

УТВЕРЖДЕН:

Общим собранием акционеров

АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» «__» __ 2022 г.

Протокол № б/н от «__» __ 2022 г.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНО УТВЕРЖДЕН:

Советом директоров АО «ИНФА-ОТЕЛЬ»

«04» мая 2022 г.

Протокол № б/н от «04» мая 2022 г.

ГОДОВОЙ ОТЧЕТ
Акционерного общества «ИНФА-ОТЕЛЬ»
по результатам работы
за 2021 год

Генеральный директор _____

Михалицын В.Г.

СОДЕРЖАНИЕ ГОДОВОГО ОТЧЕТА

I.	ПОЛОЖЕНИЕ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" В ОТРАСЛИ.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
I.1.	ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ И ОТРАСЛИ В 2021 ГОДУ.	3
I.2.	ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ ОТЕЛЯ «САВОЙ» В 2021 ГОДУ НА ФОНЕ ОБЩЕОТРАСЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ.	4
I.2.1	<i>Сильные стороны или преимущества комплекса:</i>	<i>4</i>
I.2.2	<i>Угрозы:.....</i>	<i>4</i>
I.2.3	<i>Динамика показателя загрузки.....</i>	<i>5</i>
I.2.4	<i>Анализ продаж 2021 года в разрезе сегментов.....</i>	<i>8</i>
I.3.	ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО НАПРАВЛЕНИЯ АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» В 2021 ГОДУ НА ФОНЕ ОБЩЕОТРАСЛЕВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ.	9
II.	ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» О РЕЗУЛЬТАТАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	14
II.1.	СРАВНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДОХОДА ОТ ПРОДАЖИ НОМЕРНОГО ФОНДА ОТЕЛЯ «САВОЙ» ЗА 2017-2021 Г.Г.	14
II.2.	СРАВНЕНИЕ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОДАЖ НОМЕРНОГО ФОНДА ОТЕЛЯ «САВОЙ» ЗА 2017-2021 Г.Г.	14
III.	ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБЪЕМЕ КАЖДОГО ИЗ ЭНЕРГОРЕСУРСОВ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ	15
IV.	ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ И АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" НА 2022 ГОД.....	15
V.	ОТЧЕТ О ВЫПЛАТЕ ОБЪЯВЛЕННЫХ (НАЧИСЛЕННЫХ ДИВИДЕНДОВ ПО АКЦИЯМ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"	15
VI.	ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"	15
VII.	ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ "ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ" КРУПНЫМИ СДЕЛКАМИ, А ТАКЖЕ ИНЫХ СДЕЛОК, НА СОВЕРШЕНИЕ КОТОРЫХ В СООТВЕТСТВИИ С УСТАВОМ ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" РАСПРОСТРАНЯЕТСЯ ПОРЯДОК ОДОБРЕНИЯ КРУПНЫХ СДЕЛОК, С УКАЗАНИЕМ ПО КАЖДОЙ СДЕЛКЕ ЕЕ СУЩЕСТВЕННЫХ УСЛОВИЙ И ОРГАНА УПРАВЛЕНИЯ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА , ПРИНЯВШЕГО РЕШЕНИЕ О ЕЕ ОДОБРЕНИИ.....	16
VIII.	ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ В СООТВЕТСТВИИ С ФЕДЕРАЛЬНЫМ ЗАКОНОМ "ОБ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВАХ" СДЕЛКАМИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЛАСЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ, С УКАЗАНИЕМ ПО КАЖДОЙ СДЕЛКЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОГО ЛИЦА (ЛИЦ), СУЩЕСТВЕННЫХ УСЛОВИЙ И ОРГАНА УПРАВЛЕНИЯ АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА, ПРИНЯВШЕГО РЕШЕНИЕ О ЕЕ ОДОБРЕНИИ.....	16
IX.	СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"	17
X.	СВЕДЕНИЯ О ГЕНЕРАЛЬНОМ ДИРЕКТОРЕ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"	17
XI.	КРИТЕРИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ (КОМПЕНСАЦИИ РАСХОДОВ) ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА, И КАЖДОГО ЧЛЕНА СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" ИЛИ ОБЩИЙ РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ (КОМПЕНСАЦИИ РАСХОДОВ) ВСЕХ ЭТИХ ЛИЦ, ВЫПЛАЧЕННОГО ИЛИ ВЫПЛАЧИВАЕМОГО ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОТЧЕТНОГО ГОДА.....	18
XII.	СВЕДЕНИЯ О СОБЛЮДЕНИИ АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ.	18
XIII.	СВЕДЕНИЯ ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ГОДОВОГО ОТЧЕТА ОБЩИМ СОБРАНИЕМ АКЦИОНЕРОВ ОБЩЕСТВА, А ТАК ЖЕ ИНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПРЕДУСМОТРЕННАЯ УСТАВОМ ИЛИ ВНУТРЕННИМИ ДОКУМЕНТАМИ ОБЩЕСТВА.	18

I.1. Общие тенденции развития экономики в целом и отрасли в 2021 году.

В период пандемии гостиничный сектор и туризм в целом оказались в числе наиболее пострадавших отраслей экономики. В предковидном 2019 году Москва приняла рекордные 25,1 млн туристов. По итогам 2020 года столицу посетили 13,6 млн туристов, что на 46% меньше уровня 2019 года. Показатели могли бы стать выше, но пандемия остановила рост турпотока. Однако в январе-сентябре 2021 года в Москве побывало 14,9 млн туристов, а средний уровень загрузки гостиниц составил 61,6%.

По итогам 2021 года турпотоки внутри России составил 56 млн человек. Это люди, которые хотя бы на одну ночь останавливались в отелях. Данный показатель означает, что объемы внутреннего туризма к показателям 2019 года восстановились на 90%.

По словам экспертов, необходимо учитывать, что сейчас на рынок влияют разнонаправленные тенденции: с одной стороны, очевидно, что в условиях, когда турпоездки в страны ЕС и множество других направлений невозможны, спрос на внутренний туризм продолжит расти, с другой, отсутствие иностранного турпотока увеличит сроки окупаемости новых объектов.

Городские гостиницы, работающие в основном с деловым спросом, с МICE и командированными, оказались в большей степени под ударом из-за снижения деловой активности и передвижений между регионами. А пакетные продажи были затруднены из-за сложностей с планированием: никто не мог точно сказать, когда начнут летать самолеты и откроются двери отелей. Поэтому в начале лета, да и потом, спрос концентрировался вокруг тех городов и направлений, до которых было комфортно доехать на личном автомобиле. А сегодня городские гостиницы размещают те категории клиентов, которые ранее были для них далеко не главными. В частности, в Москве это сами москвичи — как семьи, так и романтические пары.

Программа Ростуризма и «Мира»

В этом году прошло две волны акции кешбэка за поездки по России. Цель программы — сделать отдых внутри страны привлекательнее и доступнее для туристов. Путешественникам возвращалось до 20% кешбэком на карту «Мир», это мотивировало их бронировать. Благодаря акции гостиничные объекты увеличили доход в кризисный период за счет увеличения спроса.

Сфера гостеприимства сможет быстрее восстановиться при комплексной политике развития регионов и туристических направлений. Инвестиции в инфраструктуру регионов, повышение общей привлекательности российских туристических мест, господдержка, а также одно из самых главных — массовое появление полетных программ между регионами РФ, причем не только внутри пакетного тура — все эти меры помогут отелям оказывать достойный сервис по приемлемым ценам.

Внутренний туризм

Что касается ситуации с внутренним туризмом, в сегменте наблюдается до 30% отмен бронирований на март или перенос на более поздние сроки, а также происходит замедление темпов бронирования на лето и осень.

В городских отелях наблюдается снижение темпов бронирования на ближайшие даты, которое может привести к снижению загрузки до 20-25% с традиционных для этого сегмента 65-70%, а также отмену 90% корпоративных заездов и MICE мероприятий. Оживление на рынке деловых мероприятий может наступить в мае-июне в связи с отложенным спросом, в первую очередь – со стороны IT и фармацевтических компаний.

1.2. Оценка развития гостиничного направления Отеля «Савой» в 2021 году на фоне общеотраслевых тенденций.

1.2.1. Сильные стороны или преимущества комплекса:

- Центральное расположение: более притягательным как для туристов, так и для бизнесменов является центр города, где находятся правительственные, финансовые и культурно-развлекательные учреждения. И в этом смысле у Отеля «Савой», расположенного в самом центре столицы - идеальное местоположение, являющееся одним из факторов успеха.
- Историческая составляющая: многие клиенты, особенно из стран Европы, отдают предпочтение историческим отелям, являющимся памятником культуры.
- Своя четко выраженная ниша на рынке гостиничных услуг. «Савой» - это отель-бутик, имеющий свой неповторимый облик, уникальный дизайн, что выгодно отличает его от отелей-новостроек.
- Небольшое количество номеров создает уютную домашнюю атмосферу и позволяет предоставлять гостям персонализированный сервис. Чем выше положение постояльца, тем более он нуждается – и ожидает получить – в атмосфере индивидуальности, непринужденности и уюта.
- Знаменитый ресторан, известный своим роскошным интерьером.
- Богатый интерьер номерного фонда в стиле итальянского барокко.
- Конференц-зал с дневным освещением и современной аппаратурой.
- Современный оздоровительный комплекс с бассейном, техническое оснащение которого позволяет поддерживать чистоту воды на уровне питьевых стандартов
- Оснащение самыми современными техническими средствами (IP телефония, WiFi Интернет, ЖК телевизоры).
- Название отеля «Савой», ассоциирующееся, по аналогии с известной группой отелей «Савой» в Великобритании и других странах, с предоставлением высококачественных услуг размещения.
- Создание пешеходной зоны по ул. Рождественка и зоны ограниченного движения транспорта по ул. Пушечная привлекает больше туристов.
- Близкое соседство со знаменитым ТРЦ «Детский Мир», известного своим великолепно оборудованным современным детским центром.
- Возможность Интернет - бронирования в режиме реального времени.

1.2.2 Угрозы:

- Обострение конкуренции из-за сокращения спроса и демпинг цен отелей конкурентов.
- ужесточения визового режима, стремление к 0 поездок из зарубежных стран, 80% гостей отеля «Савой» являлись иностранцы
- Снижение покупательской платежеспособности
 - Неконкурентный уровень оплаты труда персонала, отсутствие привлекательных социального пакета и мотивационных программ для персонала, что не позволяет привлекать для работы квалифицированный персонал.
 - Отсутствие в ближайшей перспективе серьезных реновационных отеля по сравнению с конкурентами. Метрополь и Балчуг Кемпински уже обновили свой номерной фонд.
 - Интенсивная эксплуатация номеров приводит к значительному износу и необходимости постоянного ремонта, что негативно сказывается на показателях рентабельности.
 - Снижение количества бронирований номерного фонда из-за геополитической ситуации в мире

1.2.3 Динамика показателя загрузки

В результате, общий рост загрузки в течение всего 2021 г., составил 58%. Отель не потерял свою лидирующую позицию по этому показателю, которую он сохранял в течение 2016 и 2017 г.г. среди конкурентных наборов.

Таким образом, средняя по 2021 году загрузка отеля Савой составила 74,12%, что на 27,22 пункта (58%) выше среднегодового показателя прошлого года. Для конкурентных наборов 1 и 2 % загрузки и отклонения составили соответственно 51,19% 30,29 пункта (+145%) и 46,57% (+22,07 пункта (+90%)).

Показатель загрузки Отелей групп сравнения в 2021г.

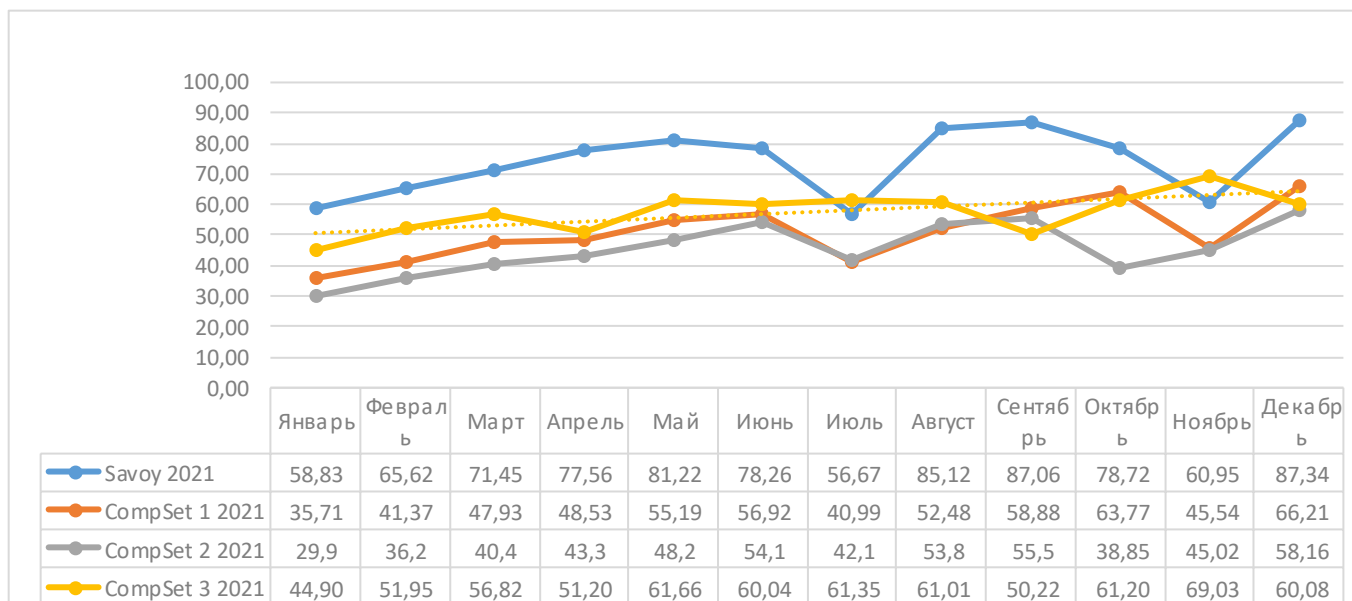


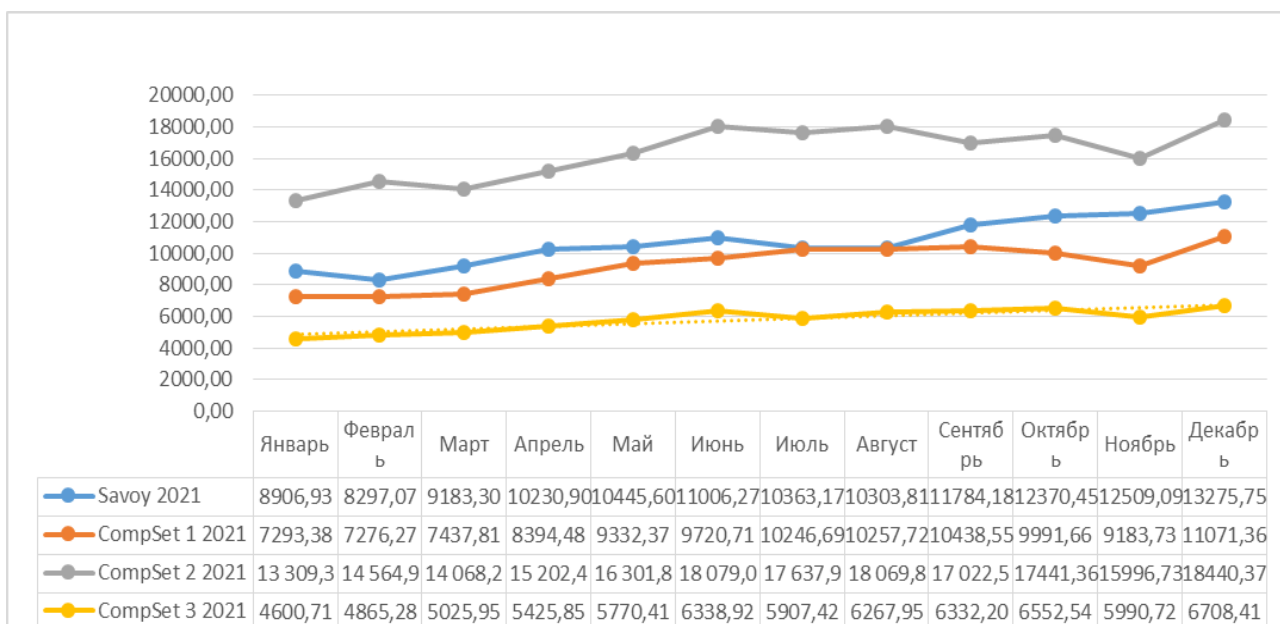
Табл. 1. Загрузка отелей Москвы в 2021 году по сравнению с 2020 годом.

Месяц	Загрузка											
	2020				2021				% изменений			
	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели
Январь	53,4	49,3	55,8	60,5	58,83	35,71	29,90	44,90	10%	-28%	-46%	-26%
Февраль	55,3	55,2	60,2	64,6	65,62	41,37	36,20	51,95	19%	-25%	-40%	-20%
Март	34,5	21,1	26,0	33,4	71,45	47,93	40,40	56,82	107%	127%	55%	70%
1 Квартал	48,2	41,4	46,9	52,4	65,29	41,68	35,48	51,2	35%	1%	-24%	-2%
Апрель	0	3,5	4,1	9,1	77,56	48,53	43,30	51,20	0%	1286%	956%	463%
Май	0	3,3	4,2	19,0	81,22	55,19	48,20	61,66	0%	1573%	1048%	225%
Июнь	0	7,2	8,0	20,4	78,26	56,92	54,10	60,04	0%	691%	576%	194%
2 Квартал	0	4,7	5,4	16,2	79,04	53,56	48,53	61,01	0%	1040%	799%	277%
Июль	26,6	11,6	13,4	27,2	56,67	40,99	42,10	61,35	113%	253%	214%	126%
Август	51,9	18,0	21,1	38,5	85,12	52,48	53,80	61,01	64%	192%	155%	58%
Сентябрь	53,8	21,1	25,6	44,9	87,06	58,88	55,50	50,22	62%	179%	117%	12%
3 Квартал	45,0	16,9	20,0	36,8	76,17	50,7	50,41	60,08	69%	200%	152%	63%
Октябрь	38,9	18,7	24,3	41,0	78,72	63,77	38,85	61,20	102%	241%	60%	49%
Ноябрь	45,0	18,1	22,7	40,1	60,95	45,54	45,02	69,03	35%	152%	98%	72%
Декабрь	58,2	24,8	29,1	44,6	87,34	66,21	58,16	60,08	50%	167%	100%	35%
4 Квартал	47,4	20,6	25,4	41,9	75,83	58,65	51,63	63,06	60%	185%	103%	51%
Итого по году	46,9	20,9	24,5	37,2	74,12	51,19	46,57	58,9	58%	145%	90%	58%

При этом гостиничный рынок Москвы в целом за отчетный год продемонстрировал абсолютный рост к 2020 на уровне +21,7% (58%).

Динамика показателя ADR

Показатель ADR Отелей группы сравнения в 2021 г.



Таким образом, средний по отчетному году показатель ADR отеля составил – 10 829,19 руб., что на 1 925,75 руб. (22%) выше показателя прошлого года. Для конкурентных наборов 1 и 2 ADR и его отклонения составили соответственно 9 393,09 руб. (+1 039,06) руб. (+12 %) и 16 629,46 руб. (+3 105,57) руб. (+23%).

Табл.2. ADR отелей Москвы в 2021 году по сравнению с 2020 годом.

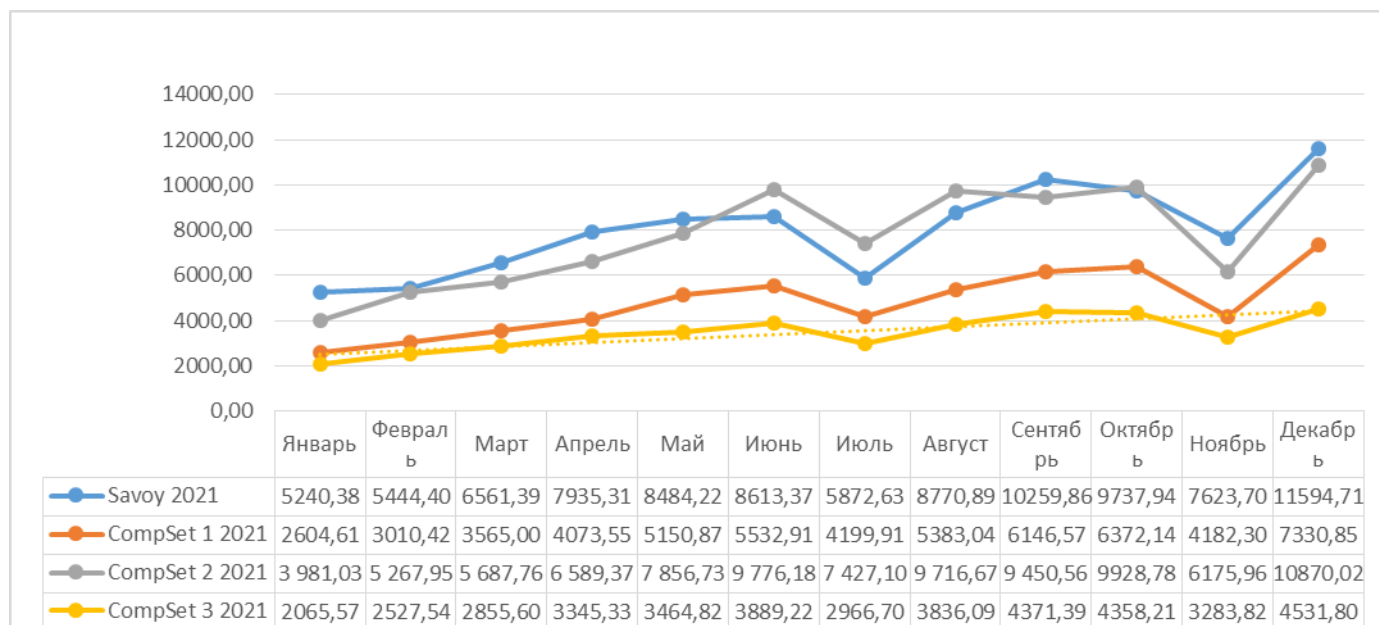
Месяц	2020				Средняя цена 2021				% изменений			
	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели
Январь	11 662,41	8 969,30	13 285,42	5 607,65	8 906,93	7 293,38	13 309,31	4 600,71	-24%	-19%	0%	-18%
Февраль	10 590,69	8 868,97	13 046,96	5 991,36	8 297,07	7 276,27	14 564,90	4 865,28	-22%	-18%	12%	-19%
Март	9 116,79	7 832,27	13 080,30	5 349,08	9 183,30	7 437,81	14 068,20	5 025,95	1%	-5%	8%	-6%
1 Квартал	10 686,77	8 703,27	13 151,05	5 697,94	8 820,41	7 345,30	14 005,36	4 846,78	-17%	-16%	6%	-15%
Апрель	0,00	10 285,84	13 982,92	4 163,81	10 230,90	8 394,48	15 202,47	5 425,85	0%	-18%	9%	30%
Май	0,00	12 576,87	14 758,96	3 092,56	10 445,60	9 332,37	16 301,83	5 770,41	0%	-26%	10%	87%
Июнь	0,00	11 183,35	16 599,18	4 038,28	11 006,27	9 720,71	18 079,08	6 338,92	0%	-13%	9%	57%
2 Квартал	0,00	11 189,07	15 478,89	3 692,70	10 559,15	9 188,30	16 630,65	5 844,57	0%	-18%	7%	58%
Июль	7 412,28	9 255,51	14 353,01	4 470,12	10 363,17	10 246,69	17 637,96	5 907,42	40%	11%	23%	32%
Август	7 389,34	7 906,59	13 293,38	4 405,68	10 303,81	10 257,72	18 069,86	6 267,95	39%	30%	36%	42%
Сентябрь	8 106,40	7 566,45	14 022,86	4 634,40	11 784,18	10 438,55	17 022,56	6 332,20	45%	38%	21%	37%
3 Квартал	7 689,30	7 979,04	13 837,77	4 512,72	10 870,48	10 323,20	17 572,20	6 191,02	41%	29%	27%	37%
Октябрь	8 428,60	6 993,80	12 997,23	4 430,78	12 370,45	9 991,66	17 441,36	6 552,54	47%	43%	34%	48%
Ноябрь	7 720,32	7 244,48	13 012,03	4 068,39	12 509,09	9 183,73	15 996,73	5 990,72	62%	27%	23%	47%
Декабрь	8 595,51	8 411,47	14 425,34	4 461,62	13 275,75	11 071,36	18 440,37	6 708,41	54%	32%	28%	50%
4 Квартал	8 278,13	7 628,01	13 552,92	4 328,62	12 758,14	10 197,82	17 473,43	6 450,02	54%	34%	29%	49%
Итого по году	8 903,44	8 354,03	13 523,89	4 796,75	10 829,19	9 393,09	16 629,46	5 887,51	22%	12%	23%	23%

В целом гостиничный рынок Москвы продемонстрировал рост к 2020 на уровне (+ 1 096,76) (23) %. Основная причина: эпидемия коронавируса в 2020 г.

1.1. Динамика показателя RevPar

В целом, за 2021 год показатель RevPar Савоя составил 8 026,13 руб., что на 3 854,17 руб. или 92% выше показателя прошлого года. Для конкурентного окружения №№ 1 и 2 этот показатель и его отклонения относительно прошлого года вышли на уровень соответственно 4 808,63 руб. (-2 728/+131,1%) и 7 743,98 (+4 396,86 /+131,3%).

Показатель RevPar Отелей группы сравнения в 2021г.



Таким образом, по итогам года, по показателю доходности Отель Савой на первой позиции. По 1-ому конкурентному набору (+3 217,49 руб. и +67%). По 2-й конкурентной группе опережение составило 282,14 руб. или +4%

Табл.3. RevPar отелей Москвы в 2021 году по сравнению с 2020 годом.

Месяц	2020				2021				% изменений			
	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели	Савой	Moscow Luxury	Central Moscow Luxury & Upper Upscale	Все отели
Январь	6 232,68	5 631,90	7 507,20	3 387,98	5 240,38	2 604,61	3 981,03	2 065,57	-16%	-54%	-47%	-39%
Февраль	5 859,49	5 718,27	7 933,48	3 873,60	5 444,40	3 010,42	5 267,95	2 527,54	-7%	-47%	-34%	-35%
Март	3 144,76	2 369,84	3 430,69	1 788,75	6 561,39	3 565,00	5 687,76	2 855,60	109%	50%	66%	60%
1 Квартал	5 149,96	4 535,17	6 235,69	2 988,22	5 758,87	3 061,67	4 969,28	2 481,42	12%	-32%	-20%	-17%
Апрель	0,00	288,69	579,13	381,71	7 935,31	4 073,55	6 589,37	3 345,33	0%	1311%	1038%	776%
Май	0,00	224,55	624,86	587,24	8 484,22	5 150,87	7 856,73	3 464,82	0%	2194%	1157%	490%
Июнь	0,00	495,70	1 339,33	824,15	8 613,37	5 532,91	9 776,18	3 889,22	0%	1016%	630%	372%
2 Квартал	0,00	335,08	849,87	598,96	8 345,84	4 921,66	8 071,39	3 565,62	0%	1369%	850%	495%
Июль	1 970,08	845,89	1 934,52	1 215,36	5 872,63	4 199,91	7 427,10	2 966,70	198%	397%	284%	144%
Август	3 831,64	1 573,61	2 823,18	1 695,72	8 770,89	5 383,04	9 716,67	3 836,09	129%	242%	244%	126%
Сентябрь	4 363,74	1 937,53	3 615,87	2 081,72	10 259,86	6 146,57	9 450,56	4 371,39	135%	217%	161%	110%
3 Квартал	3 458,80	1 447,07	2 782,22	1 660,97	8 279,84	5 233,36	8 858,41	3 719,55	139%	262%	218%	124%
Октябрь	3 274,86	1 765,89	3 173,19	1 818,57	9 737,94	6 372,14	9 928,78	4 358,21	197%	261%	213%	140%
Ноябрь	3 476,06	1 689,19	2 966,06	1 631,70	7 623,70	4 182,30	6 175,96	3 283,82	119%	148%	108%	101%
Декабрь	4 999,22	2 651,01	4 245,92	1 985,86	11 594,71	7 330,85	10 870,02	4 531,80	132%	177%	156%	128%
4 Квартал	3 921,50	2 038,92	3 467,04	1 813,98	9 674,16	5 981,11	9 022,19	4 067,17	147%	193%	160%	124%
Итого по году	4 171,96	2 080,47	3 347,62	1 782,41	8 026,13	4 808,63	7 743,98	3 467,63	92%	131%	131%	95%

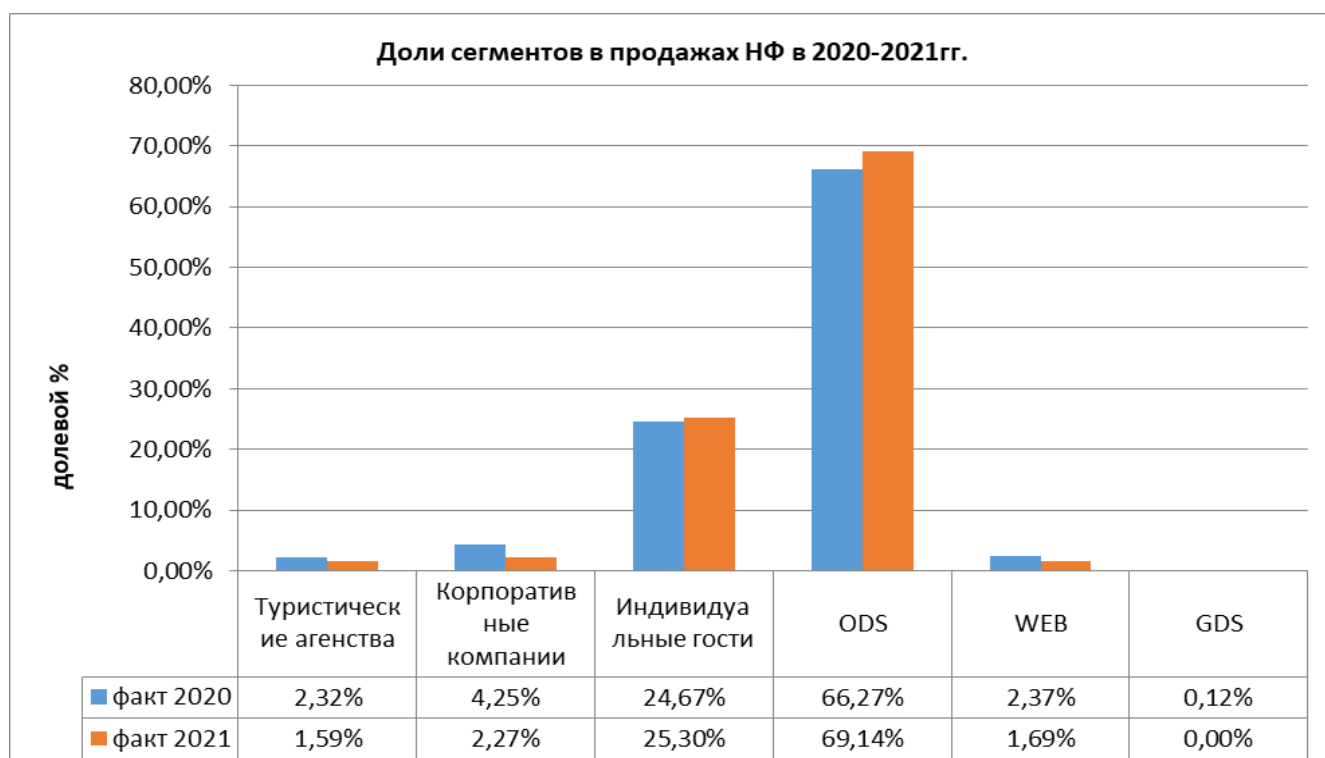
Гостиничный рынок Москвы в целом за этот же период продемонстрировал рост к 2020 году на уровне (95) %. Для отелей верхнего сегмента средний рост составил (131%).

1.2.4 Анализ продаж 2021 года в разрезе сегментов

Распределение доходов по сегментам по сравнению с 2020 годом претерпело некоторые изменения по всем сегментам рынка, в связи с оживлением в стране и мире:

По 2021 году:

- Существенно на 0,73 пункта (-31,47%) упала доля туристического сегмента при одновременном росте средней цены, которое составило +3,9% (+349 руб.);
- Одновременно наблюдалось падение доли корпоративного сегмента на 1,98 пункта (-47%) при росте средней цены на 15,7% (+1 394 руб.);
- Выросла доля сегмента индивидуальных бронирований (тел., факс) на 0,63 пункта (+2,55%) при росте средней цены на 25,6% (+2 416 руб.);
- Выросла доля бронирований через электронные каналы (Booking, HRS, Expedia) на 2,87 пункта (4,33%), при росте ADR на 20,5% (1 784 руб.);
- бронирования через Web-site снизились незначительно на 0,68 пункта (на 29%) при росте средней цены на 8,9% (+990 руб.);
- Объем через GDS в 2021 упал полностью



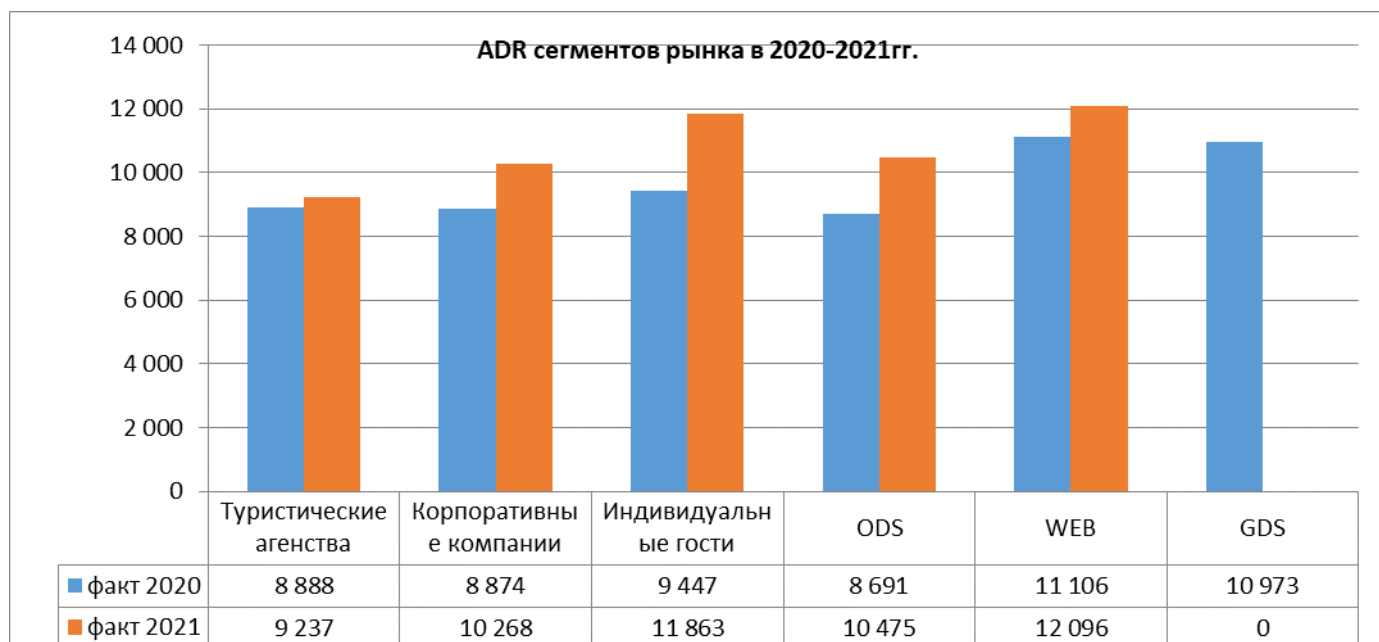


Табл. № 4 ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ-ПОСТАВЩИКИ В 2021 г.

№ п/п	Название	2021	201	№ п/п	Название	2020	2020
		н/н	Доход			н/н	Доход
1	Россия	11 428	123 756 388	1	Россия	5 399	32 002 000
2	ОАЭ	578	6 259 292	2	Франция	94	557 175
3	Белоруссия	250	2 707 306	3	Белоруссия	72	426 772
4	Казахстан	165	1 786 822	4	Великобритания	63	373 426
5	Германия	150	1 624 384	5	Германия	58	343 789
6	Катар	128	1 386 141	6	Италия	48	284 515
7	Итого:	119	1 288 678	7	Казахстан	46	272 660
8	Франция	107	1 158 727	8	Израиль	44	260 805
9	Италия	90	974 630	9	Украина	42	248 951
10	Турция	89	963 801	10	Турция	40	237 096
Всего		18 128	196 312 199	Всего		12 544	74 353 231

1.2. Оценка развития ресторанного направления АО «Инфа-Отель» в 2021 году на фоне общеотраслевых тенденций.

В Москве сегодня насчитывается более 12 100 предприятий общественного питания. Это 74 заведения на 100 000 человек. В сравнении с крупными городами других стран цифра невелика: в Париже на аналогичное количество жителей приходится 320 заведений, в Нью-Йорке – 295, в Лондоне – 289, Шанхае – 237.

Доля расходов москвичей на питание вне дома растет, но пока составляет только 6%, тогда как в крупных городах Европы и США этот показатель приближается к отметке в 30%.

Отечественный рынок общепита не насыщен: его емкость в разы превышает значения текущих оборотов.

Плотность ресторанного предложения в центре – 5,3 заведений на тысячу человек, в то время как в спальных районах – 0,79 заведений на ту же тысячу человек, т.е. в 7 раз меньше. Между ТТК и МКАД живет почти вся Москва – 10,5 млн. человек, которые испытывают нехватку качественного ресторанного предложения. В этих условиях спальные районы Москвы становятся новой востребованной нишей для рестораторов.

Главные причины, по которым жители столицы посещают заведения общепита, – чтобы «провести время с семьей и друзьями» (актуально для 45% посетителей кафе и ресторанов) и «просто поесть» (39,6%). Лишь для 25,6% москвичей кафе или ресторан – место, где они отмечают важные события.

Вместе с тем на фоне затянувшегося экономического кризиса, санкционной войны и ослабления рубля в оценке перспектив успешности функционирования предприятий общественного питания преобладают другие негативные тенденции. В последние 3 года падает уровень доходов россиян, а направление социальных процессов и депрессия в потребительских настроениях привели к тому, что все больше потребителей услуг общественного питания отдают предпочтение заведениям с дешевой азиатской кухней или фаст-фуду.

Кроме того, современный потребитель предпочитает посещать объекты общественного питания, расположенные в непосредственной близости от мест проведения своего досуга, в котором последние годы все больше преобладает посещение торговых центров или иных аналогичных им структур. Территориальная близость становится главным преимуществом. Москвичи уже не хотят тратить время на дорогу, им нужен качественный сервис в пешей доступности.

Понятно, что при таких трендах развития рынка ресторан «Савой», как представитель ниши дорогих исторических ресторанов, становится особенно уязвим и должен проявлять максимум изобретательности в борьбе за буквально каждого клиента.

1. Стратегия.

В 2021 году стратегия Службы общественного питания была направлена на:

1. прирост дохода по завтракам за счет роста загрузки отеля и повышения стоимости завтрака (при расширении ассортимента и сохранения себестоимости) с 1 800 до 2 000 рублей;
2. прирост дохода за счет работы летнего кафе по Пушкинской улице;
3. развитие банкетного направления;
4. развитие А Ля Карт в ресторане «Савой», в т.ч. за счет проведения мероприятий на постоянной основе (шоу);
5. продажа продукции на вынос (кондитерские изделия, банкетные/праздничные блюда).
6. установлен показатель FoodCost на уровне 29% за счет более рационального подхода к выбору поставщиков.

Табл. 5. Помесячные показатели выручки банкетного направления, 2020-2021 г.г., тыс. руб., без НДС.

	Мероприятия р-на Савой (питание на банкетах + прочие доходы: аренда оборудования на банкеты и обслуживание)			Мероприятия р-на Савой (питание на банкетах + прочие доходы: аренда оборудования на банкеты и обслуживание)			Динамика изменения доходов отн. 2020 г. %	Динамика изменения бюджета мероприятий, %
	2021 г.	кол-во	Среднемес. Бюджет, руб.	2020 г.	кол-во	Среднемес. Бюджет, руб.		
Январь	1 035,54	4	158 646,3	619,18	3	206 391,67	67%	33%
Февраль	1 933,5	9	165 594,4	1 279,75	6	213 291,67	51%	50%
Март	1 056,7	4	248 727,1	1 197,39	6	199 564,33	-12%	-33%
Апрель	1 423,0	8	173 225,6	0,00	0		0%	0%
Май	900,5	3	256 203,9	0,00	0		0%	0%
Июнь	1 131,4	2	316 630,8	191,67	1	191 667,00	490%	100%
Июль	900,9	6	148 895,8	576,77	2	288 383,50	56%	200%
Август	626,5	6	101 402,2	1 603,86	9	178 206,56	-61%	-33%
Сентябрь	2 186,1	8	270 045,4	1 394,02	5	278 803,60	57%	60%
Октябрь	2 124,8	8	248 160,6	563,83	3	187 944,33	277%	167%
Ноябрь	536,4	4	111 687,9	1 171,18	3	390 393,33	-54%	33%
Декабрь	5 163,8	9	569 693,1	1 229,08	6	204 846,33	320%	50%
Всего за период	19 019,3	71	267 875,21	9 826,71	50	196 534,26	94%	42%

По году указанное направление выросло на 94% от факта прошлого года в основном за счет того, что отель был закрыт во 2 кв. 2020г.+последствия пандемии в 3 и 4 кв. Количество мероприятий выросло на 42%.

Табл. 6. Помесячные показатели выручки направления конференции 2020-2021 г.г., с НДС.

Месяц квартала	Доход от конференций и групп в 2020г.			Доход от конференций и групп в 2021г.			Динамика изменения доходов отн. 2020 г. %
	Аренда + оборудование, руб.	Питание, руб.	Всего, руб.	Аренда + оборудование, руб.	Питание, руб.	Всего, руб.	
Январь	123 890	354 820	478 710	0	481 140	481 140	1%
Февраль	544 400	642 450	1 186 850	68 880	531 823	600 703	-49%
Март	287 800	584 120	871 920	552 746	74 190	626 936	-28%
I квартал	956 090	1 581 390	2 537 480	621 626	1 087 153	1 708 779	-33%
Апрель	0	0	0	568 046	44 690	612 736	0%
Май	0	0	0	766 198	158 270	924 468	0%
Июнь	0	0	0	280 490	597 810	878 300	0%
II квартал	0	0	0	1 614 734	800 770	2 415 504	0%
Июль	0	20 400	20 400	31 644	9 060	40 704	100%
Август	60 000	98 250	158 250	140 500	21 710	162 210	3%
Сентябрь	123 800	606 490	730 290	71 800	30 842	102 642	-86%
III квартал	243 800	823 390	1 067 190	243 944	61 612	305 556	-71%
Октябрь	84 388	409 540	493 928	315 500	167 380	482 880	-2%
Ноябрь	250 000	160 460	410 460	337 784	107 540	445 324	8%
Декабрь	250 000	245 860	495 860	396 700	43 920	440 620	-11%
IV квартал	834 388	976 320	1 810 708	1 049 984	318 840	1 368 824	-24%
ИТОГО	2 034 278	3 381 100	5 415 378	3 530 288	2 268 375	5 798 663	7%
			151 мероприятия			122 мероприятия	

По направлению конференции динамика практически на уровне 2020г., однако, количество мероприятий снизилось на 29 (-21,29%).

Табл. 7. Помесячные показатели выручки бара «Эрмитаж» в 2020-2021 г.г., тыс. руб., без НДС

Месяц отчетного периода	Бар «Эрмитаж»		Динамика изменения доходов отн. 2020 г.
	2020 г.	2021 г.	
Январь	763 700	610 934	-20%
Февраль	832 043	725 394	-13%
Март	390 131	756 200	94%
Апрель	0	761 623	0
Май	0	558 948	0
Июнь	0	457 899	0
июль	296 094	280 618	-5%
август	457 395	537 857	18%
сентябрь	637 138	888 618	39%
октябрь	462 497	985 348	113%
ноябрь	468 231	871 502	86%
декабрь	614 583	1 629 332	165%
Общая сумма за период	4 921 812	9 064 273	84%

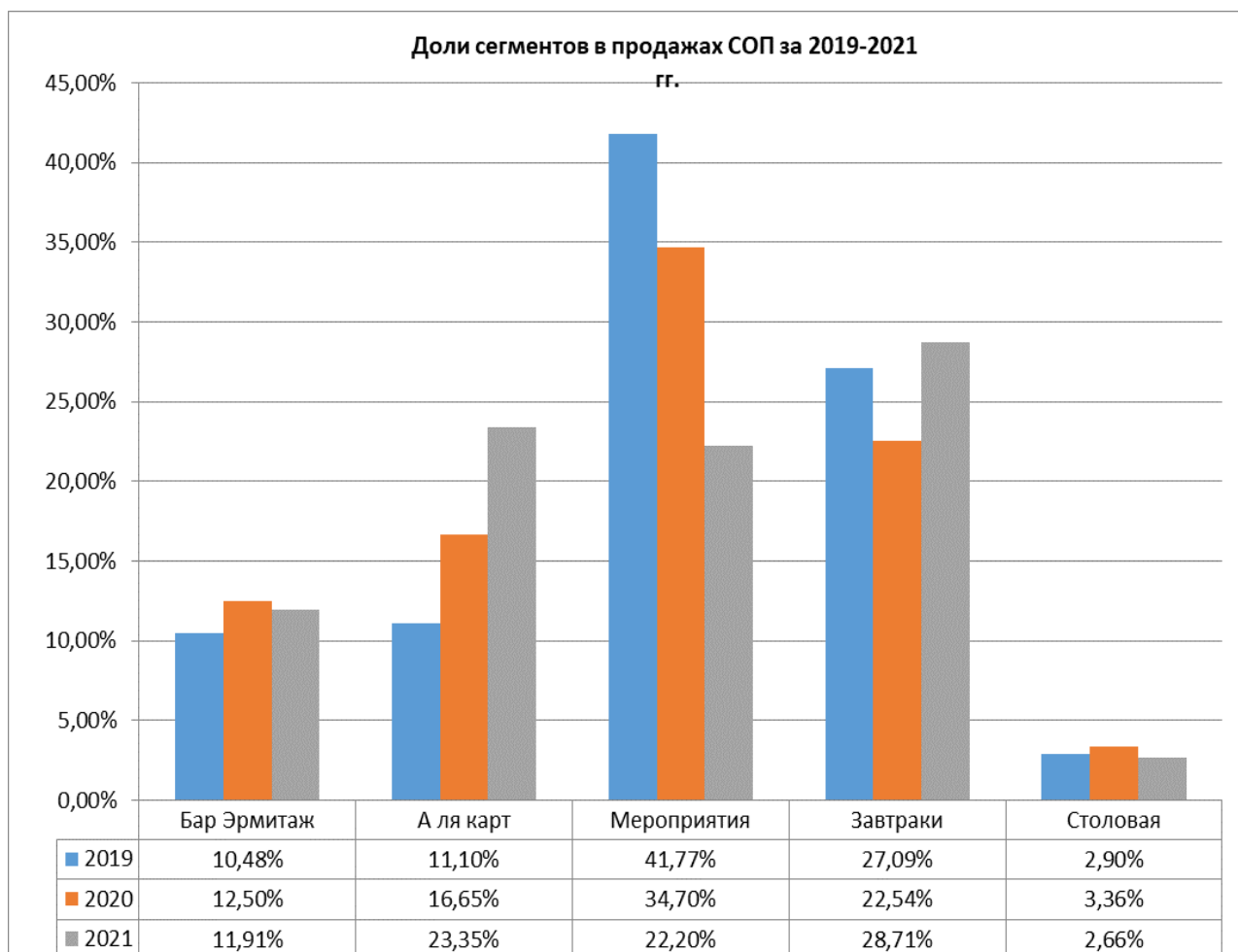
Годовой результат продаж бара «Эрмитаж» показал рост доходов на 84%

Табл. 8. Помесячные показатели выручки направления а-ля карт в 2020-2021 г.г., руб., без НДС

Месяц отчетного периода	А ля карт, вкл. Room service		Динамика изменения доходов отн. 2020 г.
	2020 г.	2021 г.	
Январь	1 534 813	1 816 415	18%
Февраль	1 523 734	1 835 447	20%
Март	857 304	2 387 803	179%
Апрель	0	1 716 429	0%
Май	0	1 872 948	0%
Июнь	0	1 717 637	0%
июль	598 429	1 512 742	153%
август	627 333	1 802 358	187%
сентябрь	1 272 819	1 714 905	35%
октябрь	1 194 526	2 289 485	92%
ноябрь	1 273 282	2 336 979	84%
декабрь	1 527 292	2 521 935	65%
Общая сумма за период	10 409 532	23 525 083	126%

Динамика этого направления в течение года показала ожидаемый прирост более, чем в два раза, так как все мероприятия были направлены именно на данный результат, но и спад эпидемии повлиял на результат.

Таким образом, по итогам года распределение доходов по сегментам продаж в ретроспективе 2019-2021 г. сложилось следующим образом:



Обращает на себя внимание рост доли доходов от завтраков и ресторана, что связано в первую очередь с изменением концепции ресторана и снижением стоимости блюд.

II. Отчет Совета Директоров АО «Инфа-Отель» о результатах развития Общества по приоритетным направлениям деятельности

В 2021 году основными направлениями деятельности АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» остаются гостиничные услуги (67,5 % от валового дохода) и реализация через сеть общественного питания (25,7 % от валового дохода). Дополнительными источниками дохода являются: направления сдачи в аренду нежилого фонда (2,8%), оказание бытовых услуг (прачечная/химчистка) – 0,47% от валового дохода).

Основные коды ОКВЭД согласно общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2): 55.10, 56.10.1, 56.30, 93.01, 93.02, 93.04, 70.2, 71.33.1.

II.1. Сравнение показателей дохода от продажи номерного фонда Отеля «Савой» за 2017-2021 гг.

Год сравнения	2017	2018	2019	2020	2021
Январь	14 897	13 137	13 026	12 946	10 902
Февраль	16 886	16 084	12 459	11 385	10 188
Март	18 400	19 735	14 634	5 689	13 635
Апрель	20 096	21 266	18 774	0	15 944
Май	18 384	22 760	19 384	0	17 600
Июнь	21 906	66 198	22 341	0	17 330
Июль	19 612	50 636	20 387	3 432	12 192
Август	19 337	22 631	21 118	7 958	18 218
Сентябрь	22 169	25 766	22 377	8 771	20 622
Октябрь	25 234	24 052	21 073	6 802	20 226
Ноябрь	20 087	19 750	15 106	6 987	15 324
Декабрь	19 856	19 456	20 033	10 383	24 080
ВСЕГО:	236 64	321 471	220 711	74 353	196 262

II.2. Сравнение основных показателей продаж номерного фонда Отеля «Савой» за 2017-2021 гг.

Месяц	Процент загрузки					Средняя цена в рублях, вкл. завтрак и НДС				
	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.	2017г.	2018г.	2019г.	2020г.	2021г.
Январь	55,37	46,03	54,79	53,44	53,44	14503	15579	11202	11663	9 822
Февраль	71,54	63,65	59,49	55,33	65,62	14120	15251	11164	10591	8 277
Март	70,97	71,79	67,26	30,04	71,45	13990	15078	10475	9117	9 188
Апрель	76,22	81,34	79,75	0	77,71	14946	14921	11712	0	10 208
Май	66,15	81,95	80,26	0	81,22	15074	15279	11628	0	10 433
Июнь	79,35	94,38	93,93	0	73,13	15358	37057	11833	0	11 017
Июль	77,52	84,50	90,27	26,58	56,67	14096	30712	10873	7412	10 358
Август	79,06	85,80	93,60	51,85	85,12	13540	14256	10863	7389	10 304
Сентябрь	76,97	88,41	88,11	53,83	87,06	16080	16186	12635	8106	11 784
Октябрь	85,36	78,5	80,84	38,85	78,72	16034	16264	12551	8429	12 370
Ноябрь	77,86	70,0	67,66	45,02	60,95	14619	15599	11107	7720	12 509
Декабрь	74,34	70,1	86,28	58,16	87,34	14563	15123	11179	8595	13 275
Среднее знач.	74,21	76,41	78,63	34,53	73,67	14765	18442	11477	8 904	10 894

III. Информация об объеме каждого из энергоресурсов, использованных в отчетном году.

Вид энергетического ресурса	Объем потребления в натуральном выражении	Единица измерения	Объем потребления, тыс. руб.
Тепловая энергия	2 292,89	Гкал	4 333,58
Электрическая энергия	1 472,92	Тыс. Квт/час	10 148,46

Иные виды энергетических ресурсов, помимо указанных в таблице, в отчетном году не использовались.

IV. Перспективы развития отрасли и АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" на 2022 год.

1. Общая часть

Кризисы в последнее время стали настоящим испытанием для гостиничного бизнеса. Однако, это состояние позволяет оставить на плаву сильных игроков. Неизменным остается одно: чтобы выжить, требуется приложить немало усилий. Правительство старается обойтись минимальными потерями, обнуля ставку НДС для отельеров и вводя программу Ростуризма – кешбек по карте «МИР» 20% для путешествий по России.

VI. Риски, которые могут существенно повлиять на снижение загрузки и/или средней цены в 2022 г.

- Серьезное сокращение туристического потока в связи с геополитической ситуации в мире, распространением коронавирусной инфекции, и закрытием мировых границ.
- Колебания курса Евро и доллара США. Гостиничный бизнес делает ставку на внутренний туризм, а с учетом колебаний курса валюты, покупательская способность снижается
- ухода с рынка таких крупных онлайн-площадок, как Expedia Travel и Booking.com, которые составляли 80% загрузки отеля «Савой»
- российские ОТА, почувствовав монополию на рынке, подняли процент комиссии от 15% до 30%, хотя в 2021 году она составляла 10%. В свою очередь, пропорционально повысить цены отельеры не могут из-за отсутствия роста доходов гостей
- В связи с реновацией отелей конкурентов, демпингом цен и значительным сокращением бронирований гостиниц, предложение превышает спрос, поэтому отели борются за одного и того же клиента.

V. Отчет о выплате объявленных (начисленных дивидендов по акциям АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

На существующем этапе развития основной деятельности дивидендная политика общества предусматривает, что вся прибыль остается в распоряжении общества в качестве нераспределенной прибыли прошлых лет/направляется на погашение убытков прошлых лет, однако в среднесрочной перспективе не исключено, что акционеры пересмотрят дивидендную политику.

По результатам предыдущего финансового года (2021) дивиденды акционерам не выплачивались.

Рекомендации по распределению прибыли (в том числе по выплате (объявлению) дивидендов) и убытков Общества по результатам 2021 финансового года

Отчет по прибыли и убыткам:

- Чистая прибыль за 2021 год составила 9 943 тыс. руб. (Девять миллионов девятьсот сорок три) тыс. рублей.

- Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

Одними из основных факторов риска, которые могут повлиять на деятельность общества, являются:

- Усугубление экономического кризиса, падение спроса, обострение конкуренции и демпинг цен отелей конкурентов;
- Ухудшение внешнеполитической обстановки;
- Отсутствие серьезной инвестиционной программы, направленной на реновацию Отеля и развитие его инфраструктуры;
- Длительная интенсивная эксплуатация номерного фонда без перерывов на реконструкцию/капитальный ремонт, моральный и физический износ оборудования, мебели и инвентаря;

- Низкобюджетный маркетинг, экономия на коммерческом бюджете, в том числе на программах продвижения и внедрения цифровых технологий.
- Активное открытие в течение последних лет и в ближайшем будущем новых современных отелей в непосредственной близости от «Савоя» с просторными номерами и самым современным техническим оснащением.
- Приход мощных международных сетей на рынок столичных гостиничных услуг, диктующих свои правила игры и устанавливающих демпинговые цены на период раскрутки отеля.
- Осознавая наличие вышеперечисленных рисков, общество предпринимает все зависящие от него усилия для минимизации потенциального влияния рисков и для снижения вероятности их реализации.

Осознавая наличие вышеперечисленных рисков, общество предпринимает все зависящие от него усилия для минимизации потенциального влияния рисков и для снижения вероятности их реализации.

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

АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» в течение отчетного 2021 года крупных сделок не совершало.

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

АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» в течение отчетного 2021 года сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, не совершало.

IX. Состав совета директоров АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

11.06.2021 г. на годовом Общем собрании акционеров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" было принято решение об избрании Совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ" в следующем составе:

ФИО	Год рождения	Образование	Доля участия в уставном капитале Общества	Доля принадлежащих обыкновенных акций Общества	Основное место работы
Гущин Юрий Николаевич	1944	Высшее	0	0	Вице-президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА»
Петров Алексей Юрьевич	1971	Высшее	0	0	Вице-президент, директор департамента ООО «Холдинговая компания «ГУТА»
Славов Валерий Анатольевич	1973	Высшее	0	0	Заместитель председателя правления по финансам ООО «Холдинговая компания ГУТА»
Харин Алексей Анатольевич	1961	Высшее	0	0	Президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА»
Петров Александр Юрьевич	1964	Высшее	0	0	Старший вице-президент ООО «Холдинговая компания «ГУТА»
Хлебников Юрий Юрьевич	1987	Высшее	0	0	Заместитель первого вице-президента ООО «Холдинговая компания «ГУТА»

Изменения в составе Совета директоров Общества в течение 2021 года:

с 01.01.2021 г. до 11.06.2021 г. вместо Хлебникова Юрия Юрьевича в состав совета директоров Общества входил

Волков Дмитрий Викторович	1967	Высшее	0	0	Председатель правления ООО «Холдинговая компания «ГУТА»
------------------------------	------	--------	---	---	---

В течение отчетного года члены Совета директоров не совершали сделки по приобретению или отчуждению акций Общества.

X. Сведения о Генеральном директоре АО "ИНФА-ОТЕЛЬ"

В соответствии с Уставом АО «ИНФА-ОТЕЛЬ», полномочия единоличного исполнительного органа осуществляет Генеральный директор, который назначается на должность решением Совета директоров Общества. Образование в Обществе коллегиального исполнительного органа Уставом АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» не предусмотрено.

С 10.06.2016 г. решением Совета директоров ОАО "ИНФА-ОТЕЛЬ» на должность Генерального директора ОАО «ИНФА-ОТЕЛЬ» был назначен Михалицын Вадим Геннадьевич.

Год рождения: 1978

Образование: высшее.

Основное место работы: - Генеральный директор АО «ИНФА-ОТЕЛЬ».

Доля участия в уставном капитале Общества- 0%.

Доля принадлежащих обыкновенных акций Общества - 0%.

Генеральный директор Общества не владеет долей в уставном капитале и обыкновенными акциями акционерного Общества. В течение отчетного года Генеральный директор не совершал сделки по приобретению или отчуждению акций Общества.

XI. Критерии определения и размер вознаграждения (компенсации расходов) Генерального директора, и каждого члена совета директоров АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" или общий размер вознаграждения (компенсации расходов) всех этих лиц, выплаченного или выплачиваемого по результатам отчетного года

В настоящее время Общество не практикует выплату вознаграждений членам Совета директоров, хотя в дальнейшем такие выплаты не исключаются.

Единственными членами органов управления общества, которые в течение 2021 года получали вознаграждения за выполнение управленческих функций, являются:

- Генеральный директор АО «Инфа-Отель» (Михалицын В.Г.)

- заместитель финансового директора АО «ИНФА-ОТЕЛЬ» (Славов В.А.)

Вознаграждение, как единоличного исполнительного органа (Генерального директора), так и заместителя финансового директора, определяется как фиксированная сумма (ежемесячный оклад) в соответствии с действующими трудовыми договорами

Информация в настоящем разделе годового отчета приведена с учетом требований соблюдения законодательства о персональных данных.

XII. Сведения о соблюдении АО "ИНФА-ОТЕЛЬ" Кодекса корпоративного управления.

Обществом официально не утвержден Кодекс корпоративного управления или иной аналогичный документ, однако Общество обеспечивает акционерам все возможности по участию в управлении Обществом и ознакомлению с информацией о деятельности Общества в соответствии с Федеральным законом "Об акционерных обществах", Федеральным законом "О рынке ценных бумаг" и нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти по рынку ценных бумаг.

Основным принципом построения Обществом взаимоотношений с акционерами и инвесторами является разумный баланс интересов Общества как хозяйствующего субъекта и как акционерного общества, заинтересованного в защите прав и законных интересов своих акционеров.

Акционеры Общества обеспечены надежными и эффективными способами учета прав собственности на акции.

Акционеры имеют право участвовать в управлении Обществом путем принятия решений по наиболее важным вопросам деятельности Общества на общем собрании акционеров.

Акционеры имеют право на регулярное и своевременное получение полной и достоверной информации об Обществе.

Акционеры не злоупотребляют предоставленными им правами.

Сложившаяся практика в Обществе обеспечивает равное отношение ко всем акционерам. Все акционеры имеют возможность получать эффективную защиту в случае нарушения их прав.

Генеральный директор Общества действует в соответствии с Уставом, в строгом соответствии с действующим законодательством РФ, в том числе и в соответствии с Федеральным законом № 208-ФЗ «Об акционерных обществах».

В Обществе осуществляется контроль за использованием конфиденциальной информацией.

Информационная политика Общества обеспечивает возможность доступа акционеров к информации об Обществе.

Акционеры имеют возможность получать полную достоверную информацию, в том числе о финансовом положении Общества, результатах его деятельности, об управлении Обществом.

Органы управления Общества содействуют заинтересованности работников Общества в эффективной работе Общества.

ХIII. Сведения об утверждении годового отчета общим собранием акционеров Общества, а также иная информация, предусмотренная Уставом или внутренним документом Общества.

Годовой отчет Общества за 2021 год предварительно утвержден «04» мая 2022 г. Советом директоров Общества (Протокол б/н от «04» мая 2022 г.), утвержден «__» __ 2022 г. Годовым общим собранием акционеров Общества (Протокол б/н от «__» __ 2022 г.).

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