

KOMISJA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH I GIEŁD
STANÓW ZJEDNOCZONYCH AMERYKI
Waszyngton, DC 20549

FORMULARZ 8-K
RAPORT BIEŻĄCY
W TRYBIE UST. 13 LUB UST. 15(d) USTAWY
O OBROcie PAPIERAMI WARTOŚCIOWYMI Z 1934
Data raportu
(Termin najwcześniejszego ze zdarzeń objętych raportem)
12 listopada 2009

CENTRAL EUROPEAN DISTRIBUTION CORPORATION
(Dokładna nazwa zgodnie z zapisami statutu podmiotu składającego raport)

DELAWARE
(Stan lub inne miejsce
utworzenia/zawiazania)

0-24341
(Numer w ewidencji
Komisji)

54-1865271
(Podatkowy numer
identyfikacyjny
pracodawcy IRS)

Two Bala Plaza, Suite 300
Bala Cynwyd, Pensylwania
(Adres głównej siedziby organu wykonawczego podmiotu
składającego raport)

19004
(Kod pocztowy)

(610) 660-7817
(Numer telefonu podmiotu składającego raport, wraz z numerem kierunkowym)

W przypadku składania formularza 8-K w związku z jednoczesnym wykonywaniem przez podmiot składający raport obowiązków określonych przepisami wskazanymi poniżej, należy zaznaczyć właściwą kratkę:

- ☐ Pisemne zawiadomienia zgodnie z Przepisem 425 na podstawie Ustawy o papierach wartościowych (17 CFR 230.425)
 - ☐ Wnioski składane zgodnie z Przepisem 14a-12 na podstawie Ustawy o obrocie papierami wartościowymi (17 CFR 240.14a-12)
 - ☐ Zawiadomienia przedwstępne zgodnie z Przepisem 14d-2(b) na podstawie Ustawy o obrocie papierami wartościowymi (17 CFR 240.14d-2(b))
 - ☐ Zawiadomienia przedwstępne zgodnie z Przepisem 13e4(c) na podstawie Ustawy o obrocie papierami wartościowymi (17 CFR 240.13e-4(c))
-

Punkt 8.01. Inne zdarzenia

W dniu 12 listopada 2009 Central European Distribution Corporation („**Spółka**”) złożyła w Amerykańskiej Komisji Papierów Wartościowych i Giełd (ang. *Securities Exchange Commission*) („**Komisja**”) aneks do prospektu emisyjnego (ang. *prospectus supplement*) zgodnie z Przepisem 424(b)(3) (nr rej. 333-149487) w związku z ofertą publiczną 9 500 000 akcji zwykłych Spółki („**Aneks do Prospektu**”). Aneks do Prospektu zawiera aktualizacje niektórych ujawnionych wcześniej informacji, zgodnie z poniższym opisem.

O ile nie wskazano inaczej lub co innego nie wynika z kontekstu, użycie form „my”, „nas” czy „nasze” odnosi się do Spółki. Niezdefiniowane w niniejszym dokumencie a wyróżnione w nim wielkimi literami terminy mają znaczenie nadane im w Aneksie do Prospektu.

Poniższe informacje aktualizują treści zawarte w „Części I, Rozdziale 1A. Czynniki Ryzyka” Raportu Roczno Spółki na formularzu 10-K za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2008, złożonego w Komisji w dniu 2 marca 2009, następnie zmienionego przez Formularz 10-K Zmiana Nr 1 złożony w Komisji w dniu 29 czerwca 2009, następnie zmienionego przez Formularz 10-K Zmiana Nr 2 złożony w Komisji w dniu 30 czerwca 2009, następnie zmienionego przez Formularz 10-K Zmiana Nr 3 złożony w Komisji w dniu 10 lipca 2009; oraz zaktualizowanego przez Raport Bieżący Spółki na formularzu 8-K, złożony w Komisji w dniu 13 lipca 2009 („Raport 10-K za 2008”). Poniższe fragmenty pochodzą bezpośrednio z Aneksu do Prospektu.

Czynniki ryzyka

.

Ryzyka związane z naszą działalnością

Prowadzimy działalność w branży charakteryzującej się dużą konkurencyjnością, a presja ze strony konkurencji może mieć istotnie niekorzystny wpływ na naszą działalność.

Branża dystrybucji i produkcji napojów alkoholowych w naszym regionie jest bardzo konkurencyjna. Głównymi czynnikami przewagi konkurencyjnej w tym sektorze są oferta handlowa, ceny, potencjał dystrybucyjny oraz szybkie dopasowywanie się do preferencji konsumentów, przy czym waga tych czynników zależy od danego rynku oraz poszczególnych produktów.

