию Государственной Службы, Kingston University, кандидат социологических наук, имеет степень MBA.

Место работы: не работает (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Наименование должности по основному месту работы: не работает (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Доля в уставном капитале Общества, %: 0,132%.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0,132%.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

4) Кацман Владимир Леонидович.

Год рождения: 1961.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Грозненский нефтяной институт, имеет степень MBA.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

5) Присяжнюк Александр Михайлович - независимый директор.

Год рождения: 1972.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Кубанский Государственный Университет.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Является членом Совета директоров ПАО «М.видео», ПАО «Группа ЛСР».

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

6) Стивен Джон Веллард - независимый директор.

Год рождения: 1951

Сведения об образовании: окончил Sandringham Secondary School, London.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Доля в уставном капитале Общества,%: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

7) Балабанов Владимир Семенович - независимый директор.

Год рождения: 1947.

Сведения об образовании: Окончил Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.

Место работы: АНО ВПО «Российская академия предпринимательства».

Наименование должности по основному месту работы: Президент.

Доля в уставном капитале Общества,%: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

В соответствии с положениями корпоративных документов в Обществе с 01.01.2016 г. по 17.06.2016 действовали следующие Комитеты Совета директоров (состав Комитетов сформирован на заседании Совета директоров 31.07.2015, протокол № 62/2015 от 31.07.2015 г.):

1. Комитет по аудиту, членами которого являлись следующие члены Совета директоров:

1) *Присяжнюк Александр Михайлович – Председатель комитета;*

2) *Стивен Джон Веллард;*

3) *Балабанов Владимир Семенович.*

2. Комитет по кадрам и вознаграждениям, членами которого являются следующие члены Совета директоров:

1) *Присяжнюк Александр Михайлович – Председатель комитета;*

2) *Кацман Владимир Леонидович;*

3) *Балабанов Владимир Семенович.*

3. Комитет по стратегическому планированию, членами которого являются следующие члены Совета директоров:

1) *Кациев Сергей Солтанович - Председатель комитета;*

2) *Стивен Джон Веллард;*

3) *Балабанов Владимир Семенович.*

Все члены Совета директоров Общества в период с 01.01.2016 г. по 17.06.2016 г. приняли участие в более чем 95% заседаний Совета директоров и его Комитетов.

II. Действовавший с 17.06.2016 г. по 20.01.2017 г. состав Совета директоров был избран на Годовом общем собрании акционеров, которое состоялось 17.06.2016 г. (Протокол № 30 от 20.06.2016 г.):

1) Председатель Совета директоров: Кесаев Игорь Альбертович.

Год рождения: 1966.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский государственный институт международных отношений (МГИМО).

Место работы: ООО «Национальная Дистрибьюторская Компания «Меркурий».

Наименование должности по основному месту работы: Президент.

Доля в уставном капитале Общества,%: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

Члены Совета директоров:

2) Кацман Владимир Леонидович.

Год рождения: 1961.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Грозненский нефтяной институт, имеет степень МВА.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

3) Присяжнюк Александр Михайлович - независимый директор.

Год рождения: 1972.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Кубанский Государственный Университет.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Является членом Совета директоров ПАО «М.видео», ПАО «Группа ЛСР».

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

4) Стивен Джон Веллард - независимый директор.

Год рождения: 1951

Сведения об образовании: окончил Sandringham Secondary School, London.

Место работы: не работает.

Наименование должности по основному месту работы: не работает.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

5) Стивен Хеллман - независимый директор.

Год рождения: 1964.

Сведения об образовании: окончил юридический факультет «Болт Холл» Калифорнийского университета, кандидат юридических наук, бакалавр гуманитарных наук по советологии.

Место работы: Hellman Capital Management, LLC.

Наименование должности по основному месту работы: Президент.

Является членом Совета директоров ПАО «ДВМП», ПАО Банк ЗЕНИТ.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

6) Педро Мануэль Перейра да Сильва.

