

УТВЕРЖДЕНО  
Решение единственного акционера от  
от 08 июня 2015 года

## **ГОДОВОЙ ОТЧЕТ**

ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО  
"ТОРГОВЫЙ ДОМ ЦУМ"

за 2014 год

Объем, структура и характер информации, содержащейся в настоящем годовом отчете, соответствует требованиям Приказа Федеральной службы по финансовым рынкам от 4 октября 2011 г. N 11-46/пз-н

Генеральный директор Т.М. Погорова

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Главный бухгалтер Н.Н. Дроздов

\_\_\_\_\_  
(подпись)

М.П.

## Содержание

ПОЛОЖЕНИЕ ОБЩЕСТВА В ОТРАСЛИ И ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА.....	3
ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	...5
ОТЧЕТ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ.....	7
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА..... .....	7
ОТЧЕТ О ВЫПЛАТЕ ОБЪЯВЛЕННЫХ ДИВИДЕНДОВ ПО АКЦИЯМ ОБЩЕСТВА.....	..10
ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА, СВЯЗАННЫХ С ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБЩЕСТВА.....	..10
ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ ОБЩЕСТВОМ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ КРУПНЫМИ СДЕЛКАМИ .....	10
ПЕРЕЧЕНЬ СОВЕРШЕННЫХ ОБЩЕСТВОМ В ОТЧЕТНОМ ГОДУ СДЕЛОК, ПРИЗНАВАЕМЫХ СДЕЛКАМИ, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ.....	10
СОСТАВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОБЩЕСТВА.....	10
СВЕДЕНИЯ О ГЕНЕРАЛЬНОМ ДИРЕКТОРЕ И ЧЛЕНАХ ПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВА...	11
ОБЩИЙ РАЗМЕР ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА, ЧЛЕНОВ ПРАВЛЕНИЯ И ЧЛЕНОВ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ОБЩЕСТВА .....	...11
СВЕДЕНИЯ О СОБЛЮДЕНИИ ОБЩЕСТВОМ КОДЕКСА КОРПОРАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	11

ОАО «Торговый дом ЦУМ»

**Открытое акционерное общество «Торговый дом ЦУМ»  
Joint stock venture «TSUM Trading House»**

**ОАО «ТД ЦУМ»  
«TSUM TH»**

Место нахождения: 103779, г. Москва, ул. Петровка, д.2

Почтовый адрес: 103779, г. Москва, ул. Петровка, д.2

Тел.: 933-73-00 Факс: 933-73-01

## **Положение Общества в отрасли и приоритетные направления деятельности Общества**

Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ» (далее также – ОАО «ТД ЦУМ», «ЦУМ», «Общество») является одним из крупнейших предприятий розничной торговли в России, ежегодно обслуживающим более 5 000 000 покупателей, которое отвечает самым взыскательным требованиям клиентов. ЦУМ — единственный в Москве, а ДЛТ – в Санкт-Петербурге, универмаг, полностью соответствующий мировым аналогам, и уже многие годы главная модная точка города. ЦУМ предлагает покупателям коллекции более полутора тысяч известных европейских и мировых брендов ювелирных украшений, часов, одежды, обуви, аксессуаров, парфюмерии и косметики.

Появление новых коллекций в ЦУМе сопровождаются громкими рекламными кампаниями, в мероприятиях ЦУМа участвуют известнейшие дизайнеры, которые лично представляют клиентам магазина свои коллекции. Помимо расширения списка брендов, открытия корнеров, организации показов и пресс-конференций, ЦУМ принимает участие в международных акциях, таких как Fashion Night Out, а также благотворительных проектах Breast Cancer Awareness Campaign. ЦУМ регулярно становится участником масштабных мероприятий не только в сфере моды и дизайна — он не раз заявлял о себе, как о современном выставочном пространстве, на территории которого проходили события, ставшие знаковыми в культурной жизни России.

Лидирующие позиции ЦУМа на рынке товаров класса «люкс» обусловлены высокопрофессиональным менеджментом, а также партнерством с ведущими представителями индустрии. На постоянной основе ведётся работа над расширением и обновлением ассортимента в соответствии с текущими модными тенденциями: в ЦУМ регулярно поступают новейшие коллекции ведущих международных брендов, проводятся консультации с авторитетнейшими участниками модной индустрии, ведётся мониторинг мировых трендов с последующей их адаптацией к реалиям российского бизнеса.

