

Годишен отчет за 2009 год.

на ФОРМОПЛАСТ АД,

гр. Кърджали

Дата: 12/02/2009 г.

гр. Кърджали

I. ОПИСАНИЕ НА ТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ ЗА ПОСЛЕДНИТЕ ДВЕ ГОДИНИ, ПРЕДХОЖДАЩИ ГОДИНАТА НА ИЗДАВАНЕ НА ОТЧЕТА

1. Обща информация и исторически преглед

"ФОРМОПЛАСТ" АД е целево проектиран, оборудван и изграден за производство на инструментална екипировка за шприцоване и екструдиране на пластмасови изделия, за метални форми и кокили за отливки от черни и цветни метали, за шанци и шампи за пластична обработка на метални изделия, и др. подобни, както и за производство на нестандартно оборудване за химическата промишленост и изделия от пластмаса.

Производството на "ФОРМОПЛАСТ" АД се свежда до следните 2 групи изделия:

- Инструментална екипировка (шприц форми, шанци, шампи, и др. подобни);
- Пластмасови изделия - каси, касети, изделия за бита и индустриални пластмасови елементи.

2. Информация за приходите, разпределени по отделните категории дейности, вътрешни и външни пазари. Информация за източниците за снабдяване с материали необходими за производството.

Обем, структура и динамика на продажбите за периода 2007-2009 година, маркетингов анализ на дружеството.

2.1. Фактори на външната среда

Макросреда

а/ икономически условия

Динамиката на икономическото състояние на страната след приемането ѝ като член в ЕС без съмнение се отразява върху дейността и развитието на "Формопласт" АД. Стабилизиранието на макроикономическите показатели и повишаването на доверието на международните институции към Република България са важна предпоставка за създаване на благоприятен климат за извършване на инвестиции в посока подмяна на остаряло оборудване, сключване на дългосрочни търговски договори и такива за съвместна дейност.

До 2007 година европейските фирми бяха насочени към пазарите на източна Европа като по-конкурентни от китайските, тъй като големите разстояния и трудната комуникация създават предпоставки за забавни и трудни бизнес отношения.

През 2008 година се наблюдава намаление на инвестициите в матрици на европейския пазар, клиентите показват неплатежоспособност и застой по отношение на инвестициите.

Големи фирми в бранша от Португалия, Италия и Германия отбелязват намаляване на пазарните нисши.

Тази икономическа ситуация безспорно се отрази и на производителите в България като навлизане на чуждестранни инвестиции. Много са инвеститорите, които търсят по-ниски цени, но и високо качество в страните от Източна Европа.

В 2008 година започна световна икономическа криза, като последствия са рязко свиване на много пазарни ниши, интензивно текучество на трудовите пазари, намалени възможности за активна финансова политика.

Световната търговска организация (СТО) обявява, че световната търговия се е свила с цели 12% през 2009 г. Тежката промишленост, фондовите борси, банките търпят най-силно ударите на рецесията. Безработицата бележи растеж във всяка сфера от икономиките на страните. В страната регистрираните безработни през четвърто тримесечие са 272,8 хил. Това влияе негативно върху предприемачеството, плановата производителност, лоялната конкуренция и благоприятства спекулации на пазарите.

б/ социални и демографски условия

В град Кърджали безработицата през 2009 год. е над средната в страната. А работната сила в предприятието следва да притежава специфични за това производство опит и квалификация. За съжаление много от добрите специалисти търсят реализация извън страната. В региона се наблюдава етническо разделение на българи и турци.

в/ технологични фактори

Предприятието разполага с машини от ГДР. Поради преустановяване на работа на много от заводите в бившата Източна Германия и разпадане на връзките,

доставката на резервните части за машините в голямата си част са проблематични. Алтернатива на това оборудване в България съществува, дотолкова, доколкото съществуващите машини могат да бъдат дооборудвани с CNC управление. Което позволява производството на много по-качествени изделия и намалява значително времето за обработка и производство. Този вид технологии търпят много бързи темпове на развитие, за да бъде постигнато добро качество с ниски цени - продукцията конкурентна на пазара е необходимо всяка година инвестиране в поне една нова металообработваща машина.

г/ инфраструктура

Фирмата разполага с добра инфраструктура. Пътната мрежа, която е основен фактор при дистрибуцията, е добра.

Микросреда

а/ Пазари и пазарни дялове

"ФОРМОПЛАСТ" АД оперира на два основни пазара - за пластмаси и за матрици.

Вътрешни пазари

На вътрешния пазар основно се пласират пластмасовите изделия. Обемите продажби за последните 3 години са както следва:

Таблица 3 Продажби - вътрешен пазар

	Матрици		Пластмасови изделия	
	Лева	EUR	Лева	EUR
2007	329 741	168 594	959 413	490 540
2008	578 562	295 814	1 046 227	534 927
2009	332 003	169 750	1 266 727	647 667

Реализацията на матрици през 2007 г. е сходна с тази през 2009 г. и се дължи главно на запазване на старите клиенти с приемане поръчки за частични ремонти на готови матрици и обработка на детайли. Част от продукцията не е предадена на клиентите и не е отчетена като реализация, освен това има насищане на пазара и сериозната конкуренция от фирми с нелегално производство. През 2008 г. по-високият ръст на продажби от матрици е резултат от привличането на нови клиенти дори сред конкуренцията за участие в изпълнение на общи поръчки за износ.