W Polsce, jesteśmy poddani znaczącej konkurencji ze strony dystrybutorów regionalnych i hurtowników, którzy konkurują z nami głównie cenowo. Konkurencja ta może mieć niekorzystny wpływ na wyniki naszej działalności. Większość alkoholu w Polsce jest sprzedawana w tradycyjnych punktach sprzedaży. Pozostała sprzedaż jest dokonywana w hipermarketach i dużych sklepach dyskontowych.

W Rosji hipermarkety i duże sieci handlowe stale zwiększają swój udział w handlu. Tradycyjne punkty sprzedaży stosują zwykle większą marżę na sprzedaży w porównaniu do marży pobieranej przez sieci hipermarketów i duże sieci handlowe. Istnieje ryzyko, że w przyszłości nadal będzie mieć miejsce ekspansja sieci hipermarketów i dużych sieci handlowych, powodując tym samym zmniejszenie wielkości naszych marży na sprzedaży na rzecz hurtowników, głównie obsługujących handel tradycyjny. Potencjalna redukcja marży zostanie jednak częściowo zrekompensowana przez niższe koszty dystrybucji wynikające z bezpośrednich dostaw masowych związanych ze sprzedażą w segmencie nowoczesnego handlu.

W Polsce i Rosji w zakresie produkcji wódki naszą konkurencję stanowią pozostali jej lokalni producenci.

Konkurujemy także z producentami innych napojów alkoholowych i niealkoholowych w zakresie wielkości zakupów ogółem dokonywanych przez klientów, dostępu do miejsca na półkach w sklepach detalicznych, obecności w restauracjach i zainteresowania ze strony dystrybutorów. Ponadto konkurujemy o klientów na podstawie siły marek naszych produktów w porównaniu z produktami konkurentów. Nasze powodzenie zależy od utrzymania siły naszych marek konsumenckich poprzez nieustanną poprawę naszej oferty i trafianie w zmieniające się potrzeby i preferencje naszych klientów i konsumentów. Wprawdzie przeznaczamy znaczące środki na stałe doskonalenie naszych produktów i strategii marketingowych, ale nie da się wykluczyć, że nasi konkurenci mogą udoskonalić swoją ofertę szybciej lub skuteczniej, co negatywnie wpłynęłoby na naszą sprzedaż, marżę i zyski.

Nasze wyniki uzależnione są od sytuacji gospodarczej i zmian w upodobaniach konsumentów, w tym od możliwego spadku konsumpcji napojów alkoholowych.

Na nasze wyniki operacyjne wpływają ogólne trendy gospodarcze w Polsce i Rosji, poziom wydatków na konsumpcję, stawki podatków, którymi obłożone są napoje alkoholowe oraz stopień optymizmu konsumentów co do przyszłej sytuacji gospodarczej. Bieżące niekorzystne warunki i prognozy gospodarcze, w tym również niestabilność kosztów energii, poważnie ograniczona płynność i dostępność kredytów; spadające ceny na rynku kapitałowym, brak zaufania wśród konsumentów, spadające zapotrzebowanie z ich strony, zmniejszające się płace realne i wzrost bezrobocia przyczyniły się do recesji w skali globalnej. W wielu krajach, w tym w Polsce i Rosji, wpływ ogólnoswiatowej recesji jest bardzo duży i nie da się wykluczyć, że wychodzenie z kryzysu w tych krajach potrwa dłużej.

W obecnym okresie spowolnienia gospodarczego spadek zaufania konsumentów oraz ich wydatków mogą doprowadzić do zmniejszenia popytu na nasze produkty i do ograniczenia naszej zdolności do podnoszenia cen oraz do finansowania działań marketingowych i promocyjnych. Spadek zaufania konsumentów i ich wydatków mogą doprowadzić do zmniejszenia popytu na nasze produkty oraz do ograniczenia naszej zdolności do podnoszenia cen oraz do finansowania działań marketingowych i promocyjnych. Dalsze utrzymywanie się recesji może utrudnić prognozowanie wyników operacyjnych oraz podejmowanie decyzji co do przyszłych inwestycji, a znaczne przesunięcia w preferencjach konsumentów lub duży spadek sprzedaży napojów alkoholowych mogą mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

Utrata kluczowej kadry menedżerskiej może stanowić zagrożenie dla zdolności do realizacji strategii biznesowej.

Zarządzanie przyszłym wzrostem wymagać będzie pozostania w naszej spółce Pana Williama Carey'a piastującego stanowisko Przewodniczącego Rady Dyrektorów, Dyrektora Generalnego oraz Prezesa, jak również niektórych innych kluczowych członków kierownictwa. Pan William Carey, będący założycielem CEDC, jest osobą o kluczowym znaczeniu dla naszej zdolności do wdrożenia biznes planu oraz rozwoju działalności.