Особое внимание уделяется мониторингу рынка и проведению регулярного аналитического анализа, как одним из приоритетных стратегических направлений развития и удержания положения на рынке, что гарантирует сохранение текущего статуса и поддержание темпов экономического развития в сложных экономических условиях. Помимо этого, важным направлением операционной деятельности ЦУМа является работа с персоналом. За долгие годы существования компании в ЦУМе сформировалась особая корпоративная культура, которая в настоящий момент активно внедряется в ДЛТ. Дружественная рабочая обстановка плодотворно влияет на показатели деятельности Общества, а также заметно повышает уровень лояльности сотрудников к компании. В сумме с действующими корпоративными программами по повышению уровня квалификации сотрудников, а также с программами мотивации, сервис, предлагаемый

клиентам, получает признание как одного из самых профессиональных и качественных в стране и в мире.

## **Маркетинговая деятельность**

Маркетинговая деятельность ОАО «Торговый дом ЦУМ» осуществляется с использованием современных коммуникационных технологий и методов, направленных на продвижение торгового предприятия, поддержание имиджа и достижение поставленных коммерческих целей, как достижение определенного уровня продаж, привлечение нового трафика, увеличение лояльности имеющихся клиентов, а также осуществление комплекса проектов по исследованию рынка и укреплению позиций бренда ЦУМ в текущей конкурентной среде.

Ключевыми аспектами в данном направлении являются:

### - Узнаваемость и степень проникновения бренда ЦУМ.

Капитализация бренда ЦУМа обусловлена большой узнаваемостью, высокой степенью лояльности и доверия, что позволяет максимально эффективно расходовать средства на прямую рекламу, использовать данные преимущества при применении PR-инструментов и получать высокий уровень отклика при контактах с целевой аудиторией.

### - Конкурентное положение на рынке.

Для удержания лидирующих позиций в условиях роста конкурентной активности, а также нестабильной экономической конъюнктуры проводятся глубокие и детальные исследования рынка товаров и услуг класса люкс, что позволяет компании корректировать стратегию развития и своевременно предпринимать тактические шаги для достижения поставленных целей.

### - Ассортиментная и ценовая политика.

Выверенная ассортиментная политика учитывает модные тенденции и тренды, покрывает все группы потребительского спроса, а также обеспечивает отлаженную работу механизмов кросс-селинга. Торговый дом ЦУМ в части предлагаемых товаров и услуг является беспрецедентным образцом на российском рынке и входит в ряд лучших универсальных магазинов класса люкс в мире.

### - Детальный подход к формированию специальных предложений и рекламных кампаний.

Маркетинговая деятельность ЦУМа в плане реализации рекламных кампаний торгового дома базируется на глубинных маркетинговых исследованиях структуры потребительского спроса, а также поведенческого фактора выделенной целевой аудитории, что позволяет формировать предложения, полностью отвечающие запросам и ожиданиям потенциальных и существующих клиентов.

### - Уровень клиентской лояльности.

Коммуникация с клиентами является ключевой в информационной деятельности торгового дома. ЦУМ на постоянной основе реализует комплекс мероприятий по увеличению уровня лояльности и доверия постоянных клиентов, а также стимулированию спроса к продуктам и услугам реализуемых компанией. В число подобных активностей входят: проведение клиентских мероприятий, усовершенствование программы лояльности, предоставление возможностей по ускоренному накоплению бонусных баллов, стимулирующие акции, а также ряд специальных сервисов и услуг.

### - Развитие партнерских отношений.

Залогом успеха деятельности Общества является выстраивание партнерских отношений с проверенными временем контрагентами, профессионалами в своем деле. Среди круга компаний и лиц находятся ведущие производители товаров класса люкс, знаменитые ресторанные дома, легендарные автопроизводители, звезды первой

величины и многие-многие другие, кто по праву может считать себя мастерами своего дела и пользуется заслуженным общественным признанием.

Первые три квартала отчетного 2014 года были насыщены рядом маркетинговых мероприятий по активному развитию и укреплению позиций на рынке товаров класса «люкс», в четвертом квартале ввиду сложной общей экономической конъюнктуры была обусловлена необходимость применения ряда мер для поддержания запланированного уровня продаж и сохранения трафика в торговый дом.

В 2014 году была запущена флагманская кампания в поддержку новой ценовой политики торгового дома в отношении одного из видов товаров – «Европейские цены на сумки», которая показала большую эффективность, выраженную в значительном приросте продаж, и увеличении среднего чека в данной категории. В апреле и мае была проведена совместная акция в партнерстве с платежной системой Visa для стимулирования продаж в конце весенне-летнего сезона, привлечения новых клиентов посредством банковских каналов, а также повышения лояльности постоянных клиентов при начислении дополнительных бонусов при совершении оплаты покупок в ЦУМе премиальными картами.