Фирмата произвежда и матрици за собственото си производство на пластмасови изделия. Вследствие направените инвестиции в матрици се наблюдава растящо увеличение на приходите от продажби на пластмасови изделия през 2008 г. и 2009 г. в сравнение с 2007 г. Това се дължи и на успешни договори за серийно производство на продукцията, изискваща окомплектовка на изделието. Пример за това е производството на хемодиализатори в четири размера със съответстващите към тях капачки и кръстачки. За 2009 г. нарастващият темп е запазен, подписани са договори за серийно производство с няколко фирми, което е основание за увеличение на приходите в бъдеще.



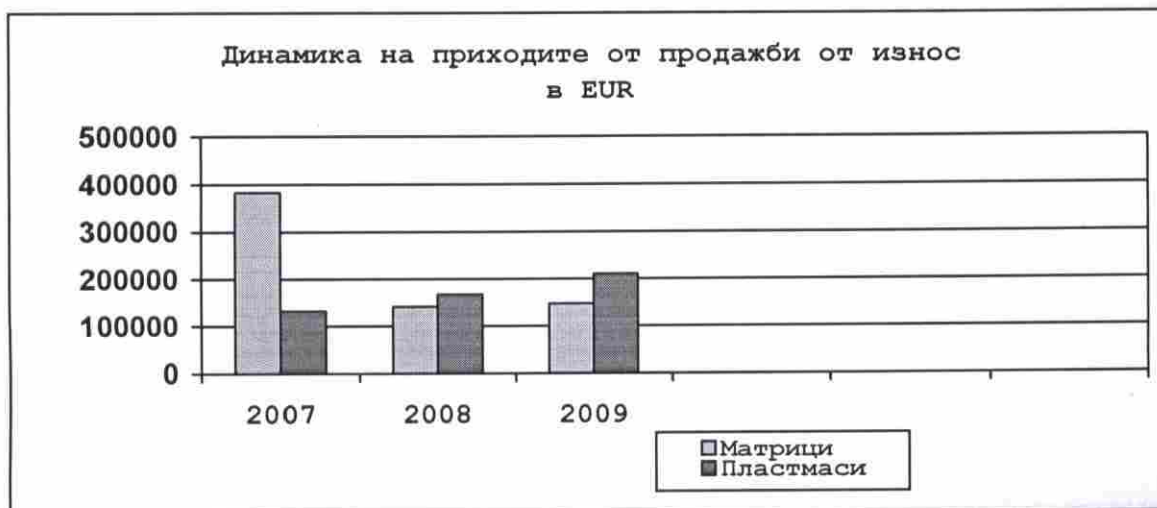
Външни пазари

На външните пазари до 2007 г. предприятието реализира основно инструментална екипировка. Износът на пластмасови изделия е обременен с високите транспортни разходи. Въпреки това през 2007 г. има износ за Чехия на колички за каси, а от тогава и за Англия на пластмасови скари за пилета. Това са продукти, които клиента бързо употребява в дейността си и изисква поточност на заявките му към нас, което е обещаващо за по-продължително ползване на клиентската матрица. През 2008 г. и 2009 г. основно се изнасят пластмаси за Англия, а тя е от страните, които сериозно усещат последиците от кризата. Въпреки това се вижда превеса на износа на пластмаси пред този на матрици. Прихода за текущата година е увеличен и се очаква, след множеството световни мерки срещу рецесията горепосочените проблеми да отпаднат.

Последиците от слабата световна икономика личат и в спада на продажбите на матрици на външния пазар от 2007 г. до сега. Продажбите за последните 3 години са:

Таблица 4 Продажби на матрици - външен пазар

	Матрици		Пластмаси	
	лв	EUR	лв	EUR
2007	749 228	383 074	257 994	131 910
2008	276 729	141 489	328 151	167 781
2009	288 874	147 699	411 168	210 227



На Европейският пазар в момента се наблюдава спад на търсенето. Имайки предвид близките разстояния с Европейските държави и все още формиране на средни разходи при производство се опитваме да се задържим на този пазар. За съжаление маржа на печалбата е свит максимално, което пък нарушава инвестиционната ни програма за развитие.

б/ клиенти

▪ инструментална екипировка

Чуждите клиенти на фирмата през последната година са постоянни имаме и няколко нови клиенти от Русия, Германия, Гърция, Румъния. За последните три години общият им брой е 3 (2007 г.), 5 (2008 г.) и 8 (2009 г.).

Основните български клиенти за 2009 г. са "Етропал" АД - Етрополе, "ОМК" АД, "Данон Сердика" АД, "ЗКИ Волта" ООД, "С и С ВГ" ООД и др.

Редовните клиенти реагират при увеличаване на цената, затова при подписване на дългосрочни договори фирмата може да се окаже в неизгодна позиция. Високи цени се договарят с Англия, а ниски с Гърция, Либия, Румъния. Средни цени се дават за пазарите в Чехия, Италия, Хърватска.