Zmiany cen materiałów i surowców mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność

Podwyżki cen surowców wykorzystywanych do produkcji wódki mogą mieć miejsce także w przyszłości, a brak możliwości ich przeniesienia na naszych klientów może zmniejszyć nasze marże oraz zyski, mając istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność. Niedawno zakończyliśmy budowę zbiorników magazynowych w Polsce, które pomieszczą sześciomiesięczne zapasy nieprzetworzonego spirytusu. Pozwala nam to dokonywać zakupów nieprzetworzonego spirytusu w tych okresach roku, w których notowane są spadki cen nieprzetworzonego spirytusu. Nie jesteśmy jednak w stanie zapewnić, że cena nieprzetworzonego

spirytusu nie będzie rosła, ani też że nie utracimy możliwości utrzymywania zapasów nieprzetworzonego spirytusu, a każda z tych sytuacji może mieć istotny niekorzystny wpływ na nasze wyniki finansowe oraz na wyniki działalności.

Jesteśmy narażeni na zmiany kursów wymiany walut oraz zmiany stóp procentowych, które mogą mieć negatywny wpływ na nasze wyniki finansowe oraz porównywalność wyników osiąganych w poszczególnych okresach finansowych

Naszymi walutami funkcjonalnymi są polski złoty, rosyjski rubel i węgierski forint. Jednakże walutą stosowaną przez nas na potrzeby sprawozdawczości finansowej jest amerykański dolar, a zmiany kursów naszych walut funkcjonalnych w stosunku do dolara mogą istotnie wpływać na naszą sytuację finansową oraz zysk netto, a także na porównywalność naszych wyników w poszczególnych okresach finansowych.

Ponadto nasze istniejące zabezpieczone niepodporządkowane obligacje oraz nasze niepodporządkowane obligacje zamienne są, a jeśli jednoczesna oferta zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji (dalej łącznie "obligacje") się powiedzie, będą denominowane w euro i dolarach amerykańskich, a przychody z ich emisji zostały przekazane w formie pożyczek na rzecz niektórych naszych operacyjnych spółek zależnych, których walutą funkcjonalną jest polski złoty. Wahania kursów walut euro i dolara w stosunku do polskiego złotego mogą więc skutkować zwiększeniem kwoty pieniężnej, wyrażonej w złotych, koniecznej do spłaty kapitału i odsetek z tytułu naszych obligacji.

Wpływ konwersji walut związanej z naszymi obligacjami może mieć istotny negatywny wpływ na osiągane wyniki. Przykładowo, zmiana kursu wymiany euro do złotego o 1% w stosunku do kursu obowiązującego w dniu 30 września 2009 mogłaby spowodować niezrealizowane różnice kursowe przed opodatkowaniem w wysokości około 3,5 milionów dolarów w skali roku. Zmiana kursu wymiany dolara do złotego o 1% w stosunku do kursu obowiązującego w dniu 30 września 2009 mogłaby spowodować niezrealizowane różnice kursowe przed opodatkowaniem w wysokości około 2,9 milionów dolarów w skali roku.

W roku 2008, kurs wymiany rosyjskiego rubla do dolara wahał się od 29,6 do 23,1, a jego średnia wartość wynosiła 24,8. W okresie od 1 stycznia 2009 do 30 września 2009, kurs wymiany rubla do dolara wahał się od 36,4 do 29,1, a jego średnia wartość wynosiła 32,5.

Kursy walut zależne są od różnych czynników, takich jak zmieniająca się podaż i popyt na daną walutę, polityka monetarna rządów (w tym programy kontroli wymiany walut, ograniczenia lokalnej wymiany lub rynków oraz ograniczenia zagranicznych inwestycji w danym kraju, bądź inwestycji dokonywanych przez rezydentów danego kraju w innych państwach), zmiany sald handlowych, restrykcje handlu oraz dewaluacja lub rewaluacja walut. Ponadto, rządy dokonują okresowych interwencji na rynkach walutowych, bezpośrednio lub poprzez wprowadzanie odpowiednich przepisów, w celu wywierania wpływu na kursy wymiany. Te zdarzenia i działania są nieprzewidywalne. Mogą one mieć znaczący negatywny wpływ na wyniki naszej działalności oraz na sytuację finansową.

Warunki pogodowe mogą mieć istotny, niekorzystny wpływ na naszą sprzedaż lub cenę ziarna wykorzystywanego do produkcji spirytusu.