Год рождения: 1968.

Сведения об образовании: окончил Университет Нуэва г. Лиссабон, Международный институт управленческого развития г. Лозанна, Гарвардскую школу бизнеса Гарвардского университета г. Бостон.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп»

Наименование должности по основному месту работы: Заместитель Председателя Правления.

Доля в уставном капитале Общества, %: 0,15% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0,15% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Информация о сделках по приобретению/отчуждению акций Общества:

№ п/п	Дата сделки	Содержание сделки, совершенной с акциями Общества	Количество акций, являвшихся предметом сделки
1.	13.04.2016	приобретение акций	1 811 264 штук
2.	06.12.2016	продажа акций	1 381 557 штук
3.	26.12.2016	продажа акций	239 650 штук

7) Кривошапко Алексей Владимирович.

Год рождения: 1978.

Сведения об образовании: окончил Московский авиационный институт.

Место работы: Представительство «Просперити Кэпитал Менеджмент (РФ) Лтд.».

Наименование должности по основному месту работы: Глава представительства, Директор.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

В соответствии с положениями корпоративных документов Общества **с 28.06.2016 г. по 31.12.2016 г.** действовали следующие Комитеты Совета директоров (состав Комитетов сформирован на заседании Совета директоров 28.06.2016, протокол № 81/2016 от 28.06.2016 г.):

1. Комитет по аудиту, членами которого являются следующие члены Совета директоров:

- 1) *Присяжнюк Александр Михайлович – Председатель комитета;*
- 2) *Стивен Джон Веллард;*
- 3) *Стивен Хеллман.*

2. Комитет по кадрам и вознаграждениям, членами которого являются следующие члены Совета директоров:

- 1) *Стивен Хеллман – Председатель комитета;*
- 2) *Стивен Джон Веллард;*
- 3) *Кацман Владимир Леонидович.*

3. Комитет по стратегическому планированию, членами которого являются следующие члены Совета директоров:

- 1) *Стивен Джон Веллард - Председатель комитета;*
- 2) *Педро Мануэль Перейра да Сильва;*
- 3) *Присяжнюк Александр Михайлович.*

Все члены Совета директоров Общества в период с 28.06.2016 г. по 31.12.2016 г. приняли участие в более чем 95% заседаний Совета директоров и его Комитетов.

В течение 2016 года было проведено 20 заседаний Совета директоров Общества, на которых были приняты следующие решения:

- определена стоимость имущества, являющегося предметом крупной сделки и сделки, в совершении которой имеется заинтересованность;
- рассмотрены вопросы, связанные с созывом и подготовкой к Годовому общему собранию акционеров, которое состоялось 17.06.2016 г.;
- рассмотрены вопросы, связанные с созывом и подготовкой ко Внеочередному общему собранию акционеров, которое состоялось 05.10.2016 г.;
- рассмотрены вопросы, связанные с созывом и подготовкой ко Внеочередному общему собранию акционеров, которое состоялось 20.01.2017 г.;

- избран Генеральный директор Общества Беляков С.С. и одобрено совмещение им должностей в органах управления других организаций;
- избран Председатель Совета директоров Общества;
- сформированы Комитеты при Совете директоров;

Советом директоров Общества также рассмотрены иные вопросы, связанные с деятельностью Общества и относящиеся к компетенции Совета директоров Общества в соответствии с законодательством Российской Федерации и Уставом Общества.

Корпоративный секретарь Общества: Осипова Анна Алексеевна.

Сведения об образовании: в 2008 году окончила Юридический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова.

Сведения об опыте работы: до 2010 года работала юрисконсульт в сфере строительства. В 2010 г. - 2016 г. занимала различные должности в Юридическом департаменте медиахолдинга «СТС Медиа». В апреле 2016 года приступила к работе в Юридическом департаменте ГК «ДИКСИ». С сентября 2016 года занимает должность Корпоративного секретаря ПАО «ДИКСИ Групп».

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершала.

11. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа и членах коллегиального исполнительного органа Общества

I. Единоличный исполнительный орган (Генеральный директор).

По состоянию на **31.12.2016 г.** Генеральным директором Общества являлся Беляков Сергей Сергеевич. Беляков С.С. избран на должность Генерального директора Общества с 09.02.2016 г. сроком на 3 (три) года.

Год рождения: 1980.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский государственный институт международных отношений (МГИМО).

Доля в уставном капитале Общества, %: 0%

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0%.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

До **08.02.2016 г.** Генеральным директором Общества являлся Рыбасов Федор Иванович.

Год рождения: 1975.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ).

Доля в уставном капитале Общества, %: 0,145% (по состоянию на 08.02.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0,145% (по состоянию на 08.02.2016 г.).

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

II. Коллегиальный исполнительный орган (Правление).

В соответствии с пунктом 13.1 статьи 13 Устава в Обществе образован коллегиальный исполнительный орган – Правление.

По состоянию на **31.12.2016 г.** в состав Правления Общества входили следующие лица:

1) Беляков Сергей Сергеевич.

Год рождения: 1980.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский государственный институт международных отношений (МГИМО).

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Генеральный директор (Председатель Правления).

Доля в уставном капитале Общества,%: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

2) Педро Мануэль Перейра да Сильва

Год рождения: 1968.

Сведения об образовании: Окончил Университет Нуэва г. Лиссабон, Международный институт управленческого развития г. Лозанна, Гарвардскую школу бизнеса Гарвардского университета г. Бостон.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп»

Наименование должности по основному месту работы: Заместитель Председателя Правления.

Доля в уставном капитале Общества,%: 0,15% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: 0,15% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Информация о сделках по приобретению/отчуждению акций Общества:

№ п/п	Дата сделки	Содержание сделки, совершенной с акциями Общества	Количество акций, являвшихся предметом сделки
1.	13.04.2016	приобретение акций	1 811 264 штук
2.	06.12.2016	продажа акций	1 381 557 штук
3.	26.12.2016	продажа акций	239 650 штук

3) Жулио Маркес Дуарте.

Год рождения: 1973.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Университет ISACE, г. Гуарда, Португалия, бакалавр по специальности «Связи с общественностью».

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: член Правления.

Доля в уставном капитале Общества,%: 0,363% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: 0,363%.

Информация о сделках по приобретению/отчуждению акций Общества:

№ п/п	Дата сделки	Содержание сделки, совершенной с акциями Общества	Количество акций, являвшихся предметом сделки
1.	30.05.2016	приобретение акций	453 419 штук

4) Хуан Жиральт Сильва.

Год рождения: 1970.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Даймоновский университет Нью-Йорк, Ассоциация университетов Европы (EUA).

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: член Правления.

Доля в уставном капитале Общества,%: 0,363% (по состоянию на 31.12.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества,%: 0,363%.

Информация о сделках по приобретению/отчуждению акций Общества:

№ п/п	Дата сделки	Содержание сделки, совершенной с акциями Общества	Количество акций, являвшихся предметом сделки
1.	26.05.2016	приобретение акций	453 419 штук

5) Комиссаров Александр Евгеньевич.

Год рождения: 1970

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Уральский государственный университет имени А.М. Горького.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Управляющий директор АО «ДИКСИ Юг».

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

6) Жуников Олег Викторович.

Год рождения: 1962.

Образование: Высшее. Окончил Калининградское высшее инженерное морское училище.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Директор Дивизиона «Виктория».

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

7) Афанасьев Артём Игоревич.

Год рождения: 1983.

Образование: Высшее. Окончил Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова.

Место работы: АО «ДИКСИ Юг».

Наименование должности по основному месту работы: Директор Юридического департамента и комплаенс-контроля.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

8) Булатов Василий Александрович

Год рождения: 1981.

Образование: Высшее. Окончил Московскую академию Министерства внутренних дел Российской Федерации и Московский гуманитарно-экономический институт.

Место работы: АО «ДИКСИ Юг».

Наименование должности по основному месту работы: Директор Департамента по защите активов.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

В течение 2016 года в Правление также входили следующие лица, не являющиеся по состоянию на 31.12.2016 г. членами Правления ПАО «ДИКСИ Групп»:

1) Рыбасов Федор Иванович.

Год рождения: 1975.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Московский Государственный Университет им. М.В. Ломоносова (МГУ).

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Генеральный директор (Председатель Правления).

Доля в уставном капитале Общества, %: 0,145% (по состоянию на 08.02.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0,145%.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

Полномочия Рыбасова Ф.И. прекращены 08.02.2016 г. решением Совета директоров (Протокол № 73/2016 от 08.02.2016 г.).

2) Шмырин Александр Евгеньевич.

Год рождения: 1973.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Высшую Волго-Вятская академия государственной службы, Краснодарский филиал Всесоюзного заочного финансово-экономического института.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Директор направления по управлению качеством.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

Полномочия Шмырина А.Е. прекращены 11.10.2016 г. решением Совета директоров (Протокол № 88/2016 от 14.10.2016 г.).

3) Берзинь Томс Улдисович.

Год рождения: 1968.

Сведения об образовании: Высшее. Окончил Российский государственный технологический университет имени К.Э. Циолковского.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Заместитель генерального директора по административным вопросам.

Доля в уставном капитале Общества, %: 0,4% (по состоянию на 08.06.2016 г.).

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: 0,4% (по состоянию на 08.06.2016 г.).

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершал.

Полномочия Берзинь Т.У. прекращены 08.06.2016 г. решением Совета директоров (Протокол № 79/2015 от 30.05.2016 г.).

4) Штельтер Юлия Артуровна.

Год рождения: 1971.

Сведения об образовании: Высшее. Окончила Орловский государственный педагогический институт.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Директор по продажам.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершала.

Полномочия Штельтер Ю.А. прекращены 09.03.2016 г. решением Совета директоров (Протокол № 75/2016 от 09.05.2016 г.).

5) Герман Илона Валентиновна.

Год рождения: 1973.

Сведения об образовании: Высшее. Окончила Финансовый университет при Правительстве РФ.

Место работы: ПАО «ДИКСИ Групп».

Наименование должности по основному месту работы: Вице-президент по персоналу.

Доля в уставном капитале Общества, %: не владеет.

Доля принадлежащих лицу обыкновенных акций Общества, %: не владеет.

Сделок с акциями Общества в 2016 году не совершала.

Полномочия Герман И.В. прекращены 26.09.2016 г. решением Совета директоров (Протокол № 87/2016 от 27.09.2016 г.).

12. Основные положения политики Общества в области вознаграждения и (или) компенсации расходов членам органов управления Общества

1. Размер вознаграждения единоличного исполнительного органа (Генерального директора) Общества определяется Советом директоров Общества, устанавливается штатным расписанием Общества и фиксируется Трудовым договором, заключаемым между Обществом и Генеральным директором. Согласно условиям Трудового договора с Генеральным директором Общества, информация о размере вознаграждения Генерального директора и размере компенсированных ему расходов относится к конфиденциальной. В целом, размер вознаграждения Генерального директора Общества соответствует рыночной оценке вознаграждения первых лиц компаний соответствующей отрасли.

2. Размер вознаграждения членам Правления Общества определяется в договоре, заключаемом с каждым из них.

В 2016 году совокупный размер вознаграждений членов Правления (включая заработную плату членов Правления, являвшихся его работниками, в том числе работавших по совместительству, премии, комиссионные, вознаграждения, отдельно выплаченные за участие в работе соответствующего органа управления, а также иные виды вознаграждений, которые были выплачены Обществом в течение 2016 года) составил 1 279 990 890 (один миллиард двести семьдесят девять миллионов девятьсот девяносто тысяч восемьсот девяносто) рублей.

Совокупный размер компенсированных членам Правления в 2016 году расходов 45 320 (сорок пять тысяч триста двадцать) рублей.

3. Размер вознаграждения членов Совета директоров Общества определяется Общим собранием акционеров. Внеочередным общим собранием акционеров ПАО «ДИКСИ Групп» в 2015 (протокол №30 от 24.07.2015 г.) и Годовым общим собранием акционеров 2016 году (Протокол № 31 от 20.06.2016 г.) был определен размер вознаграждения независимым членам Совета директоров Общества в размере 25 000 (двадцать пять тысяч) долларов США в квартал без учета налогов.

Размер совокупного выплаченного членам Совета директоров в 2016 году вознаграждения (включая заработную плату членов Совета директоров, являвшихся его работниками, в том числе работавших по совместительству, премии, комиссионные, вознаграждения, отдельно выплаченные за участие в работе соответствующего органа управления, а также иные виды вознаграждений, которые были выплачены Обществом в течение 2016 года) составил 26 345 040 (двадцать шесть миллионов триста сорок пять тысяч сорок) рублей.

Также по решению Общего собрания акционеров ПАО «ДИКСИ Групп» в 2016 году осуществлялась компенсация членам Совета директоров расходов на проживание в гостинице и на проезд к месту проведения очных заседаний Совета директоров Общества и/или Комитетов Совета директоров Общества. Совокупный размер компенсированных членам Совета директоров в 2016 году расходов составил 41 521 (сорок одна тысяча пятьсот двадцать один) рубль.

13. Экологические и социальные аспекты деятельности Общества

Успешный бизнес для ГК «ДИКСИ» - это не только растущее количество магазинов. ГК «ДИКСИ» считает важнейшей для себя социальную миссию и следует ценностям устойчивого развития во всех направлениях развития компании. В основу модели социальной ответственности ГК «ДИКСИ» легли глобальные цели, принятые 25 сентября 2015 года ООН и официально

закрепленные документом «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года».

Из 17 принятых международным сообществом направлений, ГК «ДИКСИ» выделила для себя десять приоритетных, сосредоточив свое внимание и усилия на актуальных блоках, где компания может оказывать существенное влияние в результате своей деятельности.

1. Повсеместная ликвидация нищеты во всех её формах

Группа компаний «ДИКСИ» видит для себя особую миссию в достижении цели по поддержке малоимущих граждан во всех регионах присутствия магазинов. Магазины розничной сети предлагают покупателям продукты по доступным ценам высокого качества, в магазинах всегда представлена базовая потребительская корзина, включающая товары с минимальной торговой наценкой.

Не ограничиваясь своей миссией «всегда дарить радость приятной покупки», Компания реализует благотворительные проекты, направленные на решение конкретных задач для достижения этой цели.

ГК «ДИКСИ» в партнерстве с благотворительным фондом «Фонд продовольствия «Русь» реализует совместные программы продовольственной помощи для социально уязвимых слоев населения. За второе полугодие 2016 года в результате проведения акции «ПРОДУКТЫ В ПОМОЩЬ» - сбора продуктов питания и непродовольственных товаров для малообеспеченных семей в магазинах «ДИКСИ», «Виктория», а также аналогичного внутрикорпоративного проекта «Фуддрайв» всего было собрано и передано нуждающимся около 5 тонн продуктов питания и товаров первой необходимости.

В рамках благотворительной программы «Неравнодушные соседи» Компания осуществляла финансовые пожертвования в Фонд продовольствия «Русь» в качестве целевых взносов на оплату транспортных услуг для осуществления доставки продуктов питания, бесплатно полученных Фондом от крупнейших производителей России.

2. Обеспечение продовольственной безопасности и улучшение питания и содействие устойчивому развитию сельского хозяйства

Обеспечение продовольственной безопасности - один из базисов доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации и ключевой принцип работы ГК «ДИКСИ», что предполагает бесперебойную поставку продуктов наилучшего качества во все торговые точки и обеспечением контроля качества на всех этапах цепочки поставки. Товары, поступающие в магазины сети, не только контролируются внутренним персоналом, но и на регулярной основе проходят экспертизу в независимых аккредитованных лабораториях. Благодаря комплексным оценкам и стандартам качества, внедренным в Компании, продукты СТМ не раз были отмечены российским Знаком качества.

ГК «ДИКСИ» нацелена на максимально широкое сотрудничество с отечественными производителями, в первую очередь сельскохозяйственной продукции. Компания продолжает усилия по расширению локального ассортимента во всех регионах присутствия. Цель Компании – 90% товаров должно быть локального производства. ГК «ДИКСИ» стремится закупать в регионах все, что возможно при соответствии нашим стандартам качества, а импортировать только то, что внутри страны найти нельзя, например, по климатическим причинам.

ГК «ДИКСИ» оказывает всестороннюю помощь локальным поставщикам, гарантируя им долгосрочные устойчивые партнерства и всестороннюю поддержку. Совместный рост и развитие – стратегия, подтвердившая свою эффективность.

3. Содействие благополучию для всех в любом возрасте

ГК «ДИКСИ» является одним из крупных работодателей в Российской Федерации. Компания стремится предоставить своим сотрудникам комфортные условия труда, для сотрудников действует программа добровольного медицинского страхования. У всех сотрудников ГК «ДИКСИ» есть возможность получить материальную помощь в рамках программы «Поможем коллеге вместе» не

только для себя, но и в случае возникновения необходимости оказания такой помощи, для своих детей.

Компания не ограничивается внутрикорпоративными программами, направленными на обеспечение здорового образа жизни, и стремится реализовывать и финансировать программы по содействию благополучия социально-незащищенных слоев населения. Так ежегодно в офисах и на распределительных центрах ГК «ДИКСИ» проходит корпоративный благотворительный марафон: «Эстафета донорства», приуроченный к Всемирному дню донора крови. В 2016 году программа стала победителем в номинации «Здоровье» во всероссийском конкурсе проектов в сфере корпоративного волонтерства «Чемпионы добрых дел», организуемом Ассоциацией менеджеров совместно с Национальным советом по корпоративному волонтерству.

За весь 2016 год в рамках благотворительной программы «Неравнодушные соседи» было поддержано около 30 различных проектов, направленных на поддержку малоимущих семей, пожилых людей, а также на социализацию детей-сирот.

4. Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех

ГК «ДИКСИ» считает необходимым и возможным содействие справедливому и качественному образованию для тех категорий людей, которые по каким-либо причинам не имеют доступа к обучению и социализации на общих условиях. Социализация и образования детей-сирот – одно из приоритетных направлений, которые поддерживает Компания.

В рамках благотворительной программы «Неравнодушные соседи» благотворительный Фонд помощи детям «Детские Домики» смог реализовать в первом полугодии 2016 года программу «Образование и Карьера». Для воспитанников интернатных учреждений были проведены 60 профориентационных мероприятий.

Осенью 2016 года ГК «ДИКСИ» софинансировала программу «Дополнительное образование» для воспитанников Детского приюта «ПОКРОВ», что позволила оборудовать кабинет для обучения инновационной системой.

5. Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей женщин

ГК «ДИКСИ» предлагает равные права при трудоустройстве и карьерном развитии без гендерных предпочтений. По данным 2016 года в компании работает около 70% женщин. Для всех сотрудников ГК «ДИКСИ» предоставлена равная возможность проходить тренинги и обучения в ДИКСИ-Академии. ДИКСИ-Академия – современный образовательный центр с профессионально оборудованными классами. За 2016 год более 14 тысяч сотрудников компании прошли программы обучения очного и дистанционного форматов, среди них - адаптационные курсы, семинары и профпрограммы.

6. Обеспечение доступа к недорогостоящим, надежным, устойчивым и современным источникам энергии для всех

Вопросы рационального использования всех ресурсов в зоне пристального внимания Компании. В эксплуатации действующих объектов розничной сети «ДИКСИ» рациональное использование ресурсов является обязательным условием их функционирования. Компания на всех объектах и проектах выбирает современные и экономичные технологии и источники энергии.

Так осенью 2016 года Компания завершила пилотный проект по установке светодиодных (LED) светильников. Эксплуатация новых светильников позволила снизить потребление электроэнергии на 27% (около 11 тысяч кВт/час в одном магазине в год), а также существенно сократить расходы на обслуживание и утилизацию люминесцентных ламп. Новое светотехническое оборудование введено в стандарт магазиностроения «ДИКСИ».

Весной 2016 года ДИКСИ совместно с Philips реализовала инновационный проект освещения в одном из магазинов «Виктории» на Балаклавском проспекте. Проект позволяет сократить энергопотребление по освещению торгового зала на 38%.

7. Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех

Группа компаний «ДИКСИ» является одним из крупных работодателей в России и входит в рейтинг крупнейших розничных компаний мира.

Группа компаний «ДИКСИ» удерживает позиции в рейтинге Deloitte «Global Powers of Retailing 2017». По данным исследования за 2015/2016 финансовые годы, ГК «ДИКСИ» занимает 198 место в рейтинге крупнейших розничных компаний мира. А также третий год подряд попадает в топ-10 самых быстрорастущих розничных компаний.

Компания обеспечивает рабочими местами более 60 000 человек, включая людей с ограниченными возможностями, при полном обеспечении всех социальных гарантий и исполнении требований трудового законодательства РФ.

8. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов

По состоянию на 31 декабря 2016 года Компания управляет 2 802 магазинами, включая 2 646 магазинов «у дома» «ДИКСИ», 116 магазинов «Виктория» и 40 компактных гипермаркетов «Мегамарт» и «Минимарт». Магазины ГК «ДИКСИ» работают в 778 городах и населенных пунктах на территории Российской Федерации. География деятельности Группы распространяется на четыре федеральных округа России: Центральный, Северо-Западный, Приволжский и Уральский, а также на Калининград и Калининградскую область.

Открывая каждый новый магазин, Компания создает новые рабочие места и обеспечивает на ежедневной основе жителей даже самых отдаленных уголков страны свежими и качественными продуктами.

9. Обеспечение рациональных моделей потребления и производства

Группа компаний «ДИКСИ» стремится к формированию устойчивых моделей потребления и формирует среди сотрудников культуру ответственного потребления. Так на постоянной основе в центральном офисе компании организован сбор отработанных батареек, которые отправляются на переработку на единственный в России завод для целей утилизации.

Не ограничиваясь предоставлением возможностей для сотрудников Компании, в 2016 году «ДИКСИ» продолжила пилотный проект по организации раздельного сбора мусора от населения. За год было собрано около 20 тонн вторичного сырья от покупателей и жителей, проживающих в непосредственной близости от магазинов «ДИКСИ».

10. Укрепление средств достижения устойчивого развития и активизация работы механизмов глобального партнерства в интересах устойчивого развития

ГК «ДИКСИ» рассматривает устойчивое развитие, как комплексный подход и развивает партнерство с международными организациями, основной целью которых является природоохранная деятельность.

В 2016 году ГК «ДИКСИ» в рамках партнерских отношений с Всемирным фондом дикой природы участвовала в экологических международных акциях «Час Земли» и «День экологического долга», направленных на экологическое просвещение.

В рамках экологической акции, приуроченной к ежегодному международному празднику ответственного отношения к лесу «FSC-пятница 2016» в офисах «ДИКСИ» за неделю сотрудниками компании было собрано 1410 кг макулатуры.

ПРОШТО, ПРОУМЕРОВАНО
И СКРЕПЕНО ПЧАТЬЮ
Лист 59

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ИАО «ЛИКСИ ГРУП»
БЕЛЯКОВ С. С.