▪ пластмаси

Наблюдава се сезонност в търсенето на пластмаси. Например саксии се търсят в периода март-септември, транспортните каси също имат своята сезонност, в зависимост от предназначението им.

Големи колебания се наблюдаваха през цялата 2008 г. при цената на петрола и съответно на петролните продукти, каквито са, някои пластмасови материали. Това е причина за нерегулярно ценообразуване, спрямо суровината и явна нужда от планово снабдяване. През 2009 г. се избягва презапасаване с материал, поради невъзможност да бъде планирано потреблението, с изключение изпълненията на договорени поръчки.

в/ конкуренти

В областта на пластмасите има много силна конкуренция, включително и нелоялна от страна на турски и китайски фирми, които често внасят стоки без да заплащат мита и ДДС. Основни конкуренти са български частни фирми с нелегално производство (стационарирано в гаражи и постройки извън населени места) без външен достъп за осъществяване на контрол, със занижени санитарни и хигиенни норми, с лоши условия за труд, неотговарящи на изискванията за поддръжка на производствени помещения, но и с минимални разходи за производство.

Матрици - пазар в чужбина; в България заявите матрици са основно фирмите с чуждестранно участие.

Конкурентни предимства

Конкурентните предимства на Формопласт са:

- сравнително ниска цена
- пълна комплектация (от идеята до крайния продукт)
- кратък срок за изпълнение

Предимства на конкурентите

- форми на плащане (напр. разсрочено)
- предлагат матрици на лизинг
- предлагат матрици втора употреба

Пласментна и комуникационна политика

Фирмата реализира продуктите си на външния пазар посредством:

- 1) представителства (не са лични), които получават % от реално договорената цена; Гърция от 10 години, Италия - 6 години.
- 2) директно - посредством установени контакти (Холандия, Англия, Полша)
- 3) панаири - пласментната политика на фирмата включва и участието на специализирани панаири.

По отношение на комуникациите, "Формопласт" АД залага на формални и неформални връзки.

г/ доставчици

- за матрици и друга инструментална екипировка

Стомана се внася главно от Италия.

Използва се и малко българска стомана - Вохимекс- Пловдив

- за пластмаси

Използва се руски полиетилен - Казански, Белгийски; дистрибутор е фирма "Каскада" гр Пловдив.

Полипропилен се доставят от "Лукойл", чрез дистрибутори, а Поликарбонат от General Electric. Цените са над средните световни цени, с изключение на цените на поликарбоната.

- резервни части

Резервните части се доставят от български фирми. Снабдяването е трудно. Някои резервни части се правят в завода.

2.2. Фактори на вътрешната среда

а) основни характеристики по продукти

Дейността е подразделена в два самостоятелни продуктови микса

1) Поръчково производство на матрици - като отличително качество се цитира строгата индивидуалност на всяка матрица

Първия продукт микс разполага с две измерения:

- габарит на матрицата -

голямо габаритна,
средно-габаритна,
малко-габаритна

- сложност на матрицата -

ниско сложни матрици, поради наличността на принципни конструкции
високо сложни, при наличие на нови качества за конструирането на дадена матрица.

Мото на този продукт микс е "От идеята до финалния продукт". Тази практика се прилага в редки случаи, но е скрит потенциал за разработка на модел - Функция на разгръщане на качеството (QFD - Quality Functional Deployment)

2) Производство на пластмасови изделия

Този продукт микс съществува при следните модуляции:

- пластмасовите изделия се произвеждат със собствени матрици и са обект на собствен търговски подход
- пластмасовите изделия се произвеждат от оставени на съхранение чужди матрици, произведени от „Формопласт“ АД
- пластмасовите изделия са произвеждат от собствени матрици, но материала се получава от конкретен търговски посредник (дистрибутор) - т.н производство на ишлеме

Всичките пластмасови изделия произвеждани могат да се поделят в следните категории:

- Пластмасови продукти за бита
- Пластмасови продукти - амбалаж (транспортни каси)
- Пластмасови продукти - технически
- Пластмасови продукти - медицински

б) диференциални предимства на основните продукти

1) Поръчково производство на матрици

Възможността за производство на голямо габаритни матрици е диференцирано като конкурентно качество за предприятието като цяло, тъй като повечето вътрешни конкуренти не разполагат с тези производствени мощности.

За 2007 г. има относително равен дял между големи, средни и малки матрици. А в 2008 г. и 2009 г. преобладават поръчките на средни и малки матрици. Това е следствие на все по-зачестилите комплексни поръчки, съответстващи на продукти с няколко съставни детайла, всеки с различен калибър.

Съществува възможност за увеличаване, но се използва скромно, възможността от генериране на собствени пластмасови изделия, чиито матрици да бъдат произведени. Произведените матрици за собствено пластмасово производство са или сорусатс продукти или матрици без преценена пазарна възвръщаемост на вложените в тях пари. Основно правило е интуицията и опита от сполучливи пазарни конюнktури.

2) Производство на пластмасови изделия.