Działamy w branży, w której pogoda ma wpływ na wyniki działalności. Zmiana warunków pogodowych może powodować niższą konsumpcję wódki i innych napojów alkoholowych. W szczególności niskie temperatury w zimie lub bardzo wysokie temperatury w lecie mogą prowadzić do chwilowej zmiany preferencji klientów i zmniejszenia popytu na napoje alkoholowe, które produkujemy i dystrybuujemy.

Tego rodzaju warunki pogodowe mogą mieć istotnie niekorzystny wpływ na naszą sprzedaż w przyszłości, co z kolei może wpłynąć na naszą sytuację finansową i wyniki działalności. Ponadto, niepogoda może mieć wpływ na dostępność ziarna wykorzystywanego do produkcji spirytusu, co może spowodować wzrost cen nieprzetworzonego spirytusu, a to miałoby niekorzystny wpływ na marżę i sprzedaż.

Nasza działalność podlega daleko idącej regulacji ze strony państwa. Zmiany lub naruszenie przepisów mogą mieć istotnie niekorzystny wpływ na naszą działalność i jej rentowność.

Nasza działalność w zakresie produkcji, importu i dystrybucji napojów alkoholowych w Polsce i na Węgrzech podlega regulacjom organów administracji publicznej na szczeblu centralnym i lokalnym, jak również ze strony organów Unii Europejskiej. Ponadto, nasza działalność w Rosji podlega licznym regulacjom rosyjskich organów władzy. Regulacje te i przepisy dotyczą takich kwestii, jak: konieczność uzyskiwania koncesji i zezwoleń, ochrona konkurencji i ograniczenia koncentracji, praktyki w zakresie obrotu i wyznaczania cen, opodatkowanie, metody dystrybucji i relacje w tym zakresie, wymagane oznakowanie i opakowanie produktów i towarów, reklama, promocje sprzedaży oraz relacje ze sprzedawcami hurtowymi i detalicznymi. Chcąc uzyskać kontrolę nad zarządzaniem Russian Alcohol, musimy uzyskać zgodę rosyjskiego Federalnego Urzędu Antymonopolowego (FAS), a także organów innych krajów, w których taka zgoda jest wymagana. W tym celu zamierzamy złożyć wniosek o udzielenie zezwolenia do FAS przed uzyskaniem kontroli i planujemy skontaktować się z odpowiednimi organami w innych jurysdykcjach, aby uzyskać odpowiednie zgody. Ponadto, nowe lub zmienione przepisy, wymogi lub podwyżki akcyzy, stawek celnych, podatku dochodowego lub podatku obrotowego mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność, sytuację finansową oraz wyniki finansowe.

Podlegamy także licznym regulacjom w zakresie ochrony środowiska i prawa pracy, ochrony zdrowia oraz bezpieczeństwa i higieny pracy w krajach, w których działamy. Możemy ponieść znaczne koszty w celu zachowania zgodności ze zmieniającymi się wymogami w zakresie ochrony środowiska, prawa pracy, ochrony zdrowia oraz bezpieczeństwa i higieny pracy, dostosowania się do surowszej praktyki interpretacji i egzekwowania już istniejących wymogów lub obrony przed zarzutami lub dochodzeniami, choćby nawet były one bezzasadne. Przyszłe zmiany regulacji prawnych lub praktyki stosowania prawa w odniesieniu do branży, w której prowadzimy działalność, w odniesieniu do nas, naszej działalności i sposobu jej prowadzenia, mogłyby spowodować powstanie odpowiedzialności i nałożenie kar pieniężnych lub spowodować zmianę naszych praktyk lub sposobów prowadzenia działalności, co mogłoby mieć istotny niekorzystny wpływ na nas, nasze przychody i rentowność.

Państwowe regulacje i nadzór, jak również przyszłe zmiany w przepisach prawa, regulacjach i polityce państwa (lub w interpretacji obecnych przepisów), które wpływają na nas, naszych konkurentów i cały sektor, co do zasady silnie oddziałują na naszą rentowność i sposób prowadzenia naszej działalności.

Przestrzeganie obecnie obowiązujących przepisów jest uciążliwe, a przyszłe ich zmiany mogą zwiększyć nasze wydatki operacyjne i administracyjne ograniczając nasze przychody. Przykładowo, jesteśmy obecnie zobowiązani posiadać zezwolenia na produkcję i import produktów, posiadanie i prowadzenie składów celnych i podatkowych oraz dystrybucję naszych produktów do sprzedawców hurtowych. Wiele z tych zezwoleń, takich jak na przykład zezwolenie na prowadzenie obrotu hurtowego podlega obowiązkowi okresowego odnawiania. Pomimo naszego przekonania, że uzyskane przez nas zezwolenia będą przedłużane z chwilą wygaśnięcia ich ważności, nie ma gwarancji, że tak się istotnie stanie. Unieważnienie lub nie przedłużenie zezwoleń, które mają duże znaczenie dla naszej działalności może mieć na nią

istotny niekorzystny wpływ. Nasze zezwolenia mogą zostać uchylone przed upływem terminu ich ważności z powodu nieopłacenia podatków lub naruszenia wymogów sanitarnych.