С помощью сбалансированных рекламных и PR кампаний достигалось постоянное присутствие ЦУМа и ДЛТ в ключевых СМИ в течение всего года. Присутствие в информационных каналах целевой аудитории также обеспечивалось выпуском собственных изданий – ЦУМ журнал, ЦУМ Beauty и различных печатных приложений-вкладок, а также внедрением их электронных версий.

Дополнительно стимулировать спрос среди существующих и потенциальных клиентов позволила реализация различных торговых акции, таких как «Скоро в школу», сезоны зимних и летних распродаж, новогодний базар в атриуме ЦУМа, «Неделя миланских цен» и многих других. Безусловный статус главного городского универмага подчеркивается благодаря проведению собственных мероприятий и участию в партнерских проектах с ведущими участниками рынка: уже старшие традиционными презентации коллекций нового сезона весна-лето 2014 и осень-зима 2014/2015 - ЦУМ Fashion show и ДЛТ Fashion show, ежегодный шоппинг фестиваль Vogue Fashion's Night Out и InStyle Beauty Bar в сотрудничестве с одноименными журналами - лидерами федерального печатного рынка. В 2014 году в рамках проведения совместных мероприятий ЦУМ посетили мировые знаменитости, креативные директора и основатели ведущих мировых домов мод, а также хорошие друзья торгового дома, как Моника Беллуччи, Доменико Дольче и Стефано Габбана, Дин и Дэн Кейтоны, участники группы Dereche Mode, Гаспар Ульель, Шанталь Томасс и многие другие.

В 2014 году количество карт привилегированного покупателя ЦУМа достигла 200 000 штук. Для прирастающего круга клиентов, повышения их лояльности, укрепления имиджа универмага международного класса с безукоризненным сервисом в 2014 году на постоянной основе расширялся список услуг, адресованных покупателям, на данный момент им доступны такие сервисы, как персональный шопинг, залы VIP-обслуживания, индивидуальный пошив, ателье по подгонке одежды, вышивка монограмм и инициалов, доставка покупок, маникюр, ремонт обуви, бутик химчистки и подземный паркинг.

#### **Основные показатели хозяйственной деятельности ОАО «Торговый дом ЦУМ» за 2014 год**

Наименование показателя	млн. руб.
Товарооборот	12 041,4
Валовая прибыль	5 375,2
Издержки обращения	4 791,4
Прибыль от продаж	583,8
Сальдо прочих доходов и расходов	- 271,9
Балансовая прибыль	311,9
Чистая прибыль (после налогообложения)	243,1

Прошедший год не был позитивным для российской экономики в целом, и на деятельность ОАО «ТД «ЦУМ» также оказывали влияние общие тенденции к замедлению экономики и росту нестабильности. Прежде всего, тренд к росту и значительные колебания валютных курсов (рубль ослаб в среднегодовом исчислении примерно на 20%, по сравнению с 2013-м годом) снижали покупательскую активность. А в декабре месяце резкий обвал рубля не позволил Компании получить выручку и прибыль, характерную для пикового предновогоднего периода.

Тем не менее, за прошедший год заметно улучшился ряд финансово-экономических показателей. И если торговый товарооборот по отчетности снизился, то все показатели прибыли (валовая прибыль, прибыль от продаж, чистая прибыль) показали уверенный рост.

Рублевый товарооборот по итогам 2014 года составил 12 041.4 млн. руб. Это меньше, чем было в 2013-м году (15 839.4 млн. руб.). Но такое снижение является лишь результатом изменения структуры продаж. В 2014-м году Компания значительно увеличила долю товаров, которые реализовывались по схеме комиссии. И в этом случае, в выручку включается только размер комиссионного вознаграждения. В натуральном же выражении, продажи в 2014-м году были выше, чем в 2013-м году.

Валовая прибыль за 2014-й год составила 5 375.2 млн. руб., увеличившись по отношению к предыдущему году на 1 205.3 млн. руб. (+28.9%). Это самый большой прирост по этому показателю за последние 5 лет.