В този продуктов микс съществува една производна конкурентно способност от първото производство – транспортни каси (амбалаж). За съжаление за сектора Селско стопанство у нас нищо не се прави по отношение на преференции за развитие. Усвояването на европейски средства по проекти е мудро, а самите трансше не могат да се предвидят и не са обвързани с производството. Повечето производители прибягват до кредитиране, защото в селското стопанство средствата следва да са целево обвързани със сезонността му. Ако се дава селскостопанска продукция, каквато преди 15 – 20 години, това ще доведе до развитие и на много други отрасли в промишлеността /един от тях производство на опаковки /.

През 2009 г. дружеството обслужва нуждите на млечната промишленост от транспортни каси като сключва договори с две от най-утвърдените фирми производители.

Дългосрочен договор има и за производство на медицински изделия, за целта се правят инвестиции в производството на пластмаси.

От изложеното до този момент можем да заключим, че производството на инструментална екипировка и пластмасови изделия е ефективно. От друга страна е необходимо да се работи върху намаляване на разходите, повишаване на качеството и оптимизиране цикъла на производство.

3. Информация за сключени големи сделки и такива от съществено значение за дейността на емитента.

Емитента няма такива сделки за 2009 г.

4. Информация относно сделките, сключени между емитента и свързани лица, през отчетния период, предложения за сключване на такива сделки, както и сделки, които са извън обичайната му дейност или съществено се отклоняват от пазарните условия

През 2009 г. производството на медицински изделия от пластмаса за свързаното лице „Етропал“ АД – гр. Етрополе реализира приходи от продажби на пластмаси в размер на 311 988 лв., а от продажби на матрици 24 396 лв. През 2007 г. това са били 61% от приходите от продажби на пластмаси на вътрешния пазар, за 2008 г. са едва 21%, а през 2009 г. са цели 94% от реализираните на българския пазар пластмаси.

Дружеството има закупени през 2007 г. 100,000 (сто хиляди) акции от капитала на „Етропал“ АД, от свързаното лице „Еврохолд България“, чрез инвестиционен посредник „Евро-финанс“ АД. Закупените от „Формопласт“ АД акции са 2% от капитала на „Етропал“ АД. След извършени сделки с тях в края на същата година броят им е сведен до 32815. През 2008 г. са начислени и получени дивиденди на стойност 6969,72 лв. В 2009 г. няма начислявани дивиденди.

4. Информация за събития и показатели с необичаен за емитента характер, имащи съществено влияние върху дейността му и реализираните приходи и извънредни разходи.

Няма такива.

6. Информация за сделки, водени извънбалансово – характер и бизнес цел, посочване финансовото въздействие на сделките върху дейността, ако рискът и ползите от тези сделки са съществени за емитента.

Няма извънбалансово водени сделки за 2009 г.

7. Дялови участия на емитента, за основните му инвестиции в страната и в чужбина (в ценни книжа, финансови инструменти, нематериални активи и недвижими имоти), както и инвестициите в дялови ценни книжа извън неговата икономическа група и източниците/начините на финансиране.

„Формопласт“ АД притежава 32815 бр. акции от капитала на „Етропал“ АД на стойност 80 000 лв. в края на 2009 г..

8. Информация относно сключените от емитента, от негово дъщерно дружество или дружество майка, в качеството им на заемополучатели, договори за заем

Таблица 1 Заемодатели на „Формопласт“ АД

	Получени заеми от Формопласт на :	Дата на предоставяне	Сума		съгласно договор лихвен %	Салдо в лева към 31.12.2008	Салдо в лева към 31.12.2009
1			60000 EUR	117350 BGN	9.95	19528	0
2	Райфайзен банк АД	30.05.2006	40000 EUR	78233 BGN	9.95	77676	77676
3	Райфайзен лизинг България ООД	29.05.2006	62580 EUR	122396 BGN	4,0 % + 3 месечен EURIBOR	55509	32295
4	Евролийз асет АД	31.12.2006	182664 EUR	357260 BGN	6,8 % + 1 месечен EURIBOR	172962	75544

9. Информация относно сключените от емитента, от негово дъщерно дружество или дружество майка, в качеството им на заемодатели, договори за заем

Таблица 2 Заемополучатели на „Формопласт“ АД

	Предоставени заеми от Формопласт на :	Дата на предоставяне	Сума в лева съгл. договор с лихва 7 %	Салдо в лева към 31.12.2008	Салдо в лева към 31.12.2009
1					
	Еврохолд България АД	26.11.2007	305000	258618	176840
2	Евротест контрол АД	31.12.2006	26260	23260	23260
3		31.12.2004	35000	25000	25000
	Джи Пи Ес Контрол АД	21.12.2006	35000	35000	35000
4	Старком консулт	24.08.2004	50000	40000	40000
5	Тенет ЕООД	месеци 10-11.2007; 01.2008	50000	180000	0
6	Етропал трейд	31.12.2002	4200	4200	4200
7	Зимно слънце	08.10.2005	300000	160000	0

		месеци 09-11.2005; 06.2007;12.2008; 04,05,6,7,8,12. 2009			
8	Лидер 64		581500	520500	920500

10. Информация за използването на средствата от извършена нова емисия ценни книжа през отчетния период.