Ponadto, organy rządowe, w tym podatkowe, dysponują znaczącym zakresem uprawnień do podejmowania decyzji uznaniowych i mogą niekiedy korzystać z owej uznaniowości w sposób sprzeczny z prawem lub przyjętą praktyką. Tego rodzaju postępowanie częściej może wystąpić w krajach o mniej rozwiniętych lub dopiero się rozwijających systemach regulacyjnych, np. w Rosji. Ewentualne niekorzystne zmiany przepisów prawa, ich interpretacji lub praktyki nadzorcze mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą działalność. Niepewność co do tego, w jaki sposób obecnie obowiązujące lub przyszłe przepisy prawa lub polityka ich egzekwowania może wpływać niekorzystnie na naszą zdolność wprowadzania nowych produktów i usług na rynek.

Możemy nie być w stanie zapewnić skutecznej ochrony przysługujących nam praw z zakresu własności intelektualnej

Jesteśmy beneficjentem praw ochronnych do znaków towarowych i ich licencji (obejmujących między innymi nazwy naszych produktów i wzory opakowań), a także innych praw z zakresu własności intelektualnej, które mają istotne znaczenie dla naszej działalności i pozycji konkurencyjnej, i które staramy się chronić. Nie możemy jednakże zapewnić, że podejmowane przez nas dotychczas lub w przyszłości działania będą wystarczające dla ochrony przysługujących nam praw z zakresu własności intelektualnej oraz do zapobieżenia działaniom osób trzecich zmierzających do unieważnienia naszych znaków towarowych lub ograniczenia sprzedaży naszych produktów jako naruszającej prawa ze znaków towarowych i prawa własności intelektualnej, zastrzeżonych na rzecz innych podmiotów.

Ponadto nie możemy zapewnić, że osoby trzecie nie naruszają ani nie wykorzystają w niewłaściwy sposób przysługujących nam praw z tego zakresu, ani, że nie będą naśladować naszych produktów lub twierdzić, że przysługuje im własność lub inne prawa do znaków towarowych lub, że przysługują im inne prawa z zakresu własności intelektualnej należące do nas, bądź prawa do znaków podobnych do znaków naszych lub znaków, do których mamy prawa licencyjne lub odnoszących się do towarów, których dystrybucją się zajmujemy. Może się zdarzyć, iż ujawnią się podmioty, które dysponują wcześniejszą rejestracją do naszych znaków towarowych lub znaków podobnych do nich.

Co więcej, Rosja generalnie zapewnia mniejszą ochronę własności intelektualnej niż kraje Zachodniej Europy czy Ameryki Północnej. Jesteśmy zaangażowani w postępowania zmierzające do zapobieżenia lub unieważnienia rejestracji znaków towarowych podobnych do zastrzeżonych na naszą rzecz oraz i inne postępowania, zarówno w Stanach Zjednoczonych, jak i na innych rynkach. Jeśli nie będziemy w stanie ochronić przysługujących nam praw z zakresu własności intelektualnej przed ich naruszeniem lub wykorzystaniem w niewłaściwy sposób lub jeśli osoby trzecie podejmą próbę zakwestionowania tych praw lub nabędą takie prawa, może to istotnie negatywnie wpłynąć na nasze przyszłe wyniki finansowe oraz ograniczyć możliwość rozwijania naszej działalności.

Nasze umowy importowe mogą zostać rozwiązane

Jako główny importer czołowych międzynarodowych marek napojów alkoholowych w Polsce i na Węgrzech, współpracujemy z tymi samymi dostawcami w tych krajach od wielu lat i jesteśmy z nimi związani umowami dystrybucyjnymi lub uzgodnieniami ustnymi. Ponadto, niedawno przejęliśmy umowy dystrybucyjne w Rosji w wyniku naszego przejęcia Whitehall. Pisemne umowy są zazwyczaj zawierane na okres od jednego do pięciu lat i mogą być rozwiązane przez każdą ze stron z zachowaniem od trzy do sześciomiesięcznego okresu wypowiedzenia.