Товарооборот в долларовом эквиваленте составил 313.6 млн.долларов США, тогда как годом ранее этот показатель был 497.5 млн.долларов США. А валовая прибыль за 2014-й год составила 140 млн.долларов США, против 131 млн.долларов США по результатам 2013-го года. Более низкий, чем по рублям, прирост валовой прибыли в долларовом эквиваленте (+6.9%) обусловлен ростом курса доллара в течении 2014-го года.

Росту валовой прибыли способствовали следующие факторы:

- рост продаж в натуральном выражении;
- оптимизация товарного ассортимента;
- работа с поставщиками по скидкам и условиям поставок;
- проводимая диверсификация ценовой политики;
- гибкое управление скидками;
- мотивирование клиентов различными акциями;
- стимулирование продаж предложениями в рамках программы лояльности;
- развитие новых перспективных каналов продаж;

- развитие торговли на новых площадках;
- привлечение новых арендаторов

Динамику изменения показателей товарооборота и валовой прибыли за последние семь лет можно проследить по следующему графику:

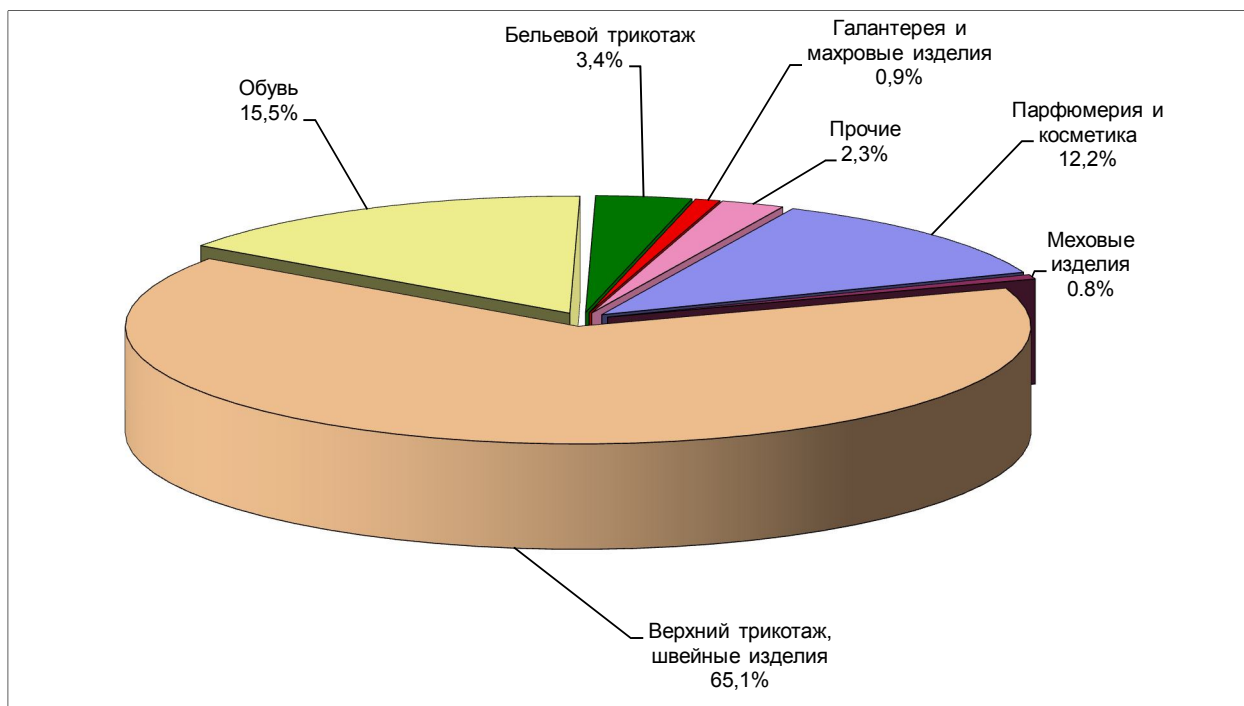


Издержки обращения Компании в отчетном 2014-м году составили 4 791.4 млн.руб. Они выросли по сравнению с предыдущим годом на 24.9%. Однако, этот показатель ниже, чем прирост валовой прибыли. То есть, издержки обращения не росли опережающими темпами, по сравнению с показателями продаж. За счет этого, наблюдается прогрессивная динамика по показателям прибыли от продаж и по чистой прибыли.

Рост расходов в 2014-м году практически не отличается от аналогичных приростов за прошлые годы. Ежегодное увеличение расходов объясняется стандартными факторами: подрядчики и поставщики материалов и услуг пересчитывают свои цены с учетом инфляции и валютных курсов, также повышаются устанавливаемые государственными структурами арендные ставки и тарифы коммунальных и эксплуатационные услуг.