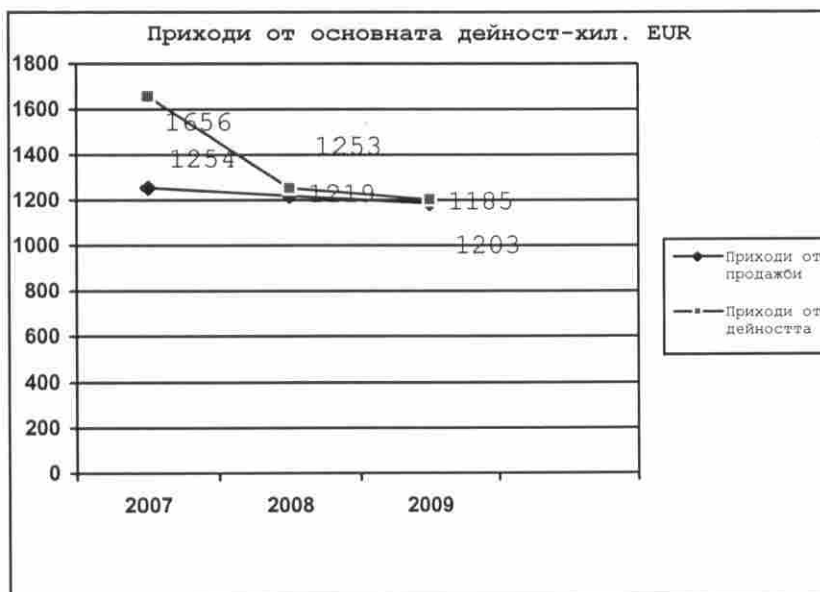
Няма нови емисии на ценни книжа.

II. ФИНАНСОВА ИНФОРМАЦИЯ

11. Анализ на съотношението между постигнатите финансови резултати отразени във финансовия отчет за финансовата година и по-рано публикувани прогнози за тези резултати.

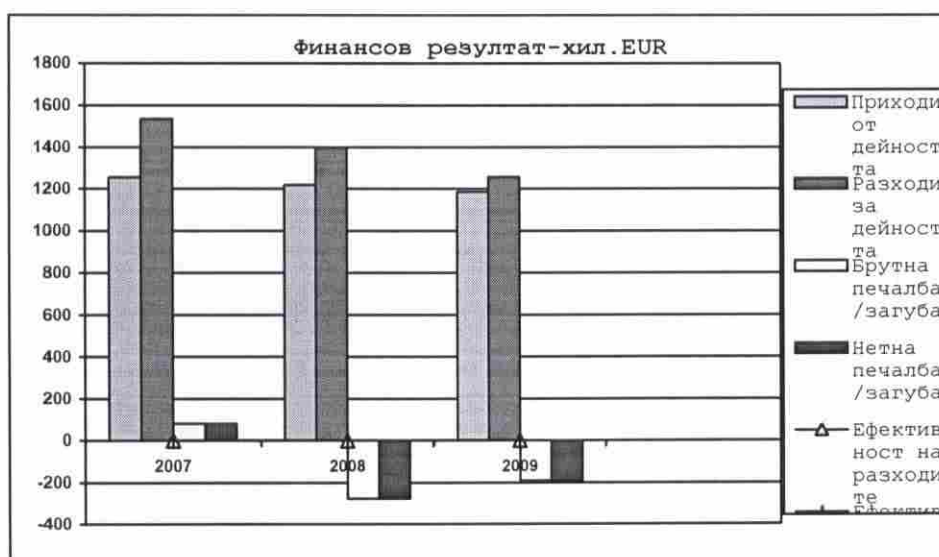
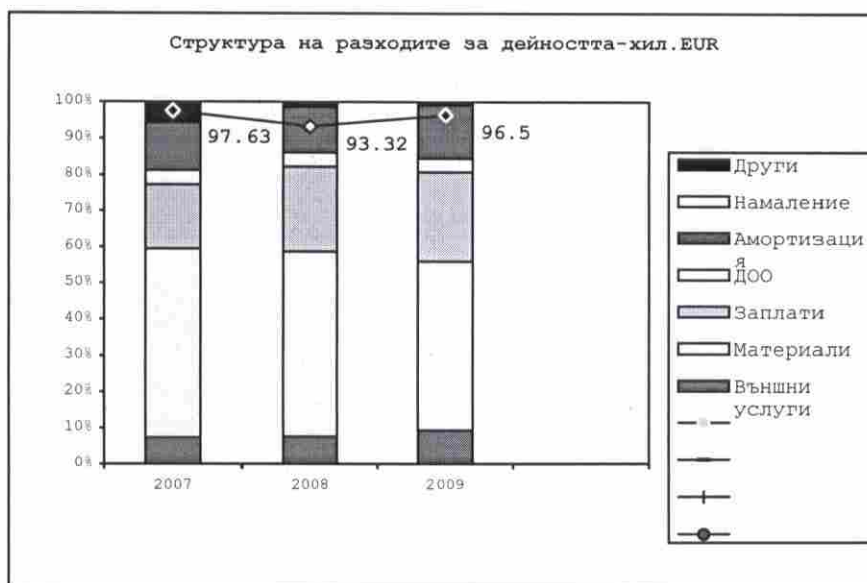
Анализ на основните финансови показатели на дружеството за периода 2007 год.-2009 год.

За 2007 г. има най-високо ниво на приходите. Това се обяснява с взетите мерки в областта на маркетинговата политика на фирмата - беше направено сериозно представяне на фирмата на почти всички по-големи клиенти в Европа, бяха намалени цените и до колкото е възможно сроковете за изработка на инструментите. Съпоставени помежду си 2007 и 2008 година показват, че ръстът на приходите търпят спад - от дейността с 24%, от продажби с 3%. В 2009 година отново се наблюдава същото спрямо 2008 г. - от дейността с 4.1%, от продажби с 3%. Това формира наклонена до 2008 г., и почти хоризонтална графика в частта 2008 - 2009 г. Причината за спада е различия между финансовите и други приходи на 2008 и 2009 година, обуславящи се на големия срив на фондовите борси и липса на продадени ДА за 2009 г.



Разходите за дейността заемат основна част от общите разходи. Основен процент в разходите за дейността заемат разходите за материали, които са около 46% от разходите за основна дейност. През 2009 г. са най-ниски, тяхното намаление спрямо предходен период е: 22.6% спрямо 2008 г., 19.3% спрямо 2006 г. Намаление от 10,5% за 2009 г. в сравнение с 2008 г. се наблюдава и при разходите за заплати. Обяснява го известно текучеството на работна ръка във фирмата. 0.8% намаление се наблюдава при разходите за амортизации. Единствено при разходите за външни услуги има увеличение сравнение с предходната година - 4%. Другите разходи са намалени с 48% спрямо 2008 г., като към тях се отнасят, поддържането на международен сертификат за качество, участие в международни

панаири, командировки, представителни и т.н. Дружеството не е участвало на изложения през текущата година.

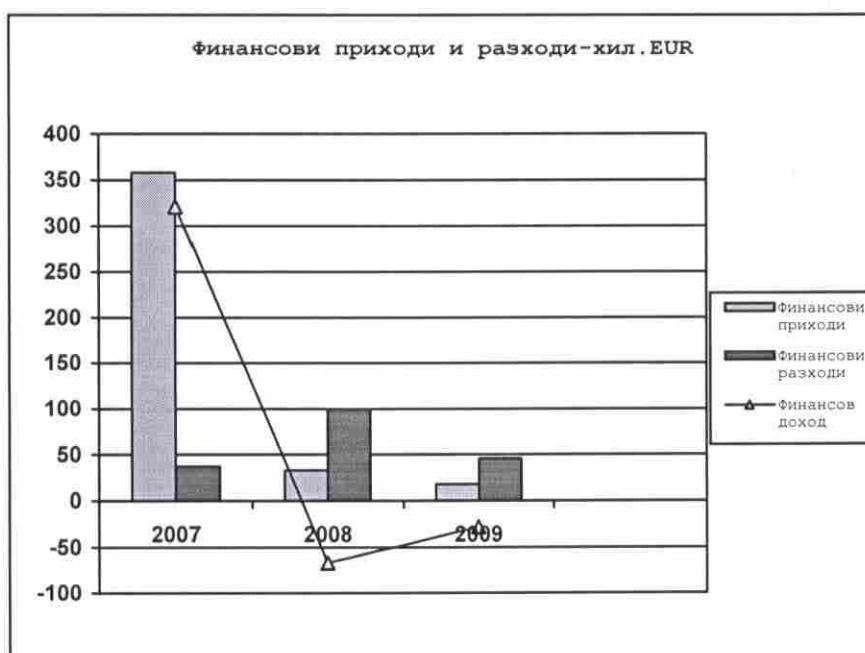


Наблюдаваният период се характеризира с намалена ефективност на основната дейност на предприятието. Финансовият резултат е отрицателен, такъв е и резултата от операциите с финансови активи и инструменти.

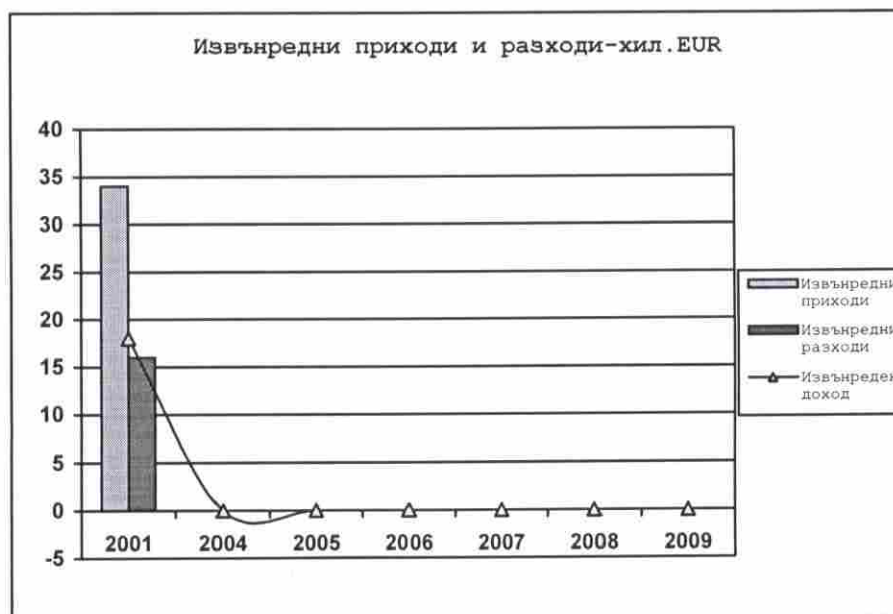
За 2007 г. се наблюдават високи стойности на линейната графика, отразяващи отношение между финансовия приход и разход. Има сключен договор за покупка на 100,000 (сто хиляди) акции от капитала на „Етропал“ АД, гр. Етрополе. С оперирането на фондовия пазар, чрез тези акции е постигнат финансов приход в размер на 22% от размера на приходите от дейността.

През 2008 г. притежаваните акции от „Етропал“ АД носят дивидент, но от преоценката по средна цена на БФБ към последния ѝ работен ден се реализира голяма отрицателна разлика, от операции с финансови активи и инструменти.

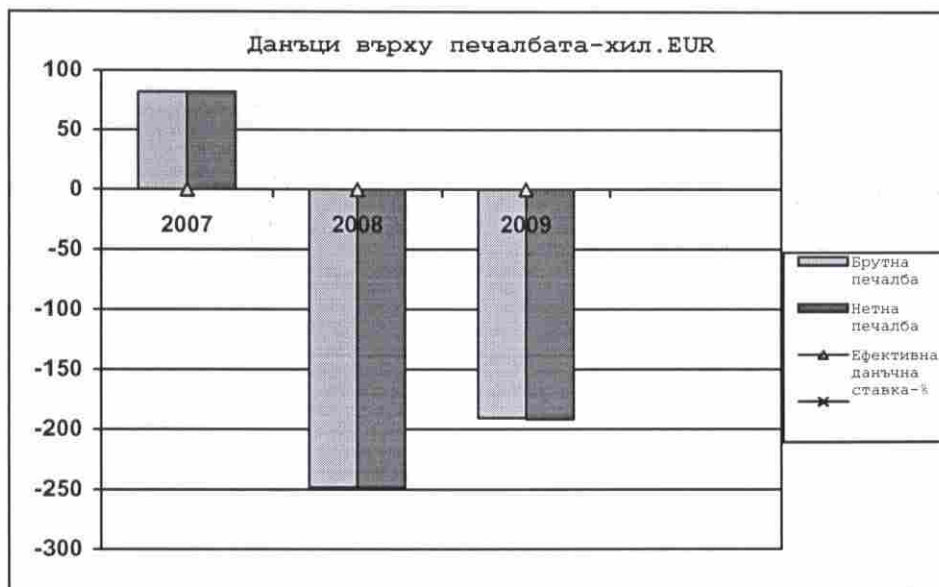
В 2009 г. има отново превес на финансовите разходи пред приходи, поради отрицателните разлики формиранни при преценка на акции.



Извънредните приходи и разходи нямат промяна през разглеждания период от време. За последните три години фирмата няма извънредни приходи и разходи.



Положителният финансов резултат за 2007 г. не се облага с данък печалба, тъй като се ползва прихващане на загубите от минали години. Ефективната данъчна ставка не може да бъде характеризирана през 2008 и 2009 години, поради отрицателния финансов резултат.



Основна причина за формиране на загубата са лошите резултати от инвестиционни операции, породено от нестабилния финансов сектор и слабото потребление през 2009 година.

Изисква се взимане на рестриктивни мерки по отношение на разходите, планови и съобразени с поръчките доставки, тъй като кратките срокове за заплащане изискват умело обслужване нуждите и на двете производства. Стабилизиране позициите на финансовите пазари и умерени инвестиции в условия на криза.

12. Анализ и оценка на политиката относно управлението на финансовите ресурси с посочване на възможностите за обслужване на задълженията, евентуалните заплахи и мерки, които емитентът е предприел и предстои да предприеме с оглед отстраняването им.

В текущите активи Търговските вземания за 2009 година имат увеличение спрямо 2008 година с 114 хил.лв., което се изразява основно в увеличение вземанията по търговски заеми, а също от доставчици и клиенти. Има увеличение и на другите вземания с 23 хил.лв.

В текущите пасиви, търговските задължения бележат намаление с 16 хил.лв., спрямо 2008 година. Това е показател на по-гъвкаво обслужване по задълженията, през текущата година.

Политиката на фирмата относно управлението на финансовите ресурси е разсрочване на вземания и задължения за период не по-дълъг от 30 дни и обезпечаване на сделките за ИЕ от 10% до 40% авансово плащане и сделки за ПИ над 5000 лв. с 50% аванс. Обезпеченията с аванси гарантират сигурността на сделките и позволяват директно плащане към доставчиците на основни материали, което ни подсигурява по-ниска цена на материалите.

13. Оценка на възможностите за реализация на инвестиционните намерения с посочване на размера на разполагаемите средства и отразяване на възможните промени в структурата на финансиране на тази дейност.

Реализацията на инвестиционната програма е планирана спрямо производствената заетост на фирмата и сключените дългосрочни договори. Средствата за реализация са основно заемни средства, чрез кредит, лизинг или финансиране осигурено чрез холдинговата структура. Инвестиционната програма се реализира след обезпечаване с ангажираност на производствените мощности и реализация на произведената продукция.

III. ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

14. Информация за настъпили промени през отчетния период в основните принципи за управление на емитента и на неговата икономическа група.

Няма настъпили промени в икономическата група на „Формопласт“ АД.

15. Информация за основните характеристики на прилаганите от емитента в процеса на изготвяне на финансовите отчети система за вътрешен контрол и система за управление на рискове.

Фирмата е сертифицирана по ISO 9001:2000 от 2001 година, налице е контрол на качеството на производствените процеси и контрол на документооборота във фирмата. Системата ISO и организирането на работата във финансово-счетоводния отдел съвместено със счетоводния продукт AJUR - L5 , позволява засичане и контролиране на информацията , която постъпва във фирмата и в счетоводен отдел. Във фирмата няма изградена система за управлвние на рисковете.

16. Информация за промените в управителните и надзорните органи през отчетната финансова година.

Има промяна в Съвета на директорите и в управлението на фирмата през третото тримесечие на годината. Заличава се прокуратата на г-жа Цвета Вълчева Караянчева и се прекратява представителството ѝ на „Бондс Адвайзерс“ ЕООД, при изпълнение на правомощията на дружеството като член на Съвета на директорите на „Формопласт“ АД. На нейно място като прокуррист и представител на „Бондс Адвайзерс“ ЕООД в Съвета на директорите на дружеството е вписан г-н Ивайло Димитров Стоянов. Като прокуррист на дружеството е вписан и г-н Назъм Хикмет Алиосман.

17. Информация по чл. 247 от ТЗ .

През 2009 година членовете на СД са получили следните възнаграждения :

1. Асен Христов - изп.директор - 78 860,00 лв.;
2. Ива Гарванска-Софиянска - прокуррист - 12 720,00 лв.;
3. Цвета Караянчева - прокуррист - 29 391,26 лв.;
4. Ивайло Стоянов - прокуррист - 18 392,50 лв.;

18. Информация по чл. 38, ал.5 от ЗС.

Начислените за годината суми за услугите, предоставяни от регистрирания одитор на предприятието Манол Петков Кривошапков, съгласно сметка за изплатени суми са 6 500,00 лв.

19. Информация за притежавани от членовете на СД , прокурристите висшия ръководен състав акции на емитента.

Членовете на СД, изпълнителния директор и прокурристите не притежават акции на емитента.

20. Информация за известните на дружеството договорености , в резултат на които в бъдещ период могат да настъпят промени в притежавания относителен дял акции или облигации от настоящи акционери или облигационери.

На дружеството не са известни договорености от такъв характер.

21. Информация за висящи съдебни, административни или арбитражни производства, касаещи задължения или вземания на емитента в размер най-малко 10 на сто от собствения му капитал.

Фирмата няма заведени и висящи съдебни, административни и арбитражни дела.

22. Данни за директора за връзки с инвеститора, телефони, адрес за кореспонденция.

Виолета Димитрова Павлова, гражданин на РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ , живущ в гр. Кърджали, кв. Възрожденци, бл.13, вх.В, ап.29, с л.к. № 125632131 , издадена на 09.01.2003 г. от МВР гр.Кърджали , ЕГН 8102118536, висше икономическо образование (ТУ-Варна), професия - икономист.
Адрес за кореспонденция - 6600 Кърджали, Промислена зона юг.
Тел. - 0361/61141; 62612; факс- 0361/61133; e-mail: violeta@formoplastbg.com.

IV. ПРОМЕНИ В ЦЕНАТА НА АКЦИИТЕ НА ДРУЖЕСТВОТО.

Акциите на дружеството се търгуват на "БЪЛГАРСКА ФОНДОВА БОРСА" АД, Неофициален пазар.

След подадено заявление от „Формопласт“ АД, Съветът на директорите на БФБ-София АД е взел решение да премести емисията на дружеството от Неофициален пазар на акции, Сегмент В на Неофициален пазар на акции, Сегмент А, считано от 25 юни 2009 г. А на 17 февруари 2010 г. Съветът на директорите на БФБ отново премества емисията служебно на Неофициален пазар, Сегмент В. Причина за това е, че емисията не отговаря на критериите на чл. 37, ал. 3 от правилата за допускане до търговия.

- Максимална цена през 2009 г. - 0.594 лв. ;
- Минимална цена през 2009 г. - 0.302 лв. ;
- Оборот за периода - 41 229.949 ;
- Брой сделки за периода - 181 ;
- Средна цена - 0.43 лв. ;
- Пазарен сегмент - Неофициален Пазар на акции сегмент „В“;

V. АНАЛИЗ И РАЗЯСНЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА ПО ПРИЛОЖЕНИЕ 11.

Няма съществени данни за анализ и разяснение на информацията.

VI. ДРУГА ИНФОРМАЦИЯ ПО ПРЕЦЕНКА НА ДРУЖЕСТВОТО.

Няма съществени данни за посочване на друга информация.

ЧЛЕНОВЕ НА СД

1. За „Формопласт 98“АД
2. За „Бондс Адвайзерс“
3. Ива Христова Гарванска