Choć jesteśmy przekonani, że przestrzegamy warunków naszych umów importowych i dystrybucyjnych, to nie ma żadnej gwarancji, że będą one regularnie odnawiane po ich

wygaśnięciu lub, że w razie ich rozwiązania, będą zastępowane alternatywnymi umowami z innymi dostawcami. Ponadto możliwość dystrybucji importowanych produktów na zasadzie wyłączności zależy od pewnych czynników, na które nie mamy wpływu, takich jak trwająca konsolidacja w światowej branży win, piw i napojów spirytusowych, w wyniku której producenci podejmują co jakiś czas decyzje o zmianie kanałów dystrybucji, co ma miejsce także na rynkach, na których działamy.

Na nasze wyniki działalności operacyjnej oraz sytuację finansową mogą mieć niekorzystny wpływ nabycia przedsiębiorstw, które nie osiągają oczekiwanych przez nas wyników lub są trudne w integracji

W każdym momencie, możemy znajdować się na różnych etapach oceny, dyskusji i negocjacji dotyczących jednego lub więcej potencjalnych przejęć, z których nie wszystkie dojdą do skutku. Wydajemy publiczne oświadczenia w trakcie i po zakończeniu procedury przejęcia, gdy jest to stosowne i wymagane przez obowiązujące przepisy i regulacje dotyczące papierów wartościowych.

Przejęcia spółek wiążą się z licznymi ryzykami i niepewnymi czynnikami. Jeśli zakończymy przejęcie jednej lub więcej spółek, na nasze wyniki operacyjne i sytuację finansową mogą mieć wpływ różne czynniki, w tym: nieosiągnięcie przez przejęte przedsiębiorstwo prognozowanych przez nas wyników zarówno w perspektywie krótkoterminowej jak i długoterminowej, przejęcie nieznanymi zobowiązań, wartość godziwa przejmowanego majątku i zobowiązań, trudności w stosowaniu odpowiednich środków kontroli finansowej i operacyjnej w przejmowanych spółkach oraz w stosunku do zarządu, jak również potencjalne zobowiązania, które mogą wynikać z wdrażania odpowiednich środków kontroli, wyzwania związane z przygotowaniem i konsolidacją raportów finansowych przejętych spółek w wymaganym czasie, trudności z integracją działalności operacyjnej, technologii, usług i produktów przejmowanych spółek, oraz brak realizacji celów strategicznych przejęcia.

Ponadto, możemy objąć istotny, ale nie kontrolny pakiet w jakiejś spółce, co narażałoby nas na ryzyko wynikające z decyzji podejmowanych przez akcjonariusza posiadającego pakiet kontrolny akcji takiej spółki. Na przykład, w chwili obecnej nie dysponujemy większością głosów w Whitehall ani, do czasu uzyskania uprzedniego zezwolenia FAS w Rosji na nabycie udziałów posiadanych w Whitehall przez Lion Capital, które nastąpić ma ze środków pochodzących z niniejszej emisji, nie będziemy kontrolować większości głosów w Russian Alcohol. Wprawdzie wynegocjowaliśmy umowę dającą nam, obok innych spraw korporacyjnych, prawo bycia reprezentowanymi w zarządach wskazanych wyżej spółek, to jednak podlegamy decyzjom akcjonariusza posiadającego pakiet kontrolny, z czym nie mamy do czynienia w podmiotach zależnych, których jesteśmy jedynym lub dominującym akcjonariuszem, i nie jesteśmy w stanie zagwarantować, że w każdym przypadku prawa przysługujące nam na podstawie umów będą wystarczające dla ochrony naszych interesów.

Przejęcia spółek w rozwijających się gospodarkach, np. w Rosji, wiążą się z dodatkowym, specyficznym ryzykiem, w tym również ryzykiem związanym z integracją działalności operacyjnej na granicy różnych kultur i języków, ryzykiem walutowym oraz ryzykiem gospodarczym, politycznym i zmian regulacji prawnych specyficznym dla poszczególnych krajów.

Fuzje lub przejęcia spółek w przyszłości mogą spowodować konieczność wyemitowania dodatkowych papierów wartościowych, wydania naszych środków pieniężnych lub zaciągnięcia zadłużenia, zobowiązań lub kosztów amortyzacyjnych związanych z wartościami niematerialnymi i prawnymi, a każdy z tych czynników może mieć negatywny wpływ na naszą rentowność.

Dłuższe okresy wysokiej inflacji w Rosji mogą mieć istotnie niekorzystny wpływ na naszą działalność tam prowadzoną.

Rosja odnotowała okresy wysokiego poziomu inflacji od początku lat 90-tych XX wieku. Pomimo, że inflacja była relatywnie stabilna w Rosji w ostatnich kilku latach, może to mieć jednak niekorzystny wpływ na nasze marże z działalności prowadzonej w Rosji, jeśli nie będzie w stanie wystarczająco podwyższyć naszych cen w celu skompensowania istotnego wzrostu inflacji w przyszłości.

Możemy nie otrzymać zgód odpowiednich władz, wymaganych do sfinalizowania przejęcia Russian Alcohol.

Nasza transakcja związana z Russian Alcohol zależna jest od otrzymania uprzedniego zezwolenia rosyjskiego FAS, Ukraińskiego Komitetu Antymonopolowego a także organów innych krajów, w których taka zgoda jest wymagana. Planujemy złożyć wniosek o udzielenie zezwolenia do FAS przed uzyskaniem kontroli oraz planujemy skontaktować się z odpowiednimi organami w innych jurysdykcjach, aby uzyskać odpowiednie zgody antymonopolowe. Nie ma pewności, że otrzymamy wymagane zgody FAS lub innych organów rządowych, jakie są wymagane na podstawie przepisów antymonopolowych oraz o ochronie konkurencji w odpowiednim terminie, ani też, że w ogóle je otrzymamy. Brak takiej zgody może opóźnić finalizację transakcji, uniemożliwić ją, w inny sposób ograniczyć naszą zdolność do zrealizowania oczekiwanych finansowych lub strategicznych celów tego przejęcia lub też mieć inny, niekorzystny wpływ na naszą obecną działalność. Naszym zamiarem jest doprowadzenie do nabycia przez Carey Agri części Russian Alcohol, co będzie wymagało uzyskania zezwolenia dewizowego wydanego przez Narodowy Bank Polski, o którego udzielenie już wystąpiliśmy.

Możemy nie zrealizować oczekiwanych korzyści związanych z transakcją nabycia Russian Alcohol.

Sukces transakcji nabycia Russian Alcohol będzie zależeć między innymi od naszej zdolności do zrealizowania oczekiwanych oszczędności kosztowych oraz zdolności do zintegrowania obecnej działalności Spółki i Russian Alcohol w sposób, który nie zakłóci w istotny sposób istniejących relacji, ani w inny sposób nie przyczyni się do spadku produktywności. Jeżeli nie będziemy w stanie zrealizować tych celów, przewidywane korzyści związane z fuzją mogą nie zostać zrealizowane w pełni lub ich realizacja może potrwać dłużej niż to pierwotnie przewidywano.

Spółka oraz Russian Alcohol działają jako niezależne podmioty. Spodziewamy się, że sytuacja taka utrzyma się do czasu, aż otrzymamy uprzednie zezwolenie FAS dla transakcji nabycia Russian Alcohol. Jest także możliwe, że rozpoczęcie procesu integracji mogłoby doprowadzić do utraty kluczowych pracowników, do zakłócenia bieżącej działalności naszej Spółki lub Russian Alcohol lub do niespójności w standardach, mechanizmach kontroli, procedurach lub zasadach, co będzie mogło mieć niekorzystny wpływ na naszą zdolność utrzymania właściwych relacji z osobami trzecimi oraz pracownikami lub realizacji oczekiwanych korzyści związanych z transakcją.

Aby zrealizować korzyści wynikające z tej transakcji, musimy zatrzymać najważniejszych pracowników Russian Alcohol. W celu zrealizowania przewidywanych korzyści związanych z połączeniem, musimy między innymi zidentyfikować i wyeliminować zbędne obszary działalności oraz aktywa w organizacji, która jest rozproszona na znacznym obszarze geograficznym.

Działania zmierzające do integracji tych dwóch spółek mogą także nadmiernie angażować uwagę kierownictwa oraz zasoby. Niemożność zrealizowania pełnego zakresu oczekiwanych korzyści lub którejkolwiek z oczekiwanych korzyści transakcji, jak również wszelkie opóźnienia występujące w procesie integracji, mogą wywrzeć niekorzystny wpływ na Spółkę.

Dodatkowo, proces integracji spółek może doprowadzić do dodatkowych, nieprzewidywanych kosztów, przez co przewidywane korzyści dotyczące integracji mogą nie zostać osiągnięte. Faktyczne synergie w zakresie kosztów, o ile zostaną osiągnięte, mogą być niższe od oczekiwanych, a ich realizacja może potrwać dłużej, niż to pierwotnie przewidywano. Jeżeli nie będziemy w stanie odpowiednio rozwiązać tych problemów, nasza Spółka może nie być w stanie przeprowadzić skutecznej integracji działalności Russian Alcohol lub zrealizować oczekiwanych korzyści związanych z integracją dwóch przedsiębiorstw.

