

ПРЕДВАРИТЕЛЬНО УТВЕРЖДЕН
Советом Директоров
ОАО «Компания «М.видео»
(Протокол №87/2014 от 12.05.2014 г.)

УТВЕРЖДЕН
Общим собранием акционеров
ОАО «Компания «М.видео»
(Протокол № ____ от __.06.2014 г.)

/Питер Герфи (Peter Gyoeffy)/
Председатель Годового общего собрания акционеров
(Chairman of the AGSM)

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ

Открытого акционерного общества «Компания «М.видео» за 2013 год



г. Москва, 2014

Содержание

1.	Описание основной деятельности	3-13
1.1.	Общие сведения о Компании	3-4
1.2.	Основные принципы деятельности Компании	5
1.3.	История развития Компании	5-6
1.4.	Приоритетные направления деятельности Компании	6-12
1.4.1.	Увеличение доли рынка	6-12
1.4.2.	Достижение целевых показателей эффективности	12
1.5.	Положение Компании в отрасли	12
1.6.	Перспективы развития Компании	13
2.	Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью компании	13-16
2.1.	Отраслевые риски	14
2.2.	Страновые и региональные риски	14-15
2.3.	Финансовые риски	15
2.4.	Операционные риски	15-16
2.5.	Риски, связанные с деятельностью Компании	16
3.	Отчет Совета директоров о результатах развития по приоритетным направлениям деятельности	16-24
3.1.	Главные достижения в 2013 году	18-19
3.2.	Экономические показатели по результатам деятельности в 2013 году по российским стандартам бухгалтерской отчетности	19-20
3.3.	Неконсолидированные финансовые результаты и показатели компании по результатам деятельности в 2013 году по российским стандартам бухгалтерской отчетности	20-21
3.4.	Обзор основных событий года (перечень совершенных в 2013 году сделок, признаваемых в соответствии с ФЗ «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, а также крупными сделками)	21-24
3.5.	Обзор основных событий после отчетной даты	24
4.	Органы управления и контроля	25-35
4.1.	Общее собрание акционеров	25-26
4.2.	Совет директоров	26-29
4.3.	Генеральный директор	30-31
4.4.	Критерии определения и размер вознаграждения лиц, входящих в состав органов управления	31
4.5.	Отчет о выплаченных дивидендах	31
4.6.	Корпоративное управление и отчет о соблюдении Кодекса корпоративного поведения	31-33
4.7.	Социальная ответственность	33-35
5.	Приложения к Годовому отчету	
5.1.	Приложение 1 – Бухгалтерская отчетность и аудиторское заключение ЗАО «Делойт и Туш СНГ»	36-63
5.2.	Приложение 2 – Заключение Ревизионной комиссии о достоверности данных, содержащихся в Годовом отчете	64-68

1. Описание основной деятельности

1.1. Общие сведения о Компании

Полное и сокращенное фирменное наименование Общества:

Открытое акционерное общество «Компания «М.видео»/ОАО «Компания «М.видео».

Открытое акционерное общество «Компания «М.видео» было создано путем реорганизации Общества с ограниченной ответственностью «Компания «М.видео».

Сведения о государственной регистрации Общества:

Дата государственной регистрации Общества: 25.09.2006 г.

Номер свидетельства о государственной регистрации (иного документа, подтверждающего государственную регистрацию Общества): серия 77 № 008748648

Основной государственный регистрационный номер - 5067746789248

Орган, осуществивший государственную регистрацию: Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №46 по г. Москве (далее по тексту МИФНС)

Сведения об уставном капитале Общества:

Полный размер зарегистрированного в соответствии с законодательством РФ уставного капитала – 1 797 682 270 (Один миллиард семьсот девяносто семь шестьсот восемьдесят две тысячи двести семьдесят) рублей. Уставный капитал полностью сформирован за счет размещения среди акционеров 179 768 227 (Ста семидесяти девяти миллионов семисот шестидесяти восьми тысяч двухсот двадцати семи) обыкновенных именных бездокументарных акций номинальной стоимостью 10 (Десять) рублей. Уставный капитал Общества оплачен полностью.

Устав Общества утвержден Внеочередным Общим собранием акционеров Общества (Протокол №17 от 13 декабря 2013 года) и зарегистрирован МИФНС России № 46 по г. Москве 24 декабря 2013 года за номером ГРН6137748368576.

Сведения о ценных бумагах Общества:

Категория акций: обыкновенные

Форма ценных бумаг: именные бездокументарные

Номинальная стоимость каждой акции: 10 рублей

Количество акций, находящихся в обращении: 179 768 227 штук

Количество дополнительных акций, находящихся в процессе размещения: 0 штук

Количество объявленных акций: 30 000 000 штук

Государственный регистрационный номер: выпуск №1: 1-02-11700-А

Дата государственной регистрации: выпуск №1: 23 августа 2007 г.

Государственный регистрационный номер: выпуск №2: 1-02-11700-А -001D

Дата государственной регистрации: выпуск №2: 25 октября 2007 г.

В ноябре 2007 года состоялось публичное размещение акций ОАО «Компания «М.видео» на российские биржи РТС и ММВБ в котировальном списке «И». В апреле 2008г. акции ОАО «Компания «М.видео» были переведены в котировальный список «Б» обеих российских бирж, а в июле 2008 году акции Компании были включены в расчет капитализационного «Индекса ММВБ – базовая капитализация» (MICEX SC) Фондовой биржи ММВБ.

Акции Компании торгуются под следующим тикером (биржевыми символами): MVID – фондовый рынок ЗАО «ММВБ» (www.micex.ru). 29 октября 2013 года на основании

распоряжения ЗАО «ФБ ММВБ» и в соответствии с Правилами листинга акции Компании были переведены из «Котировального списка Б» в «Котировальной список А».

Торги по акциям

В отчетном году акции «М.видео» на рынке ценных бумаг демонстрировали более чем 20% рост, в то время как ведущие российские фондовые индексы показали негативную или нулевую динамику. Данному росту способствовали позитивные финансовые результаты Компании в течение 2013г., а также соблюдение Компанией ее дивидендной политики.

Общество не имеет лицензий. Основные виды деятельности в соответствии с Уставом Общества:

- деятельность по управлению финансово - промышленными группами;
- деятельность по управлению – дочерними и зависимыми компаниями и иными обществами, входящими в группу Общества;
- консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;
- исследование конъюнктуры рынка и выявление общественного мнения;
- предоставление прочих услуг;
- иная деятельность, отвечающая целям деятельности Общества и не противоречащая действующему законодательству Российской Федерации.

Место нахождения, почтовый адрес Общества и контактные данные

Место нахождения: г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12 кор.20

Почтовый адрес: г. Москва, ул. Нижняя Красносельская, д.40/12 кор.20

Тел.: +7 (495) 644 28 48/ Факс: +7 (495) 644 28 49

Адрес страницы в сети «Интернет»: www.mvideo.ru

Единая справочная служба: +7 (495) 777-777-5 (Москва)/8-800-200-777-5 (Регионы)

E-mail: 24@mvideo.ru

Структура Общества:

ОАО «Компания «М.видео» выполняет функции холдинговой Компании, обществ организующих и обеспечивающих деятельность торговой розничной сети «М.видео». Также ОАО «Компания «М.видео» является правообладателем основного товарного знака «М.видео». Настоящий Годовой отчет содержит данные, относящиеся преимущественно к итогам деятельности ОАО «Компания «М.видео» в 2013 году.

На 31 декабря 2013г. Группа состояла из ООО «М.видео Менеджмент»:

ООО «М.видео Менеджмент» - основной оператор торговой деятельности, осуществляет закупку товаров на территории Российской Федерации и розничную реализацию товаров в магазинах «М.видео». Является основным владельцем товаров сети и розничным продавцом, а также собственником некоторых объектов недвижимости, в которых расположены магазины сети. По состоянию на 31 декабря 2013 года ООО «М.видео Менеджмент» владеет акциями Общества в количестве 1 504 990 штук. Кроме того, ООО «М.видео Менеджмент» владеет 28 (двадцатью восьмью) объектами недвижимости, используемыми в бизнесе (розничные магазины сети).

Настоящий Годовой отчет содержит анализ состояния и результатов деятельности ОАО «Компания «М.видео» в 2013 году, планы и перспективы развития Общества в секторе российского розничного рынка бытовой электроники, а также оценку вероятных рисков, сопутствующих его деятельности.

1.2. Основные принципы деятельности Компании

Миссия:

Быть лучшим местом для встречи людей и электроники

Ценности:

- ✓ Честность - Выполнять обещания и поступать справедливо
- ✓ Взаимоуважение - Уважать точку зрения друг друга и отмечать достижения
- ✓ Открытость к переменам - Видеть в изменениях возможность для развития и успеха
- ✓ Неравнодушие - Нам не всё равно!

Стратегия:

Повысить акционерную стоимость Компании путем увеличения выручки и рентабельности, а также увеличить рыночную долю Компании в России, завоевать ведущее положение в розничной торговле в городах, где Компания осуществляет свою деятельность, за счет использования основных конкурентных преимуществ бренда «М.видео». Для реализации стратегии, Компания ставит перед собой две основные цели:

- Увеличение доли рынка путем:
 - ✓ роста продаж и
 - ✓ повышения качества сервиса для покупателей;
- Достижение целевых экономических показателей эффективности.

Бренд «М.видео» является одним из самых сильных активов Компании наряду с ее коллективом. Именно поэтому Компания не передает магазины на франчайзинг, а сама ведет операционную деятельность. Таким образом, мы можем гарантировать применение единых стандартов бренда во всех магазинах сети, независимо от их местонахождения. Бренд «М.видео» подкрепляется корпоративными ценностями Компании, чтобы быть лучшим местом для встречи людей и электроники. Слоганом Компании, по-прежнему, остается девиз «Нам – не все равно». Мы требуем от всех наших сотрудников признания этих ценностей и 100%-й ориентации на потребности наших покупателей.

1.3. История развития Компании

Розничная сеть М.видео (далее – «М.видео», «Группа», «Торговая сеть») - одна из лидеров розничной продажи бытовой техники и электроники в Российской Федерации. Первый розничный магазин Компании был открыт в центре Москвы в 1993 г., по состоянию на конец 2012 года сеть розничной торговли Компании насчитывала 296 розничных магазинов в 127 городах, а также 17 Интернет-магазинов, действующих в 17 городах России, в то время как на конец 2013 году общее количество розничных магазинов сети увеличилось до 333 в 143 городах страны и до 52 Интернет-магазинов, действующих соответственно в 52 городах.

В ноябре 2007 года ОАО «Компания «М.видео» (далее – «Компания», «Общество», «Торговая сеть») стала первой российской Компанией в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции были допущены к торговле на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями Компании осуществляется на рынке ценных бумаг ФБ «ММВБ» (ЗАО «ФБ ММВБ»).

«М.видео» предлагает своим покупателям порядка 20 000 наименований аудио/видео и цифровой техники, мелкой и крупной бытовой техники, медиа-товаров и товаров для развлечения, а также аксессуаров. Магазины сети «М.видео» имеют единый формат и специальную концепцию дизайна. Покупателям предоставляется удобная для навигации торговая площадь размером в среднем около 1 800 кв. м, на которой также расположена информация о продаваемых товарах и новых тенденциях.

Помимо эффективного формата и ориентированной в первую очередь на интересы покупателя концепции магазинов в сочетании с узнаваемостью бренда «М.видео» Компания выделяется тем, что предлагает своим покупателям широкий ассортимент качественных товаров, новинок и прекрасное обслуживание благодаря знанию товаров продавцами, а также дополнительное обслуживание и услуги круглосуточного Центра обслуживания покупателей.

1.4. Приоритетные направления деятельности Компании

Для реализации стратегии развития, Компания фокусировала свое внимание в отчетном периоде на выполнении следующих целей и задач:

1.4.1. Увеличение доли рынка

Расширение розничной сети

В 2013 году Компания открыла 40 магазинов в 18 новых городах (Адлер, Ангарск, Апатиты, Дербент, Жуковский, Ивантеевка, Калининград, Камышин, Красноурьинск, Кропоткин, Мурманск, Новочеркасск, Ревда, Саров, Смоленск, Чехов, Шахты, Щербинка), что на 12,5% больше чем в 2012 году, в то же время 3 магазина было закрыто, вследствие их низкой эффективности. С 2011г. все новые и реконструируемые магазины запускаются в обновленном формате, число которых по состоянию на 2013 год составило 108 магазинов или 32% от общего количества магазинов Торговой сети.

Компания открывает свои магазины, как в больших, так и в малых городах России, ориентируясь на города с населением от 100 тысяч жителей. Для малых городов применяется уже разработанный и протестированный малый формат магазина. Общая торговая площадь магазинов Торговой сети «М.видео» на конец 2013 года составила 582 500 кв.м, что на 8,5% больше 2012 года.

Из 333 магазинов Компании на конец 2013 года, 296 магазинов расположены в торговых центрах, остальные 37 находятся в отдельно стоящих зданиях. Компания арендует около 90% своих торговых площадей и владеет около 10% магазинов на праве собственности.

В отчетном периоде «М.видео» продолжало реализацию стратегии повышения плотности своей сети в городах, где уже имеются магазины Компании, чтобы иметь возможность воспользоваться эффектом масштаба, в отношении расходов на рекламу и доставку, и увеличить рыночную долю присутствия в этих городах. На конец 2013 года Компания имеет более чем по 3 магазина, уже в 17 городах, включая Москву и Санкт-Петербург.

Город присутствия Торговой сети «М.видео»	Количество магазинов в городе
Москва	46
Санкт-Петербург	15
Н.Новгород, Ростов-на-Дону	7
Волгоград, Екатеринбург, Краснодар, Новосибирск	6
Казань, Самара, Тюмень, Уфа, Челябинск	5
Омск, Оренбург, Пермь, Ярославль	4
Астрахань, Барнаул, Вологда, Воронеж, Иркутск, Красноярск, Липецк, Махачкала, Нижневартовск, Пенза, Саратов, Сочи, Ставрополь, Сургут, Таганрог, Тольятти, Ульяновск	3
Архангельск, Балаково, Брянск, Владикавказ, Владимир, Зеленоград, Иваново, Ижевск, Йошкар-Ола, Калуга, Кемерово, Киров, Курск, Нальчик, Новокузнецк, Новороссийск, Орел, Орск, Пятигорск, Рязань, Саранск, Старый Оскол, Сыктывкар, Тамбов, Томск, Тула, Улан-Удэ, Чебоксары,	2

Череповец, Черкесск, Якутск	
Адлер, Альметьевск, Анапа, Ангарск, Апатиты, Арзамас, Армавир, Белгород, Березники, Бийск, Братск, Волгодонск, Волжский, Губкин, Дербент, Димитровград, Дмитров, Домодедово, Дубна, Ессентуки, Железнодорожск, Жуковский, Ивanteeвкa, Калининград, Камышин, Кисловодск, Коломна, Колпино, Кострома, Красногорск, Краснотурьинск, Кропоткин, Курган, Лазаревское, Лянтор, Магнитогорск, Майкоп, Междуреченск, Минеральные воды, Мурманск, Набережные Челны, Невинномысск, Нефтекамск, Нефтеюганск, Нижнекамск, Нижний Тагил, Новотроицк, Новочеркасск, Новый Уренгой, Ногинск, Ноябрьск, Нягань, Обнинск, Одинцово, Октябрьский, Орехово-Зуево, Первоуральск, Петрозаводск, Псков, Ревда, Салават, Саров, Северодвинск, Северск, Сергиев Посад, Серпухов, Смоленск, Стерлитамак, Сызрань, Тверь, Тобольск, Туапсе, Ухта, Ханты-Мансийск, Чехов, Шахты, Щелково, Щербинка, Электросталь, Энгельс	1
Общее количество городов: 145	Общее количество магазинов: 333

Следуя миссии Компании - Быть лучшим местом для встречи людей и электроники – Группа старалась расширить зону присутствия розничной сети «М.видео», а также занять долю рынка конкурентов в тех городах, где они действовали в связи с отсутствием Компании в регионе.

Развитие интегрированных продаж

В 2013 году Компания продолжила реализацию стратегии интегрированных продаж (Omni-Channel), объединив розничную торговлю и интернет-торговлю. В рамках данной программы было запущено 35 новых Интернет-магазинов (на 15 магазинов больше, чем планировалось), что на конец 2013 года составило 52 Интернет-магазина. Также получили дальнейшее внедрение услуги «Отложите, я подъеду» (далее - «Pick-up» или «Pick-up in store») и «Продажи по образцам» (ППО).

В феврале 2013 года в рамках реализации стратегии интегрированных продаж стартовало два OMNI проекта: (i) Интернет-кредит (приобретение товаров в кредит при онлайн заказе) с охватом в 16 городов России и временем оформления онлайн кредита за 2 минуты, (ii) а также новый формат обработки онлайн-заказов – Dark store («Тёмный магазин»), который представляет собой обычный гипермаркет сети со стандартной выкладкой товара и одновременно является распределительным центром интернет-заказов – проект запущен в Санкт-Петербурге.

Первая неделя работы Интернет-магазина в Санкт-Петербурге принесла Торговой сети около 3 500 заказов на сумму более 30 миллионов рублей. Наибольшим спросом при покупке онлайн пользовалась аудио-видео техника (30% от продаж в денежном выражении), ноутбуки и планшеты (26%), крупная бытовая техника (15%) и смартфоны (12%). Средний чек в онлайн магазине северной столицы составил около 13 300 рублей, в то время как в московском интернет-магазине он составил 12 780 рублей.

Для сравнения: средний чек в офлайн магазинах сети в отчетном году составил 5 250 рублей, а в онлайн магазинах – 13 100 рублей. Около 40% всех заказов, сделанных через интернет-магазин, были получены в розничных магазинах по услуге «Pick-up in store». В Санкт-Петербурге это доля составила 57%, а в Москве - 34%.

Все реализованные мероприятия принесли «М.видео» дополнительные преимущества в конкуренции с другими участниками рынка как розничных, так и интернет продаж. Несмотря на серьезный рост объемов интернет продаж в 2013 году (более чем на 50%), онлайн продажи пока составляют незначительную часть бизнеса сети «М.видео» (7% от общей выручки, что в 2 раза выше показателя 2012 года).

Все это стало возможным, благодаря:

- оптимизации процесса регистрации и покупки на сайте Компании:
 - ✓ внедрены все возможные фильтры, облегчающие выбор товара покупателем;
 - ✓ внедрен механизм покупки без регистрации на сайте (One-click order), который значительно повысил рост заказов;
 - ✓ улучшен дизайн и мобильная версия сайта;
 - ✓ поддерживаются все возможные приложения для смартфонов/планшетов (IOS, Android);
 - ✓ первое предложение в России по приложению для Google Chrome
 - ✓ внедрена функция «Мой любимый магазин» для поддержания лояльных клиентов
- расширению каналов привлечения покупателей:
 - ✓ автоматизация ежедневной рассылки подписчикам;
 - ✓ первая в России автоматизация цифровой версии газеты «М.видео», с возможностью перехода на карточку товара;
 - ✓ дублирование интернет-акций на все 52 региона присутствия интернет-магазинов;

Развитие цепочки поставок

Ассортимент «М.видео» составляет порядка 20 000 наименований, из которых 6 000 – основной товар, 6 000 – аксессуары и 8 000 – медиа продукты. Мы стремимся обеспечить максимальное наличие товаров на полках магазинов. При этом учитываются локальные потребности покупателей каждого региона. А также предлагаются разнообразные сервисы заказа и доставки товаров для удобства клиентов.

Цепь поставок представляет собой одноуровневую дистрибуционную сеть. Закупки осуществляются на три Центральные распределительных склада (CDC). Далее товары распределяются по магазинам «М.видео» и на 52 региональных дистрибуционных платформы. Особые усилия направляются на поддержание максимально широкой ассортиментной линейки на CDC для обеспечения продаж интернет-магазинов и предоплаченных заказов любого магазина, если товар не представлен на физической витрине.

Стратегия логистики «М.видео» заключается в сбалансированном управлении уровнем запаса, затратами на его хранение и транспортировку, а также сервисом для покупателей:

- ✓ товар концентрируется на 3 CDC (2 – в Московской и 1 – в Нижегородской областях), которые расположены ближе всего к «центру гравитации» объема продаж;
- ✓ количество складов удерживается практически неизменным; увеличивается их размер, за счет этого достигается минимизация логистических расходов и быстрая реакция для достижения бизнес задач;
- ✓ перевозки груза осуществляются полными или сборными автомашинами, железной дорогой, авиа-доставкой, а также силами экспресс-перевозчиков (использование разного типа транспорта дает уменьшение срока доставки товара до покупателя);
- ✓ приобрести товар можно в магазине или на сайте, а заказать доставку в удобное место (таким местом является пункт выдачи товара в магазине, дом или офис, в том числе в тех городах, где пока нет магазинов «М.видео»).

В 2013 году Компания сконцентрировалась на улучшении сервиса для покупателей и обновила линейку интервалов клиентской доставки, кроме того, было улучшено смс-информирование. В

2013 году интернет-покупки в «М.видео» стали доступны для 52 городов России. Ввиду высокого спроса на услугу «Pick up in store», Компания приложила максимум усилий и сделала возможным получение зарезервированного на сайте товара в каждом магазине Торговой сети. В области управления затратами была продолжена работа над повышением эффективности процессов, в том числе началось внедрение решений SAP TMS – системы, которая позволит проводить маршрутизацию транспорта в автоматическом режиме, а также оптимизировать выбор перевозчиков по параметрам цена-качество.

Предложение новинок

Прошлый год стал очень богатым для трендов в технике и электронике. При явном отсутствии новых идей в дизайне, покупатели стали уделять больше внимания ярким продуктам: это заметно как в крупной бытовой технике, так и в цифровых товарах, где особой популярностью стали пользоваться цветные решения. Одним из самых заметных трендов стало усиление В, С - брендов в категориях смартфонов и планшетов.

- 2013 год открыл новую для многих покупателей категорию «носимой электроники», которая стала новым трендом в индустрии мобильных устройств. Она включает в себя множество ранее неизвестных рынку продуктов: смарт-браслеты, смарт-часы, фитнес-трекеры, спортивные часы и т.д.
- кроме того, в отчетном году наблюдались новые тренды и в аксессуарах: продолжился переход от «обычных» наушников к наушникам-гарнитурам и Bluetooth-наушникам, росла популярность накладных наушников с более высоким качеством звучания и стильным дизайном, так, доля наушников Beats в предновогодний период в продажах «М.Видео» выросла до 16%.
- беспроводная акустика, адаптированная для активного образа жизни, стала выраженным трендом 2013 года и перешла из категории «не для всех» в категорию «должен иметь!» (Must Have!). И здесь «М.Видео» первой из федеральных сетей начала активное продвижение DJ-оборудования. DJ-оборудование предлагается в виде готового решения, включающего соответствующее программное обеспечение.
- в 2013 году наблюдался повышенный спрос на устройства для хранения информации – даже смартфоны делают фото с разрешением 12-15 Мпикс по 3-4 Мб и как следствие, растет необходимый объем памяти. Только на российском рынке в 2013 году было продано более 55% внешних жестких дисков с емкостью 1 Тб и более (в декабрьских продажах «М.Видео» доля таких дисков составила 70%).
- использование мобильных устройств (планшетов и смартфонов), требует постоянного доступа к своим фото-архивам, и если «облачные» сервисы доступны уже довольно давно, то появление «домашнего облака» - одно из достижений 2013 года (теперь можно хранить все свои фото на домашнем жестком диске, к которому есть постоянный доступ через интернет из любой точки мира).
- популярность планшетов продолжила расти, также выросло число их производителей: в 2013 году на рынок вышли как известные игроки компьютерного рынка - HP, Dell и Toshiba, так и бренды второго эшелона - Haier, Supra и другие. Важно отметить, что нишу, которую раньше занимали нетбуки частично уже заняли планшеты стоимостью около 10 000 рублей.
- с прошлого года наблюдается тенденция к восстановлению позиций некоторых японских производителей телевизоров: запуск новых технологичных продуктов, рост продаж и рыночной доли. Производители развивают функционал Смарт (Smart):
 - ✓ растет количество смарт-телевизоров, изначально оснащенных встроенным модулем Wi-Fi;
 - ✓ встроенный модуль NFC и Wi-Di позволяет передавать изображение со смартфона или планшета на экран телевизора одним прикосновением;

- ✓ телевизоры на базе операционной системы Android, которая расширяет возможности Смарт (Smart) и объединяет в одну экосистему все устройства на базе этой операционной системы.

Еще одним трендом 2013 года стал спрос на увеличение диагонали экрана телевизора — продажи телевизоров с диагональю более 46” выросли в 2 раза. В конце 2013 года на рынок вышли сразу несколько моделей OLED телевизоров с прямым и вогнутым экраном. Скорость отклика в телевизорах с данной технологией выше, чем у LED TV более чем в 1000 раз, а угол обзора шире и без искажения цветов.

- продажи портативных игровых консолей резко снижаются год к году (–40%) в связи с переходом гейминга на другие портативные устройства (планшеты, смартфоны на базе операционных систем Android и iOS. Этим же объясняется все большая популярность, к примеру, карточек App_Store (коды для пополнения счета в магазине приложений Apple), продающихся в розничных магазинах «М.Видео». Домашние (стационарные) консоли, напротив, показали в 2013 году уверенный рост (+20%) и этому способствовал не только запуск новой платформы PlayStation 4, но также и громкие консольные игровые релизы, такие как GTA V (сентябрь 2013 года), «Одни из нас» (июнь 2013) и другие.

Рост продаж игровых консолей в интернете составил порядка 35%. При этом в «М.Видео» этот показатель превосходит 300%. Это в том числе свидетельствует о том, что российские покупатели предпочитают покупать игровые товары на надежных интернет-ресурсах, предлагающих сертифицированный товар с соответствующим сервисом и гарантией.

Отрасль производства бытовой электроники быстро развивается, постоянно возвещая о выпуске на рынок все новых и новых инновационных продуктов. Компания осуществляет мониторинг тенденций в отрасли и первой предлагает своим покупателям возможность приобретения товаров-новинок, которые появляются в России.

Повышение качества сервиса для покупателей:

В рамках развития интегрированных продаж во всех магазинах Торговой сети стала доступна услуга «Pickup in store» – наличие этой услуги в магазине стало обязательным стандартом «М.видео». В 2013 году количество подтвержденных заказов по услуге «Pickup» превысило 97%. До середины 2013 года у покупателей была возможность заказа товара только в магазине, в котором он был в наличии и только при оплате в самом магазине в момент получения товара, что, безусловно, было не совсем удобно. После чего услугу «Pickup» кардинально доработали и улучшили, получив такие экстр-возможности, как оплата заказа на сайте «М.видео», заказ товара в удобный магазин с ближайшего склада, который находится в городе. Кроме того, в пилотном режиме появилась возможность заказа товара в удобный магазин из центрального склада с доставкой в регион любой удаленности.

Компания продолжает активно внедрять проекты, направленные на повышение качества и уровня обслуживания покупателей, а именно:

- ✓ введена в работу система заявки на установку бытовой техники (ЗНУ), процесс оформления заявки для клиента стал быстрее в 2 раза, 100 % персонала Сервисных зон высвободились для дополнительного обслуживания покупателей
- ✓ произведена оптимизация средств для заказа фирменных купонов на услуги
- ✓ расширен спектр услуг с 45 до 52 пакетов для покупателей (новые пакеты услуг для компьютеров и ноутбуков: с продуктом от компании Microsoft и Kaspersky Lab; пакеты по обслуживанию клиентов на дому и т.д.)
- ✓ в интернет-магазине цифрового контента, открытого на сайте «М.Видео», появились электронные книги из каталога компании «ЛитРес»
- ✓ введена система мотивации Сервисных центров, позволяющая без влияния человеческого фактора на 100% оценить работу всех подрядных организаций, а также сократить количество

возвратов, повысить ключевые показатели качества сервиса, увеличить лояльность покупателей к Торговой сети «М.видео»

- ✓ произведен запуск продаж Сервисных услуг во всех новых 35 интернет-магазинах
- ✓ запущен внутренний модуль «Инциденты» для обработки обращений покупателей по всем каналам связи (звонок, письменное обращение, сайт, электронная почта). В модуле установлена единая форма обратной связи для покупателей www.mvideo.ru/feedback, которая содержит оценочную шкалу NPS, данные покупателя и тему обращения. За 2013 год было получено 16 000 отзывов клиентов, сокращение количества жалоб к чекам по сравнению с 2012 годом составило 64%.
- ✓ после перевода в 2012 году круглосуточного колл-центра в специализированную высокопрофессиональную аутсорсинговую компанию в 2013 году были достигнуты следующие результаты:
 - в Контактный центр поступило 3,5 млн. звонков, что на 10% больше чем в 2012 году и было обработано порядка 500 тыс. заказов с сайта «М.видео»
 - запущены новые направления обслуживания – англоговорящая линия, «персональный менеджер» для заказов оплаченных на сайте (on-line), обработка заявок по программе проверенных цен.
 - подтверждение заказов всех интернет-магазинах передано в Контактный центр, что позволило значительно снизить число отказов на этапе подтверждения.
 - Контактный центр стал стартом активных продаж: было оформлено более 200 тысяч заказов с доставкой и самовывозом на входящих звонках, прирост числа заказов по сравнению с 2012 годом составил 90%, конвертация звонков в заказы увеличилась с 4% в январе 2013 года до 9% в декабре 2013 года, было продано порядка 20 тыс. аксессуаров (прирост к 2012 году составил 168%)
- ✓ также в 2013 году были запущены новые услуги, ставшие большим шагом навстречу нашим покупателям:
 - утилизация техники (99 магазинов в 32 городах) – вывоз старой техники клиентов и передача ее в утилизирующую компанию
 - предоставление подменного аппарата на время ремонта (пока в 17 магазинах сети «М.видео») – на весь период ремонта покупателю предоставляется подменный аппарат - услуга пользуются большой популярностью у наших клиентов.

Лояльность покупателей является залогом успеха «М.видео», для этого, в рамках продолжения реализации Программы «Мой клиент – моя ответственность» и оптимизации процесса приобретения товаров на наиболее выгодных условиях для покупателя компания продолжает:

- усовершенствование запущенной в 2009 году Программы поддержания лояльности покупателей «М.Видео - Бонус» (далее – «Программа»).
- в 2013 году был проведен ре-брендинг бонусной программы, в рамках которой было внедрено несколько ключевых изменений: Программа переведена на единую бонусную валюту - бонусные рубли; в Программе были внедрены CRM-сценарии коммуникации с новыми клиентами. Также изменению были подвержены атрибуты Программы - карта клиента и сайт Программы
- в 2013 году количество активных участников Программы увеличилось почти на 1 млн. и достигло 8 млн. покупателей.
- по итогам 2013 года каждая вторая покупка в сети «М.видео» осуществляется участником Программы «М.Видео - Бонус», доля оборота по чекам участников Программы в общем обороте Торговой сети составила 72%, а средний чек участников Программы составил 7 900 рублей, что в 1,5 раза больше среднего чека по Компании и в 2,7 раза больше чем средний чек по покупкам, совершенным покупателями, не являющимися участниками Программы лояльности

- в 2013 году была также запущена первая фаза проекта по управлению маркетинговыми кампаниями по клиентам «М.Видео - Бонус» на базе решения SAP CRM (Campaign Management). В рамках данного проекта была внедрена единая клиентская база данных, объединившая историю все покупок клиентов как офлайн, так и онлайн и позволившая в автоматическом режиме коммуницировать клиентам персональные товарные и промо-предложения с использованием всех каналов связи (SMS, E-mail, WEB).

1.4.2. Достижение целевых показателей эффективности

До выхода в 2007 году на IPO, «М.видео» разработала долгосрочную Модель развития Компании до 2015 года, в которой были определены ключевые показатели эффективности Компании (KPI). «М.видео» следует своей Модели развития, ежегодно корректируя ее, с учетом внешней и внутренней среды. Также ежегодно Компания разрабатывает Бюджет, который ориентируется на Модель развития, а также призван контролировать KPI Компании. В 2011 году Компания внедрила Систему Бюджетирования и Систему активного контроля бюджета, которые позволяют оперативно управлять бюджетом Компании и ее дочерних структур, а также следовать заданным KPI.

1.5. Положение Компании в отрасли

М.видео конкурирует как с национальными, так и региональными компаниями розничной торговли бытовой техники и электроники по всей России, а также с узкоспециализированными ритейлерами, такими как магазины компьютерной техники, средств телекоммуникаций и фототоваров. Компании доступны высокие темпы роста продаж благодаря применяемым технологиям продаж и высоким стандартам обслуживания покупателей.

В 2013 году конкурирующие федеральные сети розничной торговли были, по-прежнему, представлены тремя компаниями, которые полностью господствовали на этом рынке. Согласно результатам маркетинговых исследований компании GFK, «М.видео» (i) стала больше всех федеральных розничных ритейлеров с долей 50,6% (рост на 2,6% с 48% в 2012 году до 50,6% в 2013 году), (ii) принадлежит около 13,3% рынка розничной торговли бытовой техники и электроники по всей России (рост на 0,9% с 12,4% в 2012 году до 13,3% в 2013 году), и (iii) владеет долей в категории специальной компьютерной электроники в размере 24,7% (увеличение на 1,6% с 23,1% в 2012 году до 24,7% в 2013 году).

Кроме того, по данным маркетингового исследования, проведенного компанией «Бизнес Аналитика МК» в период с января по декабрь 2013 года, а также в период с июля по август 2013 года:

- «М.видео» №1 в умах потребителей – 29%
- «М.видео» №1 по спонтанному знанию сети – 78%
- «М.видео» №1 по последней покупке:
 - на офф-лайн рынке – 27% VS №2 на он-лайн рынке – 13%
- «М.видео» №1 по доле предпочитающих – 50%
- «М.видео» №1 по уровню доверия: – 32%

Согласно рейтингу РБК, в 2013 году «М.видео» стала лидером по выручке среди основных участников рынка БТЭ, заняла 2-ое место по охвату крупных городов и 3-е место среди специализированных розничных сетей по количеству магазинов.

По данным маркетингового исследования, проведенного компанией ООО «Импакто Маркетинг Сервисез» в период с января по декабрь 2013 года: уровень Net Promoter Score (NPS) по покупателям демонстрирует стабильный рост, и в 2013 году составил 59%.

1.6. Перспективы развития Компании

«М.видео» будет продолжать осуществлять нововведения для удовлетворения требований наших покупателей во всех магазинах сети, где бы они ни находились, поддерживая уверенность покупателей в том, что «М.видео» – лучшее место для покупки бытовой электроники в России.

В 2014 г. Компания планирует:

- ✓ открытие 30 новых розничных магазинов;
- ✓ запуск услуги он-лайн кредит еще в 20 Интернет-магазинах сети;
- ✓ в области управления цепочками поставок:
 - поддержание эффективности операций в логистике без увеличения затрат;
 - продолжение наращивания ассортимента на CDC и обеспечение его наличие на физических и виртуальных витринах;
- ✓ продолжение реализации Программы интегрированных продаж (Omni-channel);
- ✓ продолжение реализации Программы «Мой клиент – Моя ответственность»;

Будучи лидером и экспертом на рынке малой бытовой техники «М.Видео» в течение 2014 года продолжит развивать приоритетные для сегмента малого быта товарные направления:

- ✓ во-первых, запланировано открытие новых кофе-центров - такой подход помогает не просто выставить товар на полке, но и показать его в действии. По итогам 2013 года было открыто 22 центра, где покупатели могли попробовать кофе, посмотреть приборы в действии и т.д. К концу 2014 года «М.видео» планирует расширить сеть кофе-центров до 30.
- ✓ во-вторых, в планах Компании на 2014 год – открытие 10 бьюти-зон, где покупатели смогут найти профессиональные приборы и новинки в привычных товарных категориях, а также новые категории (фотозпиляторы, приборы для ухода за лицом и руками) и смогут подобрать себе прическу или стильную бородку на специальном мониторе, который впоследствии подскажет, с помощью каких приборов можно добиться нужного результата.

В будущем году Компания продолжит осуществление мониторинга новых тенденций в отрасли с тем, чтобы предложить своим покупателям возможность приобретения товаров-новинок, которые будут появляться в России:

- ✓ так во втором полугодии 2014 года ожидается старт продаж новой игровой платформы - Microsoft X-box One, что укрепит интерес к игровой индустрии и, безусловно, станет одним из ключевых факторов ее роста.
- ✓ кроме того, 2014 год станет годом массового выхода телевизоров с изогнутым панорамным экраном, которые позволяют усилить эффект присутствия даже в формате 2D. Все основные производители анонсировали в модельном ряду 2014 года телевизоры с изогнутыми экранами с разрешением Full HD и Ultra HD.

Кроме того, на 2014 год запланирован еще один социальный проект по восстановлению исторических ландшафтов широколиственных лесов в национальном парке «Угра» (Калужская область).

2. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью компании

Политика управления рисками в Группе «М.видео» централизована на уровне холдинговой компании – ОАО «Компания «М.видео». 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.

2.1. Отраслевые риски

Торговая сеть «М.видео» осуществляют деятельность на территории РФ и не осуществляют экспорт товаров (работ, услуг). В связи с этим отраслевые риски, связанные с деятельностью Компании и сети, возникают, в основном, при осуществлении деятельности на внутреннем рынке, что характерно для большинства субъектов предпринимательской деятельности, работающих на территории РФ.

По официальным данным Федеральной службы государственной статистики (далее – «Росстат») в 2013г. оборот розничной торговли на 90,5% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка. Объем ВВП России за 2013г. составил в текущих ценах 66 трлн. 755,3 млрд. руб., по сравнению с 2012г. показатель увеличился на 1,3%, в то время как годом ранее экономика России выросла на 3,4%. В структуре ВВП по видам экономической деятельности наибольшая доля пришлась на оптовую и розничную торговлю и ремонт (18,3%), обрабатывающие производства (14,8%), операции с недвижимостью (12%), добычу полезных ископаемых (10,8%), транспорт (8,5%). По прогнозам Росстата в 2014 году показатель ВВП составит около 1-2%, хотя может быть и существенно меньше.

Основным видом деятельности Торговой сети «М.видео» является розничная торговля бытовой техникой и электроникой. «М.видео», являющаяся крупной и быстрорастущей сетью, сохраняет хорошие условия у поставщиков и способна успешно конкурировать в своем сегменте. Кроме того, ведет работу по расширению ассортимента товаров и сопутствующих услуг, что позволит ей увеличить свою долю рынка, сохранить рентабельность.

К наиболее значимым возможным изменениям отрасли торговли бытовой техникой и электроникой можно отнести:

- снижением темпов роста экономики и, как следствие, снижение покупательной способности населения и спроса на товары, реализуемые в магазинах сети
- рост проникновения интернета в сферу продаж БТиЭ (фокус ритейлеров на развитии интернет-канала и интегрированных продаж)
- как следствие усиление государственного регулирования в области интернет-торговли, дальнейшее обеление и консолидация рынка электронной коммерции (E-commerce)
- вероятный приход на рынок оптовой и розничной торговли бытовой техники и электроники иностранных конкурентов и проведение ими политики ценового демпинга для завоевания доли рынка;
- сокращение доступности потребительского кредитования.

Снижение покупательной способности населения может привести, с одной стороны, к снижению емкости рынка БТиЭ, а с другой - к смещению продаж в сторону недорогой техники. Торговая сеть «М.видео» в силу своей стабильной финансовой устойчивости, а также благодаря ориентации на массового покупателя готова к управлению данным риском лучше своих конкурентов.

2.2. Страновые и региональные риски

Поскольку Компания осуществляет свою деятельность на территории России, основные страновые и региональные риски, влияющие на ее деятельность, это риски, связанные с Российской Федерацией. Усиливающаяся глобализация мировой экономики, потенциальное существенное ухудшение экономической и политической ситуации в мире в целом, и в России, в частности, (отзыв лицензий у кредитных организаций, нестабильность на Украине) уже в декабре 2013 года привело к началу ослабления рубля.

Безусловно, это может привести к дальнейшей негативной динамике валютных курсов, спаду промышленного производства, увеличению безработицы, автоматически ведущей к понижению уровня жизни и естественному снижению покупательной способности, уменьшению платежеспособности населения и, как следствие, снижению спроса на продукцию и услуги Компании.

Помимо рисков экономического характера, Россия подвержена политическим рискам. Политическая нестабильность в стране и в мире может оказать отрицательное влияние на инвестиции в Российскую Федерацию и ее фондовый рынок, и как следствие на стоимость ценных бумаг Компании.

Риски, связанные с возможными военными конфликтами, введением чрезвычайного положения, забастовками или протестами в стране (странах) и регионе, в которых Компания зарегистрирована в качестве налогоплательщика и/или осуществляет основную деятельность: Россия – многонациональное государство, которое включает в себя регионы с различным уровнем социального и экономического развития, в связи с чем, невозможно полностью исключить возможность возникновения в России внутренних конфликтов, в том числе, с применением военной силы.

Социальная обстановка на территории ведения деятельности Торговой сети «М.видео» характеризуется как спокойная, что позволяет осуществлять хозяйственную деятельность минимальными социально-политическими рисками.

2.3. Финансовые риски

Среди рисков, воздействующих на финансовое положение Компании и торговой сети «М.видео», оцениваемые как незначительные, можно назвать следующие:

- риски, связанные с изменением валютного курса, которые влекут изменение монетарной политики России, темпов инфляции и инвестиций в Российскую экономику;
- риски, связанные с банковскими процентами ставками;
- риски, связанные с негативным инвестиционным климатом в стране как следствие вышеуказанных рисков.

2.4. Операционные риски

В данной группе в качестве наиболее значимых и требующих наибольшего внимания факторов выделяются следующие:

- риск недостаточной эффективности/отработанности бизнес-процессов;
- правовые и налоговые риски;
- репутационные риски;

Бизнес-процессы

В течение 2012 года завершилась реструктуризация холдинговой структуры Группы «М.видео», большая часть дочерних обществ была реорганизована в форме присоединения к ООО «М.видео Менеджмент». В 2013 году Компания проводила постоянный мониторинг, контроль и анализ качества бизнес-процессов, направленный на исключение ситуаций, связанных с нарушением установленных процедур.

Правовой и налоговый риск

Действующее российское законодательство является достаточно сложным и неоднозначным в толковании, сложившаяся судебная практика противоречива, что влечет за собой возможность принятия судебных актов, препятствующих исполнению вступивших в силу судебных решений. Налоговое законодательство отличается неоднозначностью возможных толкований

некоторых его положений и подвержено достаточно частым изменениям. Риски изменения законодательства влияют на Компанию и компании Группы так же, как и на всех субъектов рынка. Поскольку Компания не имеет просроченной задолженности по налогам и сборам в бюджет, то налоговые риски рассматриваются как минимальные в рамках деятельности добросовестного налогоплательщика.

Правовые риски, связанные с изменением валютного регулирования в настоящее время рассматриваются Компанией как минимальные. Согласно заявлениям и принимаемым актам Правительства и ЦБ РФ, не планируется ужесточение существующих в настоящее время мер валютного регулирования.

Торговая сеть «М.видео» осуществляет деятельность на внутреннем рынке и в малой степени подвержена рискам, связанным с изменением правил таможенного контроля и таможенных пошлин. Изменение правил таможенного регулирования может оказать влияние на поставщиков Компании, занимающихся внешнеэкономической деятельностью, что одинаково скажется на всех участниках рынка.

В настоящее время Компания не участвует в судебных процессах, которые могут негативно отразиться на результатах его деятельности. Риски, связанные с изменением судебной практики по вопросам, связанным с деятельностью Компании, которые могут сказаться на результатах его деятельности, а также на результатах текущих судебных процессов, в которых участвует Компания, оцениваются как минимальные.

Репутационный риск

В качестве риска потери деловой репутации Общество рассматривает риск возникновения убытков в результате уменьшения числа покупателей сети «М.видео» вследствие формирования в обществе негативного представления о финансовой устойчивости Компании, качестве оказываемых ею и ее дочерними структурами услуг или характере деятельности в целом. На протяжении 21 года деятельности в Группе, в целом, не возникало ситуаций, угрожающих ее деловой репутации, от которой напрямую зависит деловая репутация Компании в частности.

2.5. Риски, связанные с деятельностью Компании

Риски, связанные с судебными процессами или ответственностью по долгам третьих лиц, отсутствуют. Ухудшение ситуации в отрасли, которое может повлиять на исполнение Обществом своих обязательств, не прогнозируется. Ответственность Компании по обязательствам дочерних структур оценивается как минимальная, поскольку Компания контролирует деятельность своих дочерних обществ.

Однако, в случае возникновения ухудшений в отрасли, вызванных изменениями макро или микро экономической ситуацией или изменениями применимого законодательства, не спрогнозированных Обществом заранее, Общество планирует оперативно разрабатывать и применять все необходимые меры для устранения негативного влияния данных изменений на свою деятельность.

3. Отчет Совета директоров о результатах развития по приоритетным направлениям деятельности

Интернет, равно как и прочие цифровые технологии, существенным образом меняют наш привычный образ жизни. Поведение покупателей также отличается от того, каким оно было всего несколько лет назад. Однако мы лишь в начале пути и перемены будут продолжаться до тех пор, пока потребители сами не сделают выбор в пользу наиболее оптимальных и удобных опций, предлагаемых ритейлом в будущем, отринув нежизнеспособные формы взаимодействия продавца и покупателя.

Этот тренд оказывает непосредственное влияние как на индустрию бытовой техники и электроники, так и на розничных продавцов. Например, еще в недавнем прошлом фильмы и музыка широко продавались на DVD-носителях, что привлекало значительное число покупателей в магазины; сегодня клиенты предпочитают загружать такого рода контент через Сеть. Кроме того, теперь товары всемирно известных брендов-производителей электроники, теперь доступны через интернет по всему земному шару. Очевидно, что эти процессы становятся серьезным вызовом для традиционного ритейла, а для некоторых продавцов идущие процессы – вопрос выживания.

Совет директоров и менеджмент «М.видео» воспринимает данные перемены как должное, на протяжении нескольких последних лет инвестируя значительные материальные и интеллектуальные ресурсы в развитие собственной стратегии. Руководство «М.видео» убеждено, что концепция интегрированных продаж (Omni-Channel), построенная на единстве бренд-коммуникаций во всех каналах продаж (как в магазинах, так и в интернете) положительно воспринимается большинством покупателей. Более того, при реализации своих амбициозных планов Компания имеет возможность ориентироваться на позитивный опыт и лучшие отраслевые стандарты ведущих глобальных игроков.

Преимущества концепции Omni-Channel проявляются не только в уникальной возможности для покупателей выбирать оптимальный способ совершения покупок, но в комбинации онлайн-удобства поиска и выбора товара с существующей в наших магазинах опцией увидеть тот или иной продукт воочию, убедившись в правильности своего выбора. Быстродействие и комфорт данной системы для потребителя уже сейчас базируется на значительных инвестициях «М.видео» в развитие информационных технологий (ИТ). Фокус на накоплении эксклюзивной информации о потребительских предпочтениях позволяет Компании оптимизировать свои клиентские сервисы и промо-предложения как для лояльных, так и для потенциальных покупателей.

Однако, прилагая значительные усилия для закрепления лидерских позиций Компании в будущем, команда «М.видео» продолжает совершенствовать текущие бизнес-процессы и работать над расширением традиционного сегмента розничных продаж в магазинах сети. В 2013 году Компания увеличила свое присутствие в Российской Федерации, открыв 40 новых гипермаркетов и включив еще 13 городов в орбиту своих операций. На конец года под флагом «М.видео» работало 333 магазина в 144 городах РФ. Кроме того, покупки через интернет стали доступны клиентам Компании в 52 городах страны.

В 2013 году продажи «М.видео» преодолели очередной рекордный рубеж в 175 млрд. рублей (с НДС), а также был достигнут рост рыночной доли в большинстве товарных категорий – все это позволило Компании вновь уверенно занять первое место по продажам бытовой техники и электроники в России. Несмотря на усиление конкуренции, в особенности, со стороны онлайн-игроков, в 2013 году «М.видео» удалось серьезно увеличить валовую рентабельность своего бизнеса, до 25,9%.

Профессиональная система управления цепочкой поставок (Supply Chain), созданная в Компании, обеспечивает необходимый уровень товарных запасов буквально в нужное время, в нужном месте – в свою очередь, это дает «М.видео» серьезное конкурентное преимущество в самой большой по территории стране мира.

Со своей стороны, менеджмент и директора Компании убеждены в верности выбранного курса, закрепляющего лидерство в национальном масштабе и гарантирующего покупателям, что «М.видео» - лучшее место для приобретения электроники в России!

3.1. Главные достижения в 2013 году

В 2013 году Компания открыла 40 новых гипермаркетов, в том числе 17 – в 4-м квартале 2013 г. На декабрь 2013 г. общее число магазинов «М.видео» составило 333 гипермаркета; магазины сети работают в 145 городах Российской Федерации. Торговая площадь магазинов «М.видео» выросла до 582 500 кв. м, общая – до 785 000 кв. м; рост площадей составил 8,5% в сравнении с 2012 г.

Кроме того, в 2013 году Компания распространила свое онлайн-присутствие еще на 32 города России; таким образом, совершить покупки, пользуясь системой интегрированных продаж (Omni-Channel), теперь могут покупатели в 52 крупнейших городах присутствия «М.Видео». Это позволило Компании расширить зону действия такой популярной услуги, как «Pick-up in store» и нарастить количество транзакций и заказов, полученных через Интернет.

Президент «М.видео» Александр Тынкован, комментируя итоги работы сети в 2013 году, отметил, что «годовые результаты продаж в значительной мере обусловлены «вялостью» рынка в 4-м квартале прошлого года, что выразилось в снижении потребительской активности, в особенности в регионах. При этом, Москва и Санкт-Петербург показали стабильный рост, что вселяет в нас уверенность в правильности курса на дальнейшее развитие интегрированных продаж (Omni-Channel). На этой основе Компания намерена и в дальнейшем создавать наиболее оптимальные условия для шоппинга своим покупателям, а также увеличивать свое присутствие на рынке – в 2014 году мы планируем открыть 30 новых гипермаркетов «М.видео».

Ключевые показатели 2013 г.:

- Рост розничных продаж на 11%
- Рост продаж сопоставимых магазинов (L4L) на 1%
- Интернет-продажи (доставка на дом) выросли на 36%
- Открыто 40 новых магазинов, рост торговых площадей до 583 тыс. м. кв.

В 2013 году Компания показала очень хороший результат по показателям EBITDA и чистой прибыли, при этом вновь продемонстрировав стабильные балансовые результаты и обеспечив чистую денежную позицию. Необходимо особо отметить успех «М.видео» в развитии концепции интегрированных продаж (Omni-Channel) в 2013 году: торговая сеть распространила свое онлайн-предложение на 52 города России. Хотя Москва и Санкт-Петербург остаются нашими ведущими Omni-Channel площадками, мы видим растущую популярность среди покупателей в регионах, при заказе через Интернет, как традиционной доставки на дом, так и выбора опции «Pick up in store». Мы убеждены, что успешность данной модели как раз состоит в объединении каналов продаж – магазинов и онлайн – под одним брендом, что позволяет покупателям ориентироваться, прежде всего, на удобство совершения покупок, при том, что Компания гарантирует им одинаковый уровень цен и качества сервиса вне зависимости от выбранного канала.

Продажи «М.видео» в 2013 году выросли практически на 11% до 175 млрд. рублей (с НДС). Рост продаж сопоставимых магазинов в 2013 году вырос на 1%. Валовая прибыль «М.видео» в 2013 г. выросла на 16,4% до 38,4 млрд. рублей (33 млрд. руб. в 2012 г.), валовая рентабельность Группы в 2013 г. достигла 25,9% (24,7% в 2012 г.). Операционная прибыль «М.видео» (ЕБИТ) в 2013 г. выросла до 6,8 млрд. рублей (5,4 млрд. рублей в 2012 г.), операционная рентабельность (ЕБИТ margin) Группы в 2013 г. увеличилась до 4,5% (4% в 2012 г.). Показатель EBITDA «М.видео» в отчетном периоде увеличился до 9,4 млрд. рублей в сравнении с 7,5 млрд. рублей в 2012 г. в то время как рентабельность по EBITDA (ЕБИТDA margin) Группы в 2013 г. выросла до 6,3% в сравнении с 5,6% в 2012 г.

Чистая прибыль «М.видео» по стандартам МСФО в 2013 г. увеличилась на 38% до 5,7 млрд. рублей в сравнении с 4,1 млрд. рублей в 2012 г.

Компания уверена, что сочетание розничных продаж и интернет канала с единой линейкой продуктов и одинаковым уровнем цен, которые, в свою очередь, конкурентоспособны относительно прочих операторов интернет торговли – наилучшее решение для российского покупателя. Таким образом, основной фокус Компании – создание комфортных условий для совершения покупки.

3.2. Экономические показатели по результатам деятельности в 2013 году по российским стандартам бухгалтерской отчетности

Численность и персонал: среднегодовая численность работников организации за 2013 год составила 4 человека.

Наименование показателя	На 31 декабря 2013 года	На 31 декабря 2012 года	На 31 декабря 2011 года
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Основные средства	79	-	-
Нематериальные активы	11 808	8 599	10 331
Финансовые вложения	5 098 647	5 413 647	5 653 657
Отложенные налоговые активы	-	3 284	-
Прочие внеоборотные активы	3 042	5 254	1 371
Итого по разделу I	5 113 576	5 430 784	5 665 359
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	152	444	5 810
Дебиторская задолженность	5 079 275	1 369 391	1 054 788
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	315 000	1 351 000	721 000
Денежные средства и денежные эквиваленты	21 773	7 310	397 120
Прочие оборотные активы	20	1	16
Итого по разделу II	5 416 220	2 728 146	2 178 734
БАЛАНС	10 529 796	8 158 930	7 844 093
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал	1 797 682	1 797 682	1 797 682
Добавочный капитал (без переоценки)	4 648 903	4 648 903	4 648 903
Резервный капитал	269 652	269 652	125 474
Нераспределенная прибыль	3 811 022	1 423 698	1 269 605
Итого по разделу III	10 527 259	8 139 935	7 841 664
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Кредиторская задолженность	2 537	2 576	2 429
Оценочные обязательства	-	16 419	-
Итого по разделу V	2 537	18 995	2 429
БАЛАНС	10 529 796	8 158 930	7 844 093

Основные средства

В 2013 году приобретено компьютерное оборудование. Объектов недвижимости, а также транспортных средств на балансе ОАО «Компания «М.видео» не имеет.

Нематериальные активы

В балансе за 2013 год по статье «Нематериальные активы» отражены исключительные права на товарные знаки и интернет сайт в денежном выражении за вычетом начисленной амортизации нематериальных активов.

Долгосрочные финансовые вложения

Долгосрочные финансовые вложения представлены вкладами в уставные капиталы дочерних организаций. Текущая рыночная стоимость по указанным финансовым вложениям не определяется. Долгосрочных займов на 31 декабря 2013 года на балансе Компании нет.

Дебиторская задолженность

На конец отчетного периода составила 5 079 275 тыс. рублей, в т.ч. задолженность дочерних компаний по распределению чистой прибыли 4 990 719 тыс. рублей, авансы, выданные поставщикам и подрядчикам – 517 тыс. рублей, суммы начисленных процентов по договорам займа – 7 798 тыс. рублей, задолженность дочерних компаний за использование товарных знаков 60 726 тыс. рублей, прочие дебиторы – 19 515 тыс. рублей.

Кредиторская задолженность

На конец отчетного периода составила 2 537 тыс. рублей, в т.ч. задолженность перед поставщиками и подрядчиками – 667 тыс. рублей, задолженность по налогам и сборам – 1 870 тыс. рублей. Просроченная кредиторская задолженность на 31 декабря 2013 года отсутствует.

Заключение по бухгалтерской отчетности за 2013 год предоставлено аудитором Общества - ЗАО «Делойт и Туш СНГ».

По мнению аудитора, бухгалтерская отчетность отражает достоверно во всех существенных отношениях финансовое положение Общества по состоянию на 31 декабря 2013 года, результаты его финансово-хозяйственной деятельности и движение денежных средств за 2013 год в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета и отчетности.

3.3. Неконсолидированные финансовые результаты и показатели компании по результатам деятельности в 2013 году по российским стандартам бухгалтерской отчетности

Отчет о финансовых результатах (отчет о прибылях и убытках) за 2013 год

Выручка	80, 805
Себестоимость продаж	(2, 183)
Валовая прибыль	78, 622
Управленческие расходы	(52, 207)
Прибыль от продаж	26, 415
Доходы от участия в других организациях	4, 813, 000
Проценты к получению	134, 736
Проценты к уплате	-
Прочие доходы	506
Прочие расходы	(73, 446)
Прибыль до налогообложения	4, 901, 211
Текущий налог на прибыль	(29, 802)
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	(947, 156)

Изменение отложенных налоговых обязательств	-
Изменение отложенных налоговых активов	3,284
Чистая прибыль	4, 868, 125

Доходы по основному виду деятельности за 2013г. составили 80 805 тыс. рублей и были получены за предоставление права пользования принадлежащих Обществу объектов интеллектуальной собственности – товарных знаков.

Доходы от участия в других организациях за 2013 год составили 4 813 000 тыс. рублей и были получены от распределения части прибыли дочерних обществ.

Прочие доходы за 2013 год составили 135 242 тыс. рублей, в т.ч. проценты за использование выданных займов – 134 736 тыс. рублей.

Расходы по основному виду деятельности за 2013 год составили 54 390 тыс. рублей.

Прибыль (убыток) отчетного периода

По итогам 2013г. Обществом получена чистая прибыль в сумме 4 868 125 тыс. рублей.

Информация об аудиторе

Аудит финансовой отчетности, составленной по российским стандартам бухгалтерской отчетности, а также отчетности, составленной в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, проводит ЗАО «Делойт и Туш СНГ».

Полное фирменное наименование: *Закрытое акционерное общество «Делойт и Туш СНГ»*

Сокращенное фирменное наименование: *ЗАО «Делойт и Туш СНГ»*

Место нахождения: *125047, г. Москва, ул. Лесная, д.5*

ИНН: 7703097990

ОГРН: 1027700425444

Телефон: +7(495) 787-0600

Факс: +7(495) 787-0600

Адрес электронной почты: www.deloitte.ru

Свидетельство о членстве в саморегулируемой организации аудиторов «Некоммерческое Партнерство «Аудиторская Палата России» от 20 мая 2009 года № 3026

Приводится информация о наличии отсроченных и просроченных платежей за оказанные аудитором услуги: *просроченная или отсроченная задолженность по оплате услуг, оказанных аудитором, отсутствует.*

3.4. Обзор основных событий года

17 апреля 2013 года «М.Видео» обратилась с ходатайством о покупке «Эльдорадо» у чешской PPF Group в Федеральную антимонопольную службу (ФАС) России. ФАС одобрила сделку, однако, при соблюдении целого ряда требований и условий. Позже переговоры по приобретению «Эльдорадо» были обоюдно приостановлены, и в сентябре 2013 года Совет директоров Компании при рассмотрении вопроса о стратегических приоритетах утвердил дальнейшее органичное развитие Группы наряду с развитием интернет канала.

Решения Совета директоров Общества, принятые в 2013 году:

Перечень совершенных в 2013 году сделок, признаваемых в соответствии с Федеральным законом «Об акционерных обществах» сделками, в совершении которых имеется заинтересованность, а также крупными сделками

В отчетном году Совет директоров Общества провел 10 (десять) заседаний, 4 (четыре) заседания было проведено в форме совместного присутствия, 6 (шесть) заседания – в заочной форме. Кроме того, Совет директоров в 2013 году провел 2 (два) отдельных заседания (бюджетная и стратегическая сессии), а также созвал проведение 2 (двух) общих собраний акционеров Общества (внеочередного и годового).

05 марта 2013 года Совет директоров утвердил список кандидатур для голосования по выборам на Годовом общем собрании акционеров ОАО «Компания «М.видео» в Совет директоров и Ревизионную комиссию (Протокол №72/2013 от 05.03.2013 г.)

13 марта 2013 года Совет директоров (Протокол №73/2013 от 14.03.2013 г.) проводимый в форме совместного присутствия рассмотрел отчеты о деятельности торговой сети за 2012 год, а также принял решение о назначении Тынкована А.А. на пост Генерального директора Общества. Также Совет директоров согласовал позицию представителя Общества при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу акциями и долями в уставном капитале других организаций, по вопросу назначения Бреева П.Ю. в качестве Генерального директора операционной компании торговой сети «М.видео» - ООО «М.видео Менеджмент».

22 марта 2013 года Совет директоров, проводимые путем заочного голосования утвердил финансовой отчетности ОАО «Компания «М.видео» за 2012 год, составленную в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности.

29 апреля 2013 года в рамках подготовки к Годовому общему собранию акционеров ОАО «Компания «М.видео» (далее – «Собрание») Совет директоров (Протокол №75/2013 от 29.04.2013 г.) утвердил повестку дня Собрания, определил дату, место и времени начала регистрации лиц, имеющих право на участие в Собрании, утвердил текст бюллетеня для голосования, дату закрытия реестра акционеров Общества для составления списка лиц, имеющих право на участие в Собрании, перечень информации, предоставляемой лицам, имеющим право на участие в Собрании. В дополнение к этому Совет директоров рекомендовал Собранию размер дивиденда по акциям Общества, а также предварительно утвердил Годовой отчет Компании за 2012 год.

06 июня 2013 года состоялось Годовое Общее собрание акционеров Общества, на котором были приняты следующие решения:

- ✓ Об утверждении годового отчета Общества за 2012 год.
- ✓ Об утверждении годовой бухгалтерской отчетности, в том числе отчетов о прибылях и убытках (счетов прибылей и убытков) Общества за 2012 год.
- ✓ О распределении прибыли (в том числе выплата (объявление) дивидендов) и убытков Общества по результатам 2012 финансового года.
- ✓ Об избрании Совета Директоров Общества и определении его количественного состава.
- ✓ Об избрании Ревизионной комиссии Общества.
- ✓ Об утверждении размера вознаграждения и компенсаций расходов членов Совета директоров и членов Ревизионной комиссии Общества за период июль 2013 – июнь 2014 года.
- ✓ Об утверждении внешнего аудитора Общества по российской бухгалтерской отчетности.
- ✓ Об одобрении сделки с заинтересованностью по страхованию ответственности членов Совета директоров и должностных лиц Общества и его дочерних компаний.
- ✓ Об одобрении сделки, в совершении которой имеется заинтересованность, и которая может быть совершена Обществом в будущем в процессе его хозяйственной деятельности.
- ✓ Об утверждении Положения об общем собрании Общества в новой редакции.
- ✓ Об утверждении Положения о ревизионной комиссии Общества в новой редакции

Таким образом, был избран Совет директоров и Ревизионная комиссия Компании, было принято решение не распределять прибыль по итогам деятельности ОАО «Компания

«М.видео» в 2012 году в свете проходивших на тот момент переговоров с Эльдорадо, был утвержден внешний аудитор ЗАО «Делойт и Туш СНГ» по российской бухгалтерской отчетности на 2013г, определен размер вознаграждения членам Совета директоров Компании за период июль 2013г. - июнь 2014г. в сумме не более 33 600 000 рублей и компенсации за фактически понесенные расходы за период июль 2013г.- июнь 2014г., связанные с работой в Совете директоров Общества, общей суммой не более 6 600 000 рублей. Одобрена сделка с заинтересованностью по страхованию ответственности членов Совета директоров и должностных лиц ОАО «Компания «М.видео» и ее дочерних обществ с ЗАО «Страховая компания «Эйс» сроком с 01 июля 2013г. по 30 июня 2014г. с общим лимитом ответственности 30 000 000 долларов США и уплатой страховой премии в размере 35 000 долларов США, утверждены внутренние документы Обществ в новой редакции: Положение об общем собрании и Положения о ревизионной комиссии Общества. По сделке с заинтересованностью по предоставлению внутригруппового займа кворум отсутствовал.

На первом заседании вновь избранного Совета директоров Компании (Протокол №76/2013 от 05.07.2013 г.), в соответствии с требованиями российского законодательства был избран Председатель Совета директоров в лице Питера Герффи, а также Комитеты по аудиту и по назначениям и вознаграждениям Совета директоров ОАО «Компания «М.видео», а также их Председатели. Кроме того, Совет директоров назначил Руководителя подразделения внутреннего аудита, а также утвердил бюджет Группы на 2013 год с учетом внесенных в него изменений.

26 августа 2013 года Совет директоров Компании, путем заочного голосования утвердил промежуточную сокращенную консолидированную финансовую отчетность (неаудированную) ОАО «Компания «М.видео» и ее дочерних предприятий за полугодие, закончившееся 30 июня 2013 года, а также одобрил совмещение Генеральным директором Общества должностей в органах управления других организаций (Протокол №77/2013 от 26.08.2013 г.).

В сентябре 2013 года состоялось заседание Совета директоров (Протокол № 78/2013 от 12.09.2013 г.), на котором были приняты следующие решения:

- ✓ Об утверждении размера оплаты услуг аудитора Общества.
- ✓ Об утверждении Положения о внутреннем аудите.
- ✓ Об утверждении стратегических приоритетов развития Компании «М.видео» (вопрос внесен в ходе заседания согласно п. 4.7. Положения о Совете директоров Общества).

В свете того, что переговоры по сделке с Эльдорадо были обоюдно приостановлены, Совет директоров утвердил дальнейшее органичное развитие Общества наряду с развитием интернет канала, а также принял решение об изменении подхода в части увеличения рекомендованного размера по годовым дивидендам до уровня, отражающего актуальные возможности Компании генерировать положительный поток наличности.

Кроме того, Совет директор определил позицию представителя Общества при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу долями в уставном капитале ООО «М.видео Менеджмент» по вопросу принятия решения о назначении руководителя дирекции по маркетингу.

22 сентября 2013 г. Совет директоров определил позицию представителя Общества при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу долями в уставном капитале ООО «М.видео Менеджмент» по вопросу о распределении чистой прибыли дочерним обществом ООО «М.видео Менеджмент».

Позже, Совет директоров Общества по собственной инициативе созвал Внеочередное Общее собрание акционеров ОАО «Компания «М.видео» и рекомендовал Общему собранию акционеров принять решение о выплате дивидендов.

На состоявшемся 11 декабря 2013 года Внеочередном Общем собрании акционеры ОАО «Компания «М.видео» приняли решение о выплате из нераспределённой чистой прибыли (нарастающим итогом) по результатам 2012 финансового года и 9 месяцев 2013 финансового года дивидендов в размере 13 рублей 80 копеек на одну размещенную обыкновенную именную бездокументарную акцию Общества в срок до 31 декабря 2013 года, а также утвердили Устав Общества в новой редакции. Как и ранее ввиду отсутствия кворума сделки с заинтересованностью по предоставлению внутригруппового займа дочернему обществу одобрена не была.

13 декабря 2013 г. на заседании Совета директоров, проводимом в форме совместного присутствия (Протокол №81/2013 от 13.12.2013г.) были рассмотрены отчеты о деятельности группы компаний «М.видео» за 9 месяцев 2013 года, а также приняты следующие решения:

- ✓ Об утверждении бизнес плана и бюджета группы компаний «М.видео» на 2014 год.
- ✓ Об утверждении Положения о Комитете по вознаграждениям и назначениям Общества в новой редакции.
- ✓ Об утверждении Положения о внутреннем контроле за финансово-хозяйственной деятельностью Общества в новой редакции.
- ✓ Об утверждении Положения о дивидендной политике Общества в новой редакции.

На последнем заседании Совета директоров, состоявшемся 25.12.2013 года, были приняты следующие решения:

- ✓ Об определении цены сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, в порядке статьи 77 Федерального закона № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».
- ✓ Об одобрении совокупности сделок с заинтересованностью - предоставления Обществом гарантийных писем по обязательствам дочернего общества из договоров аренды.

В отчетном периоде Обществом была совершена одна сделка с заинтересованностью (страхование ответственности директоров); крупные сделки в отчетном периоде Обществом не совершались.

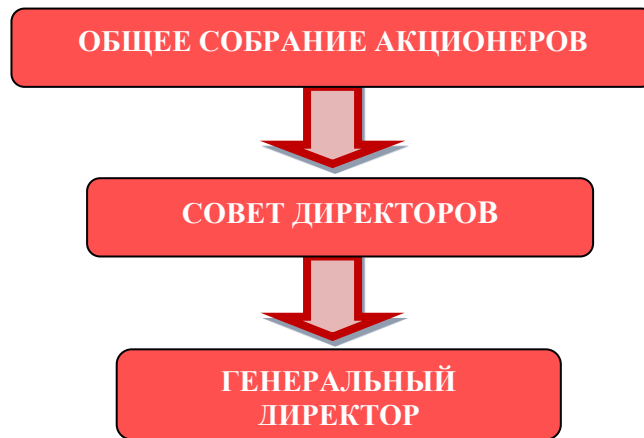
3.5. Обзор основных событий после отчетной даты

В марте 2014 года Совет директоров Общества утвердил список кандидатур для голосования по выборам на Годовом общем собрании акционеров ОАО «Компания «М.видео» в Совет директоров и Ревизионную комиссию (Протокол №83/2014 от 05.03.2014г.). По итогам прошедшего 19 марта 2014 года Совета директоров ОАО «Компания М.Видео» (Протокол №84/2014 от 20.03.2014г.) было решено одобрить распределение чистой прибыли дочерним обществом ООО «М.видео Менеджмент» в размере 3 600 млн. рублей единственному участнику ООО «М.видео Менеджмент» – ОАО «Компания «М.видео».

Кроме того, Совет директоров рассмотрел отчеты о деятельности Группы за 2013 год и 1-ый квартал 2014 года и одобрил сделку с заинтересованностью (которая может быть совершена Обществом в будущем в процессе его хозяйственной деятельности) - предоставление Обществом гарантийного письма по обязательствам дочернего общества - ООО «М.видео Менеджмент» из предварительного договора краткосрочной аренды в адрес ООО «СА Риэлти & Девелопмент».

26 марта 2014 года была утверждена консолидированная финансовая отчетность Общества за 2013 год, составленная в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (Протокол №85/2014 от 26.03.2014г.).

4. Органы управления и контроля



4.1. Общее собрание акционеров Общества («Общее собрание») - высший орган управления Общества, основными вопросами компетенции которого являются:

- 1) внесение изменений и дополнений в Устав Общества или утверждение Устава Общества в новой редакции;
- 2) принятие решения о реорганизации Общества;
- 3) принятие решения о ликвидации Общества, назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов (промежуточного и окончательного);
- 4) определение количественного состава Совета директоров, избрание его членов и досрочное прекращение их полномочий;
- 5) определение количества, номинальной стоимости, категории (типа) объявленных акций и прав, предоставляемых этими акциями;
- 6) увеличение уставного капитала Общества путем увеличения номинальной стоимости акций, путем размещения дополнительных акций по закрытой подписке;
- 7) размещение посредством открытой подписки обыкновенных акций, составляющих более 25% ранее размещенных обыкновенных акций или конвертируемых в обыкновенные акции эмиссионных ценных бумаг, которые могут быть конвертированы в обыкновенные акции, составляющие более 25% ранее размещенных обыкновенных акций;
- 8) уменьшение уставного капитала Общества путем уменьшения номинальной стоимости акций;
- 9) уменьшение уставного капитала путем приобретения Обществом части акций в целях сокращения их общего количества, а также путем погашения приобретенных или выкупленных Обществом акций;
- 10) избрание членов ревизионной комиссии Общества и досрочное прекращение их полномочий;
- 11) утверждение аудитора Общества;
- 12) утверждение годовых отчетов, годовой бухгалтерской отчетности, в том числе отчетов о прибылях и убытках (счетов прибылей и убытков) Общества, а также распределение прибыли, в том числе выплата (объявление) дивидендов, и убытков Общества по результатам финансового года;
- 13) принятие решений по порядку ведения Общего собрания акционеров;
- 14) определение количественного состава счетной комиссии, избрание ее членов;
- 15) принятие решения о дроблении и консолидации акций Общества;
- 16) принятие решения об одобрении сделок, в совершении которых имеется заинтересованность в случаях, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации;
- 17) принятие решения об одобрении крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением Обществом имущества, в предусмотренных законодательством Российской Федерации случаях;
- 18) приобретение Обществом размещенных акций в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации;
- 19) принятие решений об участии Общества в финансово-промышленных группах, ассоциациях и иных объединениях коммерческих организаций;

- 20) принятие решения об обращении с заявлением о делистинге акций Общества и (или) эмиссионных ценных бумаг Общества, конвертируемых в его акции;
- 21) принятие решения об обращении с заявлением о листинге акций Общества и (или) эмиссионных ценных бумаг Общества, конвертируемых в акции Общества;
- 22) утверждение внутренних документов, регулирующих деятельность органов управления и контроля Общества;
- 23) принятие решений об отнесении на счет Общества затрат, связанных с проведением внеочередных Общих собраний акционеров, внеплановых аудиторских проверок и проверок ревизионной комиссии, иницируемых акционерами;
- 24) решение иных вопросов, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Общества.

Общее количество акционеров: 1755

Акционеры, владельцы 5% и более процентов голосов:

- *«СВЕЦЕ ЛИМИТЕД», Купн (Private company limited by shares SVECE LIMITED)*
- *Стейт Стрит Бэнк энд Траст Компани (State Street Bank and Trust Company)*
- *Картика Менеджмент, ЛЛК (Cartica Management, LLC)*
- *Ист Кэпитал (Люкс)/East Capital (Lux)*

4.2. Совет директоров Общества - осуществляет общее руководство деятельностью Общества, за исключением решения вопросов, отнесенных Уставом к исключительной компетенции Общего собрания акционеров. К компетенции Совета относятся такие вопросы как:

- 1) определение приоритетных направлений деятельности Общества;
- 2) созыв годового и внеочередного Общих собраний акционеров Общества;
- 3) утверждение повестки дня Общего собрания акционеров;
- 4) определение даты составления списка лиц, имеющих право на участие в Общем собрании акционеров, и другие вопросы, связанные с подготовкой и проведением Общего собрания акционеров;
- 5) вынесение на решение Общего собрания акционеров вопросов, предусмотренных пунктом 10.5 Устава Общества;
- 6) размещение Обществом дополнительных акций, в которые конвертируются размещенные Обществом привилегированные акции определенного типа, конвертируемые в обыкновенные акции или привилегированные акции иных типов, если такое размещение не связано с увеличением уставного капитала Общества, а также размещение Обществом облигаций или иных эмиссионных ценных бумаг, за исключением акций (за исключением случаев, предусмотренных настоящим Уставом);
- 7) определение цены (денежной оценки) имущества, цены размещения или порядка ее определения и цены выкупа эмиссионных ценных бумаг в случаях, предусмотренных Законом, а также утверждение методики определения рыночной цены акции;
- 8) принятие решения о приобретении Обществом акций, облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг в случаях, предусмотренных настоящим Уставом и Законом;
- 9) избрание Генерального директора и досрочное прекращение его полномочий;
- 10) принятие решения о создании коллегиального исполнительного органа (Правления), и установление размеров выплачиваемых Правлению Общества вознаграждений и компенсаций;
- 11) избрание членов коллегиального исполнительного органа (Правления) и досрочное прекращение полномочий членов коллегиального исполнительного органа (Правления);
- 12) определение размера оплаты услуг аудитора, утверждение условий договора с аудитором, осуществляющим аудит финансовой отчетности Общества, подготовленной в соответствии с Российскими и Международными стандартами финансовой отчетности;
- 13) рекомендации по размеру дивидендов, форме и порядку их выплаты, утверждение Положения о дивидендной политике Общества;
- 14) принятие решения об использовании резервного и иных фондов Общества;

- 15) утверждение внутренних документов Общества, за исключением внутренних документов, утверждение которых отнесено к компетенции Общего собрания акционеров, а также иных внутренних документов Общества, утверждение которых отнесено к компетенции исполнительных органов Общества;
- 16) принятие решения о создании филиалов и открытии представительств Общества, утверждение положения о них, о ликвидации филиалов и закрытии представительств;
- 17) увеличение уставного капитала Общества путем размещения посредством открытой подписки дополнительных обыкновенных акций, составляющих менее 25% ранее размещенных обыкновенных акций;
- 18) размещение посредством открытой подписки конвертируемых в обыкновенные акции эмиссионных ценных бумаг, которые могут быть конвертированы в обыкновенные акции, составляющие менее 25% ранее размещенных обыкновенных акций;
- 19) обращение с заявлением о листинге акций Общества и (или) эмиссионных ценных бумаг общества, конвертируемых в акции Общества;
- 20) принятие решений об одобрении крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением Обществом имущества, в предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации случаях;
- 21) принятие решений об одобрении сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, в предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации случаях;
- 22) принятие решений об одобрении сделок, одобрение которых не отнесено Уставом Общества к компетенции Общего собрания акционеров Общества, связанных с приобретением, отчуждением, возможностью отчуждения дочерней(ми) компанией(ями) Общества прямо или косвенно имущества, стоимость которого составляет 5 и более процентов от балансовой стоимости активов дочерней(их) компании(й), определенной на основании его (их) бухгалтерской отчетности на последнюю отчетную дату;
- 23) определение позиции представителей Общества при реализации права голоса, предоставляемого принадлежащими Обществу акциями и долями в уставном (паевом, складочном) капитале других организаций;
- 24) принятие решений об отчуждении или обременении принадлежащих Обществу акций и долей в уставном (паевом, складочном) капитале других организаций;
- 25) увеличение уставного капитала Общества путем размещения Обществом дополнительных акций в пределах количества и категорий (типов) объявленных акций;
- 26) утверждение регистратора Общества и условий договора с ним, а также расторжение договора с ним;
- 27) назначение корпоративного секретаря Общества;
- 28) создание комитетов в составе Совета директоров, утверждение Положений, регламентирующих их деятельность;
- 29) утверждение годового Плана деятельности и развития Общества и его дочерних компаний по направлениям и бюджета Общества и его дочерних компаний на календарный год;
- 30) утверждение Плана долгосрочного стратегического развития Общества и его дочерних компаний, внесение в него изменений и корректировок;
- 31) утверждение Отчетов об исполнении бюджета Общества и его дочерних компаний и Плана деятельности и развития Общества и его дочерних компаний, а также порядка и периодичности представления таких Отчетов;
- 32) контроль исполнения исполнительными органами Общества решений Совета директоров и Общего собрания акционеров Общества и в соответствии с Положением о Совете директоров;
- 33) решение вопросов и утверждение предложений, документов, программ и процедур, по представлению Комитетов в составе Совета директоров Общества;
- 34) утверждение системы вознаграждений в соответствии с Положением об оплате труда, системе премирования и льгот Общества и его дочерних обществ;
- 35) утверждение инвестиционных проектов и капитальных вложений Общества и его дочерних компаний по представлению исполнительных органов Общества и в соответствии с Положением о Совете директоров;
- 36) решение иных вопросов, связанных с деятельностью Общества, предусмотренных Законом и Уставом Общества.

Состав Совета директоров ОАО «Компания «М.видео» на 31.12.2013 г.

Председатель: **Герфи Питер**

Год рождения: **12.05.1959**

Образование: Университет Экономики, Австрия, степень MBA Университета Экономики.

С 2007 года независимый член Совета директоров ОАО «Компания «М.видео» и Председатель Совета.

С 2000 года - Генеральный директор и единственный участник КОНплементэйшн Бизнес Консалтинг, ГмбХ, Вена, Австрия

С 2010 по 2013 годы - член Совета директоров компании Кика Ллс. и Лайнер Ферниче Груп Ллс.

Доля владения ценными бумагами Общества: 0.0387%

Член Совета директоров: **Берлтон Эдриан**

Год рождения: **29.08.1969**

Образование: Университет Ньюкасл-апон-Тайн, Великобритания (бакалавр наук с отличием), в 1990 г. - Университет Ньюкасл-апон-Тайн, Великобритания (магистр наук) специализация - Вычислительная техника – 1991 г.

С 2003 по 2012 годы - Директор по развитию бизнеса и мульти-каналов Хоум Ритейл Груп плс.

С 2012 по 2013 год - Главный Операционный директор Студио Модерна Холдингз Б.В.,

С июля 2013 года - Генеральный директор Студио Модерна Холдингз Б.В., член Наблюдательного совета.

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Член Совета директоров: **Бреев Павел Юрьевич**

Год рождения: **22.04.1967**

Образование: Московский авиационный моторостроительный техникум –1986 г.

В 1993г. основал Группу компаний М.видео.

С 2008 года по настоящее время – Директор по развитию ООО «М.видео Менеджмент»

С 2009 по 2013 годы - Генеральный директор ОАО «Компания «М.видео», действующий член Совета директоров.

С 04 апреля 2013 года - Генеральный директор ООО «М.видео Менеджмент».

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Член Совета директоров: **Кох Вальтер**

Год рождения: **22.02.1962**

Образование: Университет прикладных наук, Аалена, Германия –1988 г.

С 2007 по 2010 годы – Исполнительный Вице-Президент и Главный Операционный директор Санитек Корпорейшн, Хельсинки, Финляндия (командирован от Санитек Сервис Гмбх, Ратинген, Германия).

С ноября 2010г. - независимый член Совета директоров ОАО «Компания «М.видео»

С мая 2012 года - Генеральный директор Мастер-тиз, ГмбХ.

В настоящее время владеет и управляет независимой фирмой – «Твинсаксес-Вальтер Кох, Рестракчеринг & Чендж Менеджмент Саппорт».

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Член Совета директоров: **Кройзен Утто Вильгельм Константин**

Год рождения: **24.04.1956**

Образование: Университет г. Кельна (Германия) –1979 г.

С 2001 по 2008 годы - член Правления Медиа-Сатурн-Холдинг АГ.

С 2008 по 2012 годы - независимый член Совета директоров ОАО «Компания «М.видео».

С 2008 г. по 2009 год - член Совета директоров Аркндор АГ.
 С 2010 года по настоящее время - член Наблюдательного Совета ВСГ интернешнл плс. (Диксонс Стор Групп).
 С 2011 по 2013 годы - член Совета директоров Практикер АГ.
 Доля владения ценными бумагами Общества: 0.0236%

Член Совета директоров: **Кучмент Михаил Львович**

Год рождения: **28.08.1973**

Образование: Московский физико-технический институт –1996 г.

С 2004 по 2005 годы - Директор по маркетингу ООО «Компания «М.видео».

С 2005 по 2008 годы - Коммерческий директор ООО «М.видео Менеджмент».

С 2008 г. - член Совета директоров ОАО «Компания «М.видео».

С ноября 2013 года - член Совета директоров ИКБ «Совкомбанк» ООО.

В настоящее время занимает пост Вице-Президента ООО «Домашний интерьер».

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Член Совета директоров: **Присяжнюк Александр Михайлович**

Год рождения: **23.05.1972**

Образование: Кубанский Государственный Университет –1995 г.

С 2003 по 2008 годы – Финансовый директор ОАО «Магнит» и ОАО «Тандер».

С 2005 по 2008 годы – Генеральный директор ООО «Магнит-Финанс».

С июля по декабрь 2008 года – Директор по стратегическому развитию ОАО «Тандер».

В настоящее время не работает, является членом совета директоров ДИКСИ Групп и ОАО «Компания «М.видео».

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Член Совета директоров: **Хамид Дэвид**

Год рождения: **11.12.1951**

Образование: Брэдфордский Университет, Великобритания – 1973 г.

С 2006 по 2009 годы - Председатель Совета директоров Нейшнуйад Ауто Сентерс Лтд.

С февраля 2007 по настоящее время – независимый Член Совета директоров ОАО «Компания «М.видео».

С 2011 года по настоящее время - Председатель Совета директоров Идеал Шопинг Лдт.

В 2012 году избран Председателем Совета директоров Гейм Ритейл Лдт.

Доля владения ценными бумагами Общества: 0,0308%

Член Совета директоров: **Тынкован Александр Анатольевич**

Год рождения: **14.06.1967**

Образование: Московский энергетический институт -1992 г.

В 1993г. основал Группу компаний «М.видео»

С 2005 года – Исполнительный директор ООО «М.видео Менеджмент», а с 2007 года продолжает руководить группой в роли Президента и члена Совета директоров ОАО «Компания «М.видео».

С 2008 году по настоящее время является членом Совета директоров Х5 Ритейл Групп Н.В.

С 2010 г. по настоящее время – Первый заместитель Генерального директора ООО «Авторитет» (совместительство).

С 01 апреля 2013 г. – Генеральный директор ОАО «Компания «М.видео».

Доля владения ценными бумагами Общества: нет

Корпоративный секретарь Общества, Хавасова Яна Соломоновна, исполняла в отчетный период полномочия секретаря Совета директоров и Общего собрания акционеров Общества.

4.3. Генеральный директор Общества – является единоличным исполнительным органом, который осуществляет руководство текущей деятельностью Общества, а именно:

- 1) осуществляет оперативное руководство деятельностью Общества;
- 2) имеет право первой подписи под финансовыми документами;
- 3) распоряжается имуществом Общества для обеспечения его текущей деятельности в пределах, установленных Уставом, если в соответствии с настоящим Уставом для совершения таких сделок Генеральному директору не требуется получить согласия общего собрания участников и (или) совета директоров Общества;
- 4) представляет интересы Общества, как в Российской Федерации, так и за ее пределами;
- 5) утверждает штаты, заключает трудовые договоры с работниками Общества, применяет к этим работникам меры поощрения и налагает на них взыскания;
- 6) совершает сделки от имени Общества, за исключением случаев, предусмотренных Законом и настоящим Уставом;
- 7) выдает доверенности от имени Общества;
- 8) открывает в банках счета Общества;
- 9) организует ведение бухгалтерского учета и отчетности Общества;
- 10) обеспечивает ведение реестра акционеров Общества;
- 11) издает приказы и дает указания, обязательные для исполнения всеми работниками Общества;
- 12) представляет на утверждение Совета директоров и Общего собрания акционеров годовой отчет и баланс Общества;
- 13) представляет Совету директоров Общества кандидатуры на должности членов Правления Общества;
- 14) исполняет другие функции, необходимые для достижения целей деятельности Общества и обеспечения его нормальной работы, в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, настоящим Уставом и Положением о единоличном исполнительном органе общества.

Функции единоличного исполнительного органа – Генерального директора Общества - до 1 апреля 2013 года исполнял Бреев Павел Юрьевич, со 2 апреля 2013 года - Тынкован Александр Анатольевич. Краткие биографические данные приведены на странице 28 и 29 соответственно.

Ревизионная комиссия Общества - в течение отчетного периода функции Ревизионной комиссии исполняли следующие лица:

Ф.И.О.	Занимаемые должности
Резникова Вера Владимировна	Руководитель Юридического Департамента ООО «М.видео Менеджмент»
Безлик Евгений Владимирович	Руководитель отдела внутренних расследований – ООО «М.видео Менеджмент»
Тышкевич Людмила Александровна	Ведущий специалист отдела внутренних расследований – ООО «М.видео Менеджмент»

В течение отчетного периода состав ревизионной комиссии не менялся.

4.4. Критерии определения и размер вознаграждения лиц, входящих в состав органов управления Общества

Компенсационный пакет, предлагаемый в Обществе, включает в себя заработную плату, программы медицинского страхования, дополнительные льготы и систему премирования. Общий размер краткосрочного вознаграждения, выплаченного Компанией основному управленческому персоналу, за исключением Совета Директоров, в 2013 году составил 14 870 тыс. руб. (включая НДФЛ).

За работу Совета директоров и на основании показателей деятельности Общества членам Совета директоров Общества в соответствии с решением Годового общего собрания акционеров Общества выплачивается вознаграждение, а также компенсируются понесенные

расходы. Общий размер вознаграждения, выплаченного Компанией членам Совета Директоров, включая компенсацию расходов, в 2013 составил 33 990 тыс. руб. (включая НДФЛ).

4.5. Отчет о выплаченных дивидендах.

Об июня 2013 года Годовое Общее собрание акционеров Общества приняло решение о чистой прибыли Общества за 2012 год не распределять, дивиденды не выплачивать.

11 декабря 2013 года Внеочередное Общее собрание акционеров Общества приняло решение о выплате дивидендов по результатам 2012 финансового года и 9 месяцев 2013 финансового года в размере 13,80 рублей на одну обыкновенную акцию Общества. Общий размер выплаты составил 2 480 801 тыс. рублей.

По состоянию на дату утверждения бухгалтерской отчетности Компания не объявляла о выплате дивидендов за 2013 год (за исключением указанных выше дивидендов, объявленных Компанией по результатам 9 месяцев 2013 года).

4.6. Корпоративное управление и отчет о соблюдении Кодекса корпоративного поведения

В 2013 году ОАО «Компания «М.видео» продолжило работу по построению системы корпоративного управления, отвечающей рекомендациям Кодекса корпоративного поведения Общества, а также кодекса, рекомендованного регулятором.

В Устав Общества были внесены изменения ввиду изменений, внесенных в законодательство РФ, а также были учтены рекомендации проекта Кодекса корпоративного управления по обеспечению акционерам доступа к информации об Обществе, участия акционеров в общих собраниях акционеров, выдвижению акционерами кандидатов в органы управления Общества и контроля хозяйственной деятельности и предложению вопросов в повестку дня годовых собраний акционеров. В Обществе был сформирован Совет директоров, в котором семь членов Совета директоров отвечают требованиям независимости, предусмотренным российским Кодексом корпоративного поведения и правилами листинга на российской бирже (ЗАО «ММВБ»). Кроме того, в отчетном году в Обществе был принят Кодекс делового поведения. В Совете директоров Общества действуют два комитета – Комитет по аудиту и Комитет по назначениям и вознаграждениям.

Исключительными функциями Комитета по аудиту являются оценка кандидатов в аудиторы Общества, оценка заключения аудитора, оценка эффективности процедур внутреннего контроля Общества и подготовка предложений по их совершенствованию. Оценка заключения аудитора Общества, подготовленная Комитетом по аудиту, предоставляется в качестве материалов к Годовому общему собранию акционеров Общества.

Основными функциями Комитета по назначениям и вознаграждениям являются определение критериев подбора кандидатов на должности Генерального директора, руководителей основных структурных подразделений Общества и его дочерних обществ, разработка критериев определения заработной платы, премий, системы льгот и компенсаций руководителям высшего звена и ключевым сотрудникам группы «М.видео».

№	Перечень норм корпоративного поведения	Соблюдается (полностью/частично) или не соблюдается	Документ с реквизитами, закрепляющий норму/Примечания
1	Формирование Совета директоров	Соблюдается полностью	Устав Общества (п.2 ст.9, ст.11)/Протокол Годового общего собрания акционеров №16 от 06.06.2013 г.
2	В Совете директоров должно быть не менее 1 члена, отвечающего следующим требованиям:	Соблюдается полностью	Положение о Совете Директоров (ст.2 п.2.4) ФИО независимых директоров:

<ul style="list-style-type: none"> • не являться на момент избрания и в течение 1 года, предшествующего избранию, должностными лицами или работниками Общества; • не являться должностными лицами другого хозяйственного общества, в котором любое из должностных лиц этого общества является членом комитета совета директоров по кадрам и вознаграждениям; • не являться супругами, родителями, детьми, братьями и сестрами должностных лиц Общества; • не являться аффилированными лицами Общества, за исключением члена совета директоров Общества; • не являться сторонами по обязательствам с эмитентом, в соответствии с условиями которых они могут приобрести имущество (получить денежные средства), стоимость которого составляет 10 и более процентов совокупного годового дохода указанных лиц, кроме получения вознаграждения за участие в деятельности совета директоров Общества; • не являться представителями государства, т. е. лицами, которые являются представителями РФ, субъектов РФ и муниципальных образований в совете директоров акционерных обществ, в отношении которых принято решение об использовании специального права («золотой акции») и лицами, избранными в совет директоров из числа кандидатов, выдвинутых РФ, а также субъектом РФ или муниципальным образованием, если такие члены совета директоров должны голосовать на основании письменных директив (указаний и т.д.) соответственно РФ, субъекта РФ или муниципального образования. 		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Фамилия</th> <th>Имя</th> <th>Отчество</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Герфи</td> <td>Питер</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Хамид</td> <td>Дэвид</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Кох</td> <td>Вальтер</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Присяжнюк</td> <td>Александр</td> <td>Михайлович</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Кройзен</td> <td>Утто</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Кучмент</td> <td>Михаил</td> <td>Львович</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>Берлтон</td> <td>Эдриан</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	№	Фамилия	Имя	Отчество	1	Герфи	Питер		2	Хамид	Дэвид		3	Кох	Вальтер		4	Присяжнюк	Александр	Михайлович	5	Кройзен	Утто		6	Кучмент	Михаил	Львович	7	Берлтон	Эдриан	
№	Фамилия	Имя	Отчество																															
1	Герфи	Питер																																
2	Хамид	Дэвид																																
3	Кох	Вальтер																																
4	Присяжнюк	Александр	Михайлович																															
5	Кройзен	Утто																																
6	Кучмент	Михаил	Львович																															
7	Берлтон	Эдриан																																
<p>3</p> <ul style="list-style-type: none"> • В Совете директоров должен быть сформирован комитет, исключительными функциями которого являются оценка кандидатов в аудиторы акционерного общества, оценка заключения аудитора, оценка эффективности процедур внутреннего контроля Общества и подготовка предложений по их совершенствованию (комитет по аудиту), возглавляемый директором, отвечающим требованиям, предусмотренным Кодексом корпоративного поведения. • Комитет по аудиту должен состоять только из членов совета директоров, не являющихся единоличным исполнительным органом и (или) членами коллегиального исполнительного органа эмитента. • Оценка заключения аудитора Общества, подготовленная Комитетом по аудиту, должна предоставляться в качестве материалов к годовому общему собранию акционеров Общества. 	<p>Соблюдается полностью</p>	<p>Положение о Комитете по аудиту Общества (ст.2.5, ст.3.1, 3.2.1) ФИО членов Комитета по аудиту:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>№</th> <th>Фамилия</th> <th>Имя</th> <th>позиция</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Хамид</td> <td>Дэвид</td> <td>Председатель</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Присяжнюк</td> <td>Александр</td> <td>член</td> </tr> </tbody> </table> <p>Положение о Комитете по аудиту Общества (ст.2.5.5, ст.2.6.3)</p> <p>В материалах к Годовому собранию: (Протокол Совета Директоров № 75/2013 от 29.04.2013)</p>	№	Фамилия	Имя	позиция	1	Хамид	Дэвид	Председатель	2	Присяжнюк	Александр	член																				
№	Фамилия	Имя	позиция																															
1	Хамид	Дэвид	Председатель																															
2	Присяжнюк	Александр	член																															
<p>4</p> <p>Обязанность членов Совета директоров, лица, осуществляющего функции единоличного исполнительного органа, раскрывать информацию о владении ценными бумагами Общества, а также о продаже и (или) покупке ценных бумаг эмитента</p>	<p>Соблюдается полностью</p>	<p>Положение о Совете Директоров (ст.7.5-7.7.) Положение о единоличном исполнительном органе (Генеральном директоре) (ст.4.6.-4.8.)</p>																																
<p>5</p> <p>Утвержденный Советом директоров документ по использованию информации о деятельности Общества, о его ценных бумагах и сделках с ними, которая не является общедоступной и раскрытие которой может оказать существенное влияние на рыночную стоимость ценных бумаг Общества.</p>	<p>Соблюдается полностью</p>	<p>Положение об инсайдерской информации Общества (ст.5,9) Порядок доступа к инсайдерской информации Общества, охраны ее конфиденциальности, и контроля за соблюдением требований ФЗ №224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты» (ст.5-7)</p>																																
<p>6</p> <p>Утвержденный Советом директоров документ, определяющий процедуры внутреннего контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества, контроль за соблюдением которых осуществляет отдельное структурное подразделение Общества, сообщающее о</p>	<p>Соблюдается полностью</p>	<p>Положение о внутреннем контроле за финансово-хозяйственной деятельностью Общества (ст. 3 п. 3.1.1) Структурное подразделение, осуществляющее функцию внутреннего аудита</p>																																

	выявленных нарушениях Комитету по аудиту.		
7	В уставе Обществе должно быть предусмотрено, что сообщение о проведении годового общего собрания акционеров должно делаться не менее чем за 30 дней до его проведения, если законодательством РФ не предусмотрен больший срок.	Соблюдается полностью	Устав Общества (ст.10 п.10.11)
8	Утвержденный Советом директоров документ, которым руководствуется Совет директоров при принятии рекомендаций о размере дивидендов	Соблюдается полностью	Положения о дивидендной политике

В Обществе работает Корпоративный секретарь, в чьи функции входит обеспечение соблюдения Обществом и органами управления порядка подготовки и проведения Общего собрания акционеров и заседаний Совета директоров, а также обязательное раскрытие информации об Обществе. Корпоративный секретарь назначается Советом директоров.

В соответствии с требованиями законодательства Советом директоров Общества назначено должностное лицо, в обязанности которого входит осуществление контроля за соблюдением требований Федерального закона №224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ». Указанные обязанности были возложены на Корпоративного секретаря Общества. В Обществе утвержден внутренний документ «Порядок доступа к инсайдерской информации ОАО «Компания «М.видео» и составлен Перечень инсайдерской информации.

При совершении Обществом действий, которые могут привести к существенным корпоративным изменениям, Общество обеспечивает акционерам возможность влиять на их совершение путем установления прозрачной и справедливой процедуры. Положения Устава содержат требование одобрения сделок, связанных с приобретением, отчуждением, возможностью отчуждения Обществом прямо или косвенно имущества, стоимость которого составляет 5 и более процентов от балансовой стоимости активов Общества и его дочерних обществ, определенной на основании последней имеющейся консолидированной отчетности, за исключением сделок по размещению акций Общества и сделок, совершаемых в процессе обычной хозяйственной деятельности.

Для эффективного контроля за финансово-хозяйственной деятельностью Общества избран специальный орган – Ревизионная комиссия. Все члены Ревизионной комиссии не являются сотрудниками Общества. В составе Ревизионной комиссии отсутствуют лица, которые признавались бы виновными в совершении преступлений в сфере экономической деятельности или преступлений против государственной власти.

Общество стремится следовать основным принципам раскрытия информации об Обществе и о Группе в целом, обеспечивая регулярность и оперативность предоставления информации, доступность такой информации для акционеров и иных заинтересованных лиц, достоверность и полноту ее содержания, соблюдения разумного баланса между открытостью и соблюдением коммерческих интересов. Общество полностью соблюдает требования законодательства и правила листинга российских бирж по публичному раскрытию информации. Общество раскрывает информацию в ленте новостей, на своем веб-сайте в сети Интернет, регулярно публикует информацию о деятельности Группы в средствах массовой информации, издает корпоративный журнал, выходящий ежемесячно.

Совет директоров, обеспечивает разработку стратегии развития Общества, а также общее руководство деятельностью Общества, осуществляет контроль за исполнительными органами дочерних структур, знакомясь с отчетами деятельности Компании, утверждает финансовую отчетность Общества.

4.7. Социальная ответственность

Сеть «М.Видео» - крупнейший в России продавец бытовой техники и электроники, и компания много работает над тем, чтобы аппаратура, которая приобретается в магазинах не просто надёжно и долго работала, но и не вредила окружающей среде. Несмотря на красный цвет своей корпоративной символики, Компания по своей сути является «зеленой» и проявляет бережное отношение к окружающей среде.

2013 год стал поворотным для многих направлений корпоративной социальной ответственности: в феврале 2013 года в Компании был создан благотворительный фонд – «Красивые дети в красивом мире». За 12 месяцев фонду удалось осуществить ряд серьезных проектов, которыми можно по-настоящему гордиться. Было выделено два ключевых направления для работы – концентрированность на помощи детям и природе, и отразили это в нашем названии. Фонд подарил нескольким десяткам детей дополнительный шанс на счастливое будущее. С апреля по декабрь 2013 года сделано 42 операции 38 детям из 18 регионов России.

Параллельно помощь Фонда нашла отражение в ряде проектов в природных заповедниках и национальных парках в разных уголках России. Фонд был удостоен Почетной грамотой Российского национального офиса FSC¹ за весомый вклад в расширение ассортимента FSC-сертифицированной продукции, а также награжден Благодарственным письмом клиники «Бонум» за помощь в лечении детей с челюстно-лицевой патологией, для клиники Фонд приобрел новую технику для лечения детей с челюстно-лицевой патологией.

В рамках благотворительной программы «Красивый мир», целью которой является сохранение природы России, в частности поддержка «эталонов» природы — российских заповедников и национальных парков было запущено 3 проекта:

- создание культурно-познавательного туристического рекреационного маршрута «Преданья старины глубокой» (www.poozerie.ru/ru//fayli) в национальном парке «Смоленское поозерье»
- обустройство высокогорного приюта «Гремучий ключ» и создание на его базе визит-центра «Скалы Откликного». В рамках проекта сотрудники компании провели 2 волонтерских экспедиции (www.taganay.org/grant.php) в национальный парк «Таганай»
- изучение, сохранение, популяризация орлана-белохвоста в Волжско-Камском государственном природном биосферном заповеднике (www.vkgz.ru/orlan)

Также в рамках расширения работы благотворительного фонда Компания расширяет сотрудничество с WWF и Greenpeace.

«М.видео» стала первой национальной розничной сетью, прекратившей продажу ламп накаливания, которые могут быть заменены новыми высококачественными энергосберегающими лампами, а также телевизоров устаревших моделей. Мы регулярно проводим различные кампании по утилизации устаревшей бытовой техники при покупке новых энергосберегающих моделей. Сотрудники Компании являются неотъемлемой составляющей ее конкурентной силы. Мы придаем исключительное значение подбору кадров и их обучению для формирования корпоративной культуры Компании на основе сильного и сплоченного коллектива. Мы проводим программы обучения разных уровней, чтобы обеспечить знание персоналом наших товаров и современных тенденций. Подготовку для Компании будущих директоров магазинов и заведующих отделами обеспечивает корпоративный университет.

¹ FSC — лесной попечительский совет — международная некоммерческая организация в области лесной сертификации. Его задача состоит в том, чтобы контролировать всю цепочку процессов, начиная с ведения лесных хозяйств и заканчивая переработкой, транспортировкой и продажей лесной продукции (бумаги, бумажных пакетов и т.д.). На каждом этапе продукция должна подтверждать стандарт FSC и получать сертификацию — только тогда может использоваться товарный знак FSC. С 2013 года в магазинах сети «М.Видео» продаются бумажные пакеты только со знаком FSC.

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

Ввиду того, что Компания не имеет на балансе недвижимого имущества, а также транспортных средств, оплата потреблённой энергии в отчетном году была включена в стоимость платы за пользование арендуемыми помещениями.

Информация для акционеров:

Денис Давыдов - Директор по связям с инвесторами

Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7064/Е-mail: ir@mvideo.ru

Яна Хавасова - Корпоративный секретарь

Тел: +7 (495) 644-2848 доб. 7522/Е-mail: yana.khavasova@mvideo.ru

Регистратор Общества: ОАО «Регистратор Р.О.С.Т.»

Юридический адрес: г. Москва, ул. Стромынка, д.18, корп.13

Почтовый адрес: 107996, г. Москва, ул. Стромынка, д.18, а/я 9

Телефон/факс (495)771-73-36/ 771-73-34

Генеральный директор

ОАО «Компания «М.видео»

Тынкован А.А.

Главный бухгалтер

ОАО «Компания «М.видео»

Виноградова О.Ю.