Конечным итогом деятельности Компании в 2014-м году явился основной финансовый результат – чистая прибыль в размере 243,1 млн. руб. По сравнению с результатом предыдущего года (84,5 млн. руб), чистая прибыль увеличилась на 187.7%.

#### **Удельный вес товарных групп в реализации за 2014 год**



Структура товарооборота в разрезе товарных групп приведена на диаграмме. Основной удельный вес занимают швейные изделия, обувь и парфюмерно-косметические товары. Ассортимент и модельный ряд товара постоянно изменяется и оптимизируется с учетом спроса со стороны потребителей. Компания постоянно отслеживает тенденции мировой моды, осуществляя контакт с мировыми производителями, чтобы оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры.

В течении 2014-го года активно развивались новые каналы продаж. С целью сокращения малоликвидных товарных запасов старых сезонов и возвращения в оборот Компании денежных средств от их реализации, была организована торговля по схеме аутлетов. Торговля со значительным дисконтом ведется с середины 2014-го года на трех площадках (в крупных торговых центрах Москвы).

В отчетном году большие усилия были предприняты для развития сегмента интернет-продаж. Проведена большая работа над развитием сайта интернет-магазина ЦУМ, очень существенно увеличено его наполнение. Активно работает организованная фотостудия, обеспечивая съемку и присутствие в каталоге интернет-магазина большей части артикулов товара, представленного в магазине ЦУМ. Благодаря сделанным доработкам, существенно увеличено удобство пользования сайтом, ведется активная работа по его продвижению в сети, программа лояльности для клиентов теперь действует и при онлайн-покупках. Организована собственная служба доставки, а также заключены договора со сторонними операторами доставки - известными и надежными компаниями.

Продолжал развиваться в 2014-м году магазин ДЛТ в Санкт-Петербурге, который был открыт в конце 2012-го года. В отчетном году была завершена реконструкция 4-го этажа, открыты новые секции, увеличены торговые площади магазина. В результате, товарооборот ДЛТ вырос вдвое по сравнению с 2013-м годом.

В целом, 2014-й год, несмотря на непростую экономическую ситуацию в стране, был достаточно успешным для ОАО «ТД ЦУМ». Это дает основания рассчитывать, что и в кризисных условиях бизнес Компании будет устойчивым и стабильным.

## Отчет Совета директоров



Решением единственного акционера от 27 марта 2014 года, полномочия членов Совета директоров были прекращены досрочно, а функции преданы Общему собранию акционеров.

За период работы Совет директоров Общества были проанализированы итоги 2013 года и были даны рекомендации по диверсификации и оптимизации бизнес-процессов Общества.

### **Информация об объеме использованных Обществом видов энергетических ресурсов**

№ п/п	Наименование	В натуральном выражении	В денежном выражении (рубли)
1.	Бензин	35 904,83 литров	1 074 425,74
2.	Дизельное топливо	7 566,87 литров	220 224,6
3.	Электроэнергия	23 184,0 тыс.квт. час	87 469 760,75
4.	Тепловая энергия	9252,5 Гкал	12 953 968,04

### **Перспективы развития ОАО «ТД ЦУМ»**

Важнейшей стратегической целью развития ЦУМа являются стабилизация успешных показателей деятельности и определение новых линий деятельности по занятию лидирующих позиций Компании на рынке товаров класса «люкс». Для чего планируется:

- **Продолжение ведения активной рекламной деятельности**

- анализ предпочтений целевой аудитории ;
- проведение собственных исследований и опросов;
- организация эксклюзивных мероприятий для продвижения бренда ЦУМ.
- развитие программы лояльности;

- **Активное развитие ОАО «Торговый дом ЦУМ» в Интернет-пространстве.**

- расширение ассортимента товаров интернет-магазина ЦУМа;
- увеличение активности в сети Интернет на различных ресурсах.

- **Оптимизация планировок торговых залов и открытие новых площадей**

- анализ движения потоков покупателей с учетом удобства для осмотра и приобретения товаров.
- реализация плановых замен торгового оборудования в отдельных секциях.
- открытие новых торговых зон для нового ассортимента товаров.

- **Ассортиментная политика ОАО «Торговый дом ЦУМ»**

- перманентный мониторинг целевой аудитории, с учетом различных видов

коэффициентов с целью уточнения предпочтений определенных ее групп.