Rozwijający się system prawny w Rosji jest źródłem niepewności, która może mieć negatywny wpływ na naszą działalność w tym kraju

Rosja wciąż rozwija ramy prawne niezbędne do wspierania gospodarki rynkowej, co jest źródłem niepewności w związku z naszą działalnością w Rosji. Mamy ograniczone doświadczenie w prowadzeniu działalności w tym kraju, co w większym stopniu może narazić nas na ryzyko związane z niepewną sytuacją. Ryzyko związane z rozwijającym się systemem prawa w Rosji obejmuje:

- rozbieżności pomiędzy konstytucją, prawem federalnym i lokalnym, dekretemi prezydenckimi i rządowymi, rozporządzeniami ministerialnymi i lokalnymi, decyzjami, uchwałami i innymi aktami prawa;
- sprzeczne lokalne, regionalne i federalne przepisy i regulacje;
- brak wytycznych sądowych lub administracyjnych w zakresie interpretacji przepisów;
- stosunkowy brak doświadczenia sędziów i sądów w zakresie interpretowania przepisów;
- brak niezależnej władzy sędziowskiej;
- szeroki zakres uznaniowości działań władz rządowych, co może powodować arbitralne lub selektywne działania wobec nas, w tym również zawieszenie lub cofnięcie koncesji, których potrzebujemy na prowadzenie działalności w Rosji;
- słabo opracowane procedury upadłościowe, które są często nadużywane; oraz
- przypadki lub okresy nasilenia przestępczości lub korupcji, które mogłyby utrudnić nam skuteczne prowadzenie naszej działalności.

Charakter ostatnich rosyjskich procesów legislacyjnych, brak konsensusu co do zakresu, treści i tempa reformy gospodarczej i politycznej oraz szybka ewolucja systemu prawnego w sposób nie zawsze zgodny z rozwojem rynku poddają w wątpliwość egzekwowalność i konstytucyjność ustaw i powodują niejasności, rozbieżności i anomalie. Każdy z tych czynników może mieć negatywny wpływ na naszą działalność w Rosji.

Nieprzewidywalny system podatkowy w Rosji jest źródłem niepewności i ryzyka, które komplikują nasze planowanie podatkowe i decyzje związane z naszą działalnością w Rosji.

System podatkowy w Rosji jest nieprzewidywalny i jest źródłem znaczących niepewności, które komplikują nasze planowanie podatkowe i decyzje związane z naszą działalnością w Rosji. Przepisy podatkowe w Rosji obowiązują przez stosunkowo krótki okres w porównaniu do przepisów podatkowych w bardziej rozwiniętych gospodarkach i mamy mniej doświadczenia w zakresie prowadzenia działalności zgodnie z rosyjskimi przepisami podatkowymi, niż zgodnie z przepisami podatkowymi innych krajów.

Rosyjskie spółki są obciążone licznymi podatkami nakładanymi na poziomie federalnym, regionalnym i lokalnym, w tym również podatkiem od wartości dodanej, akcyzą, podatkiem od zysków, podatkami od płac, podatkami od nieruchomości, podatkami i innymi zobowiązaniami związanymi z cenami transferowymi i innymi podatkami. Rosyjskie federalne i lokalne przepisy i

regulacje podatkowe są często modyfikowane, ich interpretacja ulega zmianie, a ich egzekwowanie jest niekonsekwentne lub niejasne. Często pojawiają się różnice w interpretacji prawnej przepisów pomiędzy spółkami obciążonymi tymi podatkami a ministerstwami i organami rosyjskiego rządu oraz pomiędzy różnymi agencjami rosyjskiego rządu np.: Federalnych Służb Podatkowych oraz jej różnych lokalnych inspektoratów podatkowych, co prowadzi do niejasności i konfliktów. Deklaracje podatkowe są przedmiotem analizy i badań wielu organów podatkowych, które na mocy prawa mogą nakładać kary i naliczać odsetki. Fakt przeprowadzenia kontroli deklaracji podatkowej przez organy podatkowe nie oznacza, że ta deklaracja podatkowa lub jakakolwiek inna deklaracja dotycząca badanego roku nie zostanie objęta kolejną kontrolą podatkową przez wyższy organ podatkowy w okresie trzech następnych lat. Ponieważ wcześniejsze kontrole nie wykluczają późniejszych roszczeń dotyczących zbadanego okresu, przepisy dotyczące przedawnienia nie są całkowicie skuteczne. W niektórych przypadkach nawet, co może potencjalnie zostać uznane za niezgodne z konstytucją, rosyjskie organy podatkowe stosowały niektóre podatki retroaktywