

Предварительно утвержден  
Советом директоров  
АО «Торговый центр «Красноярье»  
(Протокол от 24.02.2021 № 12)

Утвержден решением годового  
общего собрания акционеров  
АО «Торговый центр «Красноярье»  
(Протокол от 24.05.2021 № 33)

## ГОДОВОЙ ОТЧЕТ АО «Торговый центр «Красноярье» за 2020 год

### 1. Сведения об Обществе

Устав АО «Торговый центр «Красноярье» зарегистрирован 08.06.2017г Межрайонной инспекцией Федеральной налоговой службой № 23 по Красноярскому краю, ГРН 2172468631377.

17 июля 2002г. в соответствии с Федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц» АО «Торговый центр «Красноярье» было внесено в Единый государственный реестр юридических лиц за основным регистрационным номером 1022401941946.

Идентификационный номер Общества 2451000180.

Уставный капитал Общества на 01.01.2020 составляет 3517315 руб., изменений уставного капитала в истекшем году не было.

Ведение реестра акционеров АО «Торговый центр «Красноярье» осуществляют АО «Независимая регистраторская компания-Р.О.С.Т.» г. Москва.

Филиалов и представительств Общество не имеет.

### 2. Сведения о положении АО «Торговый центр «Красноярье» в отрасли

Современный торговый центр сегодня является важной частью городской инфраструктуры. Стремительное развитие крупноформатных объектов торговли приводит к усилению конкуренции среди представителей этого формата. На рынке торговых объектов продолжается тенденция укрупнения проектов по размеру, по охвату многообразия целевой аудитории, по представлению крупноформатных розничных операторов, а также операторов услуг и развлечений. В городе открылись и успешно функционируют большие торгово-развлекательные центры, куда потребителям удобно ходить, совершая целый ряд разноплановых покупок, получая полный спектр услуг и развлечений. Сегодня, несмотря на открытие в Красноярске целого ряда масштабных торгово-развлекательных центров, а также последствия пандемии коронавируса, Торговый центр «Красноярье» по-прежнему занимает стабильное положение в своей отрасли, продолжая развиваться дальше. Коллективу торгового центра удалось не только сохранить профиль деятельности предприятия в сложных экономических условиях, но и освоить новые возможности для дальнейшего успешного развития. Благодаря грамотно выбранной стратегии развития предприятия Торговый центр «Красноярье» работает стабильно и рентабельно, предлагает все более комфортные условия покупок для жителей и гостей города, инвестирует средства в развитие своего предприятия.

Торговый центр «Красноярье» неоднократно награжден за достигнутые результаты в сфере торговли, за достойный вклад в развитие потребительского рынка города Красноярска, за активное участие в проведении районных и городских мероприятий, за помощь в организации работы участковой избирательной комиссии, за шефскую работу с командами

стран-участниц Международного турнира по вольной борьбе серии «Гран-при «Иван Ярыгин». Неоднократно Торговый центр «Красноярье» был удостоен призовых мест по итогам смотров-конкурсов на лучшее состояние условий и охраны труда среди организаций города Красноярска в номинации «Торговля и общественное питание». Особо отмечен вклад Торгового центра «Красноярье» в организацию и проведение универсальных городских и районных Ярмарок «Продовольственное кольцо» и «Фестиваль деревни». Торговый центр принимает активное участие в различных социальных и благотворительных программах района и города, оказывает адресную благотворительную и спонсорскую помощь детским домам и интернатам, госпиталям инвалидов, общественным и религиозным организациям, социальным центрам. Он ежегодно выступает в качестве спонсора городских и районных мероприятий по празднованию Нового Года. Торговый центр внес свой вклад и в строительство нового православного Храма Рождества Христова.

За высокие профессиональные достижения Генеральный директор АО «Торговый центр «Красноярье» Вахрушев Павел Геннадьевич награжден Золотым знаком Главы города «Лучший по профессии» в номинации «Лучший работник торговли и бытового обслуживания».

В феврале 2011 года за высокий профессионализм и большой личный вклад в развитие потребительского рынка города Красноярска Вахрушев Павел Геннадьевич награжден Почетной Грамотой Губернатора Красноярского края.

В настоящее время в стремлении повысить эффективность работы АО «Торговый центр «Красноярье» большое внимание уделяется поиску новых возможностей для дальнейшего успешного развития предприятия.

### **3. Приоритетные направления деятельности АО «Торговый центр «Красноярье»**

Основными видами деятельности Общества являются:

- сдача в наем собственного нежилого недвижимого имущества.

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

Объем реализации услуг по аренде за 2020г. составил 67 539 тыс.руб. Объем реализации прочих услуг 13 339 тыс.руб. Данные показатели ниже чем в 2019 году на 11 387 тыс.руб.

Расходы по сравнению с прошлым годом уменьшились на 17 370 тыс. руб. и в абсолютной сумме составили 48 054 тыс.руб. Большой удельный вес занимают затраты на ремонт ОС, приобретение программ ЭВМ. Все остальные затраты уменьшились, в т.ч. расходы на оплату труда, страховые взносы, коммунальные и производственные услуги.

Прибыль от продаж составила в сумме 32 824 тыс.руб., прочие доходы (штрафы, пени, доходы от реализации имущества и др.) составили 84 тыс.руб.

Прочие расходы составили 8 235 тыс.руб., в т.ч. оплата услуг кредитных организаций, финансирование охранной сигнализации, прочие внереализационные расходы.

Прочие доходы в отчетном году уменьшились на 1 718 тыс.руб., а прочие расходы увеличились на 955 тыс.руб.

Сумма уплаченных Обществом налогов и сборов в бюджеты всех уровней составила 7 257 тыс.руб., начислено 6 767 тыс.руб.

В результате чего Обществом в отчетном периоде получена прибыль 20 239 тыс.руб.

Сдано в аренду торговой площади 14591 кв.м., складской и других помещений 1817 кв.м., что соответствует уровню предыдущих трех лет.

Совет директоров осуществлял общее руководство деятельностью Общества в пределах его компетенции, определенной Федеральным законом «Об акционерных обществах», Уставом, внутренними документами.

На заседаниях Совета директоров рассматривались вопросы, отнесенные к компетенции Совета директоров, а также вопросы текущей деятельности.

В 2020 году Совет директоров решал следующие вопросы:

- утверждение кандидатур по выборам в члены Совета директоров, аудитора Общества, ревизионную комиссию;
- рекомендации общему собранию акционеров по распределению прибылей и убытков, предварительное утверждение годового отчета, подготовка и созыв годового общего собрания акционеров по итогам работы в 2020 году;
- иные вопросы в соответствии с компетенцией Совета директоров.

#### **5. Информация об объеме использования Обществом в отчетном году видов энергетических ресурсов в натуральном и денежном выражениях**

Обществом в 2020 году потреблены следующие энергетические ресурсы:

- электроэнергия (мощность) в объеме 2 447,226 МВт на сумму 13 448 380,93 руб.,
- тепловая энергия в объеме 2 528,512 Гкал на сумму 5 260 935,79 руб.

#### **6. Перспективы развития АО «Торговый центр «Красноярье»**

Потребительский рынок за последние десятилетия перешел на новый эволюционный уровень современной торговли, появились гипермаркеты и торгово-развлекательные центры, где покупатель может за оптимальное время найти все, что ему нужно, под одной крышей и по выгодным ценам. Удобство, время и выгода покупки – это тренды современного покупателя.

Рынок торговой недвижимости города Красноярска высокоразвит, все основные международные, федеральные и региональные сетевые операторы на нем уже представлены. Значительная доля рынка представлена современными профессиональными торговыми центрами, среди которых ТРЦ «Планета» (арендопригодная площадь 96000 кв.м.), ТРЦ «Июнь» (50000 кв.м.), ТРК «КомсоМОЛЛ» (45000 кв.м.), Торгово-офисный комплекс «Комсомольский» (25000 кв.м. – площадь торговой части, 5000 кв.м. – площадь офисной части). Общий объем предложения качественной торговой недвижимости составляет около 250000 кв.м. В менее современных малоформатных торговых центрах можно наблюдать отток арендаторов в более крупные объекты с грамотной концепцией и, соответственно, лучшей проходимостью. В случае появления в нашем регионе новых мощных операторов торговли произойдет распределение покупательских потоков. В итоге, это подтолкнет собственников к ужесточению конкурентной борьбы, что будет выражаться в смене концепции, проведении ремонтных работ, ротации арендаторов с целью качественного улучшения торговых объектов.

По мере развития рынка торговой недвижимости меняются стандарты проектирования, строительства и построения маркетинговой концепции, меняются требования, которые арендаторы и покупатели предъявляют к современным объектам. Для эффективной работы торгового центра уже недостаточно такого преимущества, как отличное местоположение. Покупатели становятся более искушенными и опытными и оценивают торговый центр по нескольким критериям: качество и широта ассортимента, ценовой диапазон, уровень комфортности торгового центра, дополнительный сервис. Современные розничные операторы отдают предпочтение тем объектам, сотрудничество с которыми дает возможность выйти на получение прибыли в прогнозируемый период времени.

Сегодня все участники российского рынка коммерческой недвижимости переживают последствия очередного экономического кризиса. Режим жёстких ограничительных мер в связи с пандемией коронавируса, снижение покупательской активности после снятия карантина, ослабление рубля, экономические санкции – все эти факторы по цепочке тянут за собой сокращение развития рetailерских сетей. В текущей ситуации рынок сложно назвать перспективным для большинства сегментов рetailа: на российском рынке снизились уровень потребления и покупательская способность, а многие арендаторы выбирают стратегии оптимизации имеющихся активов. Снижение потребительского спроса уже стало

причиной того, что некоторые торговые сети анонсировали закрытие магазинов и пересмотрели стратегии дальнейшего развития в России. В этой ситуации непросто сформировать качественный, эффективный пул, обеспечить синергию торговых операторов и, самое главное, не «уронить» экономику проекта. Сложная экономическая ситуация в стране может привести к трудностям с дальнейшим поиском арендаторов для торговых центров.

Рынок площадей в торговых центрах свалился в острый кризис. Смягчить падение может только выстраивание партнерских стратегий между владельцами торговых комплексов и ретейлерами.

Бизнес в кризис начал мигрировать к более лояльным арендодателям, пандемия еще раз доказала: обе стороны зависят друг от друга, и коммуникация необходима, как воздух. Кто-то из держателей торговых площадей, вынужденных терпеть убытки, пошёл по пути жёсткой работы с предпринимателями. Но, в результате выигрывают те владельцы торговых центров, кто смог найти компромиссные решения. Закон позволял предоставить отсрочку по арендным платежам, но было очевидно, что она никак не поможет бизнесу, - это лишь растягивание проблемы. Было решено снизить арендные ставки для всех контрагентов, причем существенно. Итоговая «цифра» устроила владельцев бизнеса.

В ближайшей перспективе нас может ждать сокращение количества торговых центров и увеличение доли свободных площадей. Первыми в зону риска попадают второстепенные торговые центры, в которых не представлены крупные сетевые бренды и нет продуктового ритейла, те, в которых уже до самоизоляции наблюдалось снижение трафика. Мягче ситуация складывается у топовых торговых центров – за счет стабильных сетевых арендаторов и лучших оборотов.

В торговых центрах, которые открылись после самоизоляции, уже можно прогнозировать увеличение вакантности на 20-30%. В большей степени пострадают предприниматели малого и среднего бизнеса, несетевые арендаторы. Крупные сети смогли поддержать продажи за счет развитых интернет-магазинов. Но и они, скорее всего, пойдут по пути оптимизации и закроют часть наименее рентабельных точек, о чем уже заявляют некоторые Fashion-операторы.

Даже после возобновления работы арендаторы вынуждены будут ещё пол года – год сокращать расходы, в том числе за счет уменьшения арендной ставки. Связано это главным образом со снижением покупательской способности населения, поэтому сразу вернуться к товарообороту на докризисном уровне большинству магазинов не удастся. Понимая это, собственники торговых центров вынуждены будут идти им на встречу, чтобы сохранить заполняемость торгового центра, предоставлять арендные каникулы, снижать стоимость аренды.

Кроме того, нужно признать, что карантин в целом повлиял на модель потребления – многие перестроились на онлайн – покупки, в том числе продуктов питания. По этим причинам, торговые центры потеряют значительный процент покупателей, т.к. не смогут конкурировать с онлайн – сервисами продаж ни удобством шопинга, ни широтой ассортимента, ни уровнем цен. В будущем торговые центры, которые переживут кризис, должны расширить своё ценностное предложение и дать людям то, что они не могут получить в онлайн-шопинге, -впечатления и эмоции. Это не только увеличение доли развлекательных операторов, но и более интересные концепции оформления торговых центров с расширением площади общественных пространств.

Однако, формат онлайн далеко не для всех. Как и не для всех бесконтактный шопинг, сервисы доставок. Люди хотят разглядывать, примерять, тактильно ощущать свою будущую покупку, общаться. Удаленно этого не сделать. К тому же торговые центры – особые общественные пространства, «места силы» для тех, кто любит социум, развлечения, отдых. Их мало чем можно заменить. Мы уже сейчас видим, что посетители соскучились по «отдыху под ключ», который может предложить именно торгово-развлекательный комплекс. Главное – дать развиваться самому этому формату! Еще до всего произошедшего было

понятно, что сейчас мало быть просто торговой галереей, набором на одной площадке определенной магазинной массы.

Точно стоит двигаться в русле концентрации в торговом центре как можно большего числа услуг повседневного спроса – салонов красоты, химчисток, фитнес – залов, риэлтерских фирм, представителей застройщиков, страховых компаний, туристических агентств, отделений банков и даже МФЦ. Эксперты уверены, что в ближайшие десять лет торговые центры будут по-прежнему популярны.

Арендные отношения в период пандемии попали под серьезные трансформации. Да, был большой откат назад, но ситуация нормализуется, пусть не сразу и не до абсолютного предкризисного состояния.

Эволюция российского рынка торговой недвижимости за последние годы наглядно показала, что времена меняются, конкуренция на рынке становится все более высокой, а потребители все более требовательными. Сегодня абсолютно все торговые и торгово-развлекательные комплексы в полной мере ощущают необходимость брэндинга. Это говорит о том, что рынок развивается, повышается качество и культура девелопмента. Именно поэтому, и конкурентная борьба выражается как в предоставлении более комфортных условий, так и в организации дополнительных сервисов.

Несмотря на то, что брэндинг торговых центров – услуга для российского рынка отнюдь не новая, пользоваться спросом она стала относительно недавно. Ключевым моментом в брэндинге является достижение синергетического эффекта между всеми его атрибутами. Если у торгового объекта потрясающий логотип или очень удачное имя, но плохая архитектура или неудачная планировка, неправильные арендаторы или грубый персонал – ничего не выйдет. И здесь очень важно учесть все факторы, которые влияют на успешность торгового центра. Ключевой момент в брэндинге торгового центра – это синергия всех компонентов: маркетинга, архитектуры, управления и т.д. Когда вы попадаете в торговый центр, все должно быть правильно с самого начала, с того момента, когда приезжаете на парковку. Удобство парковки, навигация в самом торговом центре, освещение, подбор арендаторов, общая атмосфера – все эти факторы, а также множество других, непрерывно работают на то, чтобы создать у покупателя плохое или хорошее мнение о торговом центре. В конечном итоге репутация зависит от каждого из них. Высший пилотаж брэндинга – сделать так, чтобы каждый контакт клиента с торговым центром во всех его проявлениях был позитивным и соответствовал бы ожиданиям.

И в этом смысле Торговому центру «Красноярье» необходимо направить усилия на решение определенных задач, таких как единое архитектурное решение здания, дальнейшее благоустройство прилегающей территории, создание ландшафта и зоны отдыха, освещения и вывесок, позволяющих создать требуемую привлекательную и безопасную среду для покупателей, удобство входа и выхода для транспортного и пешеходного потоков, достаточное количество парковочных мест и другие важные аспекты.

Сегодня существует достаточно торговых объектов со схожими концепциями, ориентированных на одну целевую аудиторию. Следующим этапом в развитии любого рынка является дифференциация продукта и более сложная сегментация целевой аудитории. Соответственно, и торговые центры – вновь строящиеся или находящиеся на стадии реконцепции – будут следовать по этому пути, чтобы быть востребованными на рынке. Конкуренция между торговыми объектами заставляет их уделять больше внимания усилию концептуализации. Сегодня рынок торговых центров переживает этап качественного развития, когда новые объекты начинают создаваться на основе формирующихся стандартов, действующие торговые центры проводят реконцепцию, качественные стратегии развития начинают превалировать над количественными. Однако, не существует «удачной формулы», надо искать свою нишу, искать и создавать интересную концепцию, искать и использовать новые коммуникации с аудиторией потенциальных потребителей.

Важно отметить, что наибольший запас прочности демонстрируют торговые комплексы, при прочих равных условиях в максимальной степени соответствующие требованиям арендаторов и интересам покупателей. Какими должны быть меры по повышению эффективности торгового объекта, зависит от совокупности всех факторов. Взвешенный профессиональный подход к анализу причин происходящих процессов, оценке имеющихся ресурсов и перспектив на фоне адекватной оценки реалий рынка позволит разработать комплекс мер по качественному изменению ситуации в Торговом центре «Красноярье».

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

1 июня 2020г. решением годового общего собрания акционеров было принято решение выплатить денежными средствами годовой дивиденд за 2019г. по привилегированным акциям в размере 50% к номинальной стоимости акций с 17.06.2020 по 30.06.2020. Дата, на которую определялись лица, имеющие право на получение дивидендов: 10 июня 2020г.

Согласно решению общего годового собрания акционеров размер дивиденда, выплаченного на одну привилегированную акцию, составляет 0,5 руб. Общее количество привилегированных акций, на которые выплачены дивиденды: 163941 руб. Всего выплачено дивидендов по привилегированным акциям: 81970,50 руб. Форма выплаты начисленных дивидендов по акциям: денежные средства. Фактическая дата выплаты дивидендов: 23 июня 2020г.

## **8. Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью АО «Торговый центр «Красноярье»**

Рыночные отношения в сфере внешних и внутренних транзакций характеризуются высокой степенью непредсказуемости и неопределенности, выраженной в неполноте и неточности информации об условиях реализации основных направлений деятельности Общества, в том числе связанных с ними затратах и результатах. Неопределенность в связи с возможностью возникновения в ходе осуществления одной из сфер деятельности предприятия характеризуется факторами риска, которые в свою очередь подлежат учету в расчетах эффективности (рентабельности) любой из сфер деятельности Общества. Основными факторами риска, связанными с деятельностью Общества, являются:

- нестабильность текущей экономической ситуации как на федеральном, так и на региональном уровнях;
- отсутствие развитой законодательной базы и действенного механизма рыночных регуляторов в сфере потребительского рынка города Красноярска;
- изменения в системе кредитования банковских структур;
- неопределенность политической ситуации в стране и в регионе, риск неблагоприятных социально-политических изменений;
- усиление конкуренции среди крупноформатных объектов торговли в результате насыщения рынка торговыми форматами и активной экспансии со стороны федеральных девелоперов;
- изменение соотношения спроса и предложения в сегменте торговой недвижимости, дифференциация спроса на основании качества торгового объекта;
- изменение уровня покупательской способности населения региона;
- колебания конъюнктуры потребительского рынка в результате смещения покупательских приоритетов и структурного изменения потребления;
- отсутствие полной и достоверной информации о финансово-хозяйственном положении предприятий в рамках транзакционных отношений.

В связи с многообразием и непредсказуемостью возникновения неблагоприятных ситуаций для деятельности предприятия руководством Общества предусмотрено создание

организационно-экономического механизма, направленного на снижение указанных рисков и уменьшение связанных с ними неблагоприятных последствий. Основные элементы механизма снижения риска включают в себя:

- особые условия, определяющие действия предприятий-партнеров в договорных отношениях (пени, штрафы, форс-мажор и т.д.);
- перераспределение государственными органами степени ответственности сторон в случае возникновения различных рисков (суды, страховые компании, антимонопольное управление и т.д.);
- привлечение внешних инвестиций (банки, промышленно-инвестиционные группы и т.д.).

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

#### **9. Перечень совершенных Обществом в отчетном году крупных сделок и сделок с заинтересованностью**

В 2020 году АО «Торговый центр «Красноярье» крупных сделок и сделок с заинтересованностью не совершало.

#### **10. Состав Совета директоров Общества**

В отчетном году был следующий состав Совета директоров:

Кравцова Елена Владимировна, 1973 года рождения, гражданка РФ, образование высшее, основное место работы АО «Торговый центр «Красноярье», акциями АО «Торговый центр «Красноярье» не владеет;

Шулякова Любовь Александровна, 1971 года рождения, гражданка РФ, образование высшее, основное место работы АО «Торговый центр «Красноярье», акциями АО «Торговый центр «Красноярье» не владеет;

Кольшева Олеся Сергеевна, 1985 года рождения, гражданка РФ, образование высшее, основное место работы ООО «ПрофМедЦентр», акциями АО «Торговый центр «Красноярье» не владеет;

Турлюк Вера Михайловна, 1988 года рождения, гражданка РФ, образование высшее, основное место работы АО «Торговый центр «Красноярье», акциями АО «Торговый центр «Красноярье» не владеет,

Бархатова Марина Ивановна, 1966 года рождения, гражданка РФ, образование высшее, основное место работы АО «Торговый центр «Красноярье», акциями АО «Торговый центр «Красноярье» не владеет.

Председатель Совета директоров: Кравцова Елена Владимировна

#### **11. Сведения о лице, занимающем должность единоличного исполнительного органа Общества**

Генеральный директор АО «Торговый центр «Красноярье» - Вахрушев Павел Геннадьевич, 1975 года рождения, образование высшее, гражданин РФ, основное место работы АО «Торговый центр «Красноярье», доля участия в уставном капитале Общества 86,26%, доля принадлежащих обыкновенных акций Общества 86,71%.

#### **12. Основные положения политики АО «Торговый центр «Красноярье» в области вознаграждения и (или) компенсации расходов членам Совета директоров Общества**

Критерии определения и размер вознаграждения членам Совета директоров определяются Положением о Совете директоров АО «Торговый центр «Красноярье»,

утвержденным решением общего собрания акционеров от 29 мая 2017г. Общая сумма вознаграждения установлена в размере 1,5% от чистой прибыли Общества.

В 2020 году выплачена общая сумма вознаграждения членам Совета директоров за 2019 год в размере 264 727,90 руб.

В 2020 году выплачена общая сумма заработной платы членам Совета директоров в размере 1 927 808,28 руб.

Расходы членам Совета директоров в 2020 году не компенсировались.

### **13. Сведения (отчет) о соблюдении Обществом принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления**

Ценные бумаги АО «Торговый центр «Красноярье» не допущены к организованным торгам, поэтому на Общество не распространяются требования о соблюдении принципов и рекомендаций Кодекса корпоративного управления.

Вместе с тем Общество соблюдаются требования законодательства, связанные с подготовкой и проведением общих собраний акционеров, подготовкой бухгалтерской отчетности, выплатой доходов по ценным бумагам и другими корпоративными процедурами в целях соблюдения прав акционеров.

### **14. Иная информация, предусмотренная Уставом Общества или иным внутренним документом Общества**

Уставом АО «Торговый центр «Красноярье», внутренними документами Общества не предусмотрена иная информация, подлежащая включению в годовой отчет.

Генеральный директор

П.Г. Вахрушев

Главный бухгалтер

М.И. Бархатова