- формирование товарных групп по принципу эксклюзивности их представления в ЦУМе.
- расширение ассортимента товаров, в том числе и за счет представления товаров новых торговых марок класса «люкс».

▪ **Развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами**

- мероприятия по улучшению обслуживания клиентов;
- формирование новых видов обслуживания клиентов;
- постоянный контроль за качеством оказания услуг и обслуживания покупателей в ЦУМе.

**Отчет о выплате объявленных дивидендов по акциям Общества**

В отчетном году выплаты дивидендов по акциям Общества не осуществлялось.

**Описание основных факторов риска, связанных с деятельностью Общества**

Основными рисками, которые оказывают влияние на финансово-экономические результаты деятельности ОАО «Торговый дом ЦУМ», являются риски социально-экономического характера. К их числу можно отнести:

- кризисные явления на европейском и мировом рынке;
- риски сокращения доходов целевой покупательской аудитории;
- риски нестабильности национальной валюты;
- риски изменения таможенного регулирования.

**Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых крупными сделками**

Подобных сделок в 2014-м году не было.

**Перечень совершенных обществом в отчетном году сделок, признаваемых сделками, в совершении которых имеется заинтересованность**

Подобных сделок в 2014-м году не было.

## **Состав Совета директоров Общества**

1. **Вербер Алла Константиновна**; год рождения 1958; должности за последний год - директор департамента закупок ОАО «ТД ЦУМ»; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
2. **Иванова Елена Викторовна**, год рождения 1968, должность за последний год - Заместитель Генерального директора ООО «Меркури Элит»; сфера деятельности – инвестиции; должность – Заместитель Генерального директора; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
3. **Игнатова Наталья Евгеньевна**, год рождения 1968, должности за последний год - Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ», должность – директор департамента ювелирных изделий; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
4. **Катлицкий Юрий Александрович**, год рождения 1961, должности за последний год - Председатель Совета директоров; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
5. **Лившиц Маргарита Ефимовна**, год рождения 1969, должность за последний год – руководитель направления ООО «ЮНИКОН»; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
6. **Погромова Тамара Максимовна**, год рождения 1947, должность за последний год - - Генеральный директор Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ», доля в уставном капитале Общества – не имеет.
7. **Харламов Лев Борисович**, год рождения 1958, должность за последний год - главный закупщик отдела мужской одежды Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ», ; доля в уставном капитале Общества – не имеет.
8. **Ячник Олег Евгеньевич**, год рождения 1951, должности за последний год - доля в уставном капитале Общества – не имеет.
9. **Питер Партма** – должность за последний год – член Совета Директоров Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ, доля в Уставном капитале Общества – не имеет

## **Сведения о Генеральном директоре и членах Правления Общества**

*Погромова Тамара Максимовна*, год рождения 1947, должности за последние 5 лет: период с 2005 – настоящее время - Открытое акционерное общество «Торговый дом ЦУМ», сфера деятельности – розничная торговля, должность – Генеральный директор; доля в уставном капитале Общества – не имеет.

*Дроздов Николай Николаевич*, год рождения 1957, должности за последние 5 лет: – период с 2005 – настоящее время – Открытое акционерное общество «Торговый дом ЦУМ», сфера деятельности – розничная торговля, должность – Главный бухгалтер; доля в уставном капитале Общества – не имеет.

*Христиченко Алексей Борисович*, год рождения 1973, должности за последние 5 лет: конец 2005 – 2006г. — Открытое акционерное общество «Торговый Дом ЦУМ», сфера деятельности – розничная торговля, должность – Директор по бюджетированию; 2006г. – настоящее время - Открытое акционерное общество «Торговый дом ЦУМ», сфера

ОАО «Торговый дом ЦУМ»

деятельности – розничная торговля, должность – Финансовый директор, доля в уставном капитале Общества – не имеет.

### **Общий размер вознаграждения генерального директора, членов правления и членов совета директоров Общества**

Общий размер вознаграждения генерального директора, членов правления и членов совета директоров Общества, выплаченный или выплачиваемый по результатам отчетного года составил 14'236'697 рублей. Данная сумма представляет заработную плату генерального директора, членов правления и членов совета директоров, полученную в ОАО «ТД ЦУМ». Дополнительных выплат генеральному директору, членам правления и членам совета директоров не производились.

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

Общество не принимало решений о приведении своей деятельности в соответствие с Кодексом корпоративного поведения и обеспечению соблюдения его норм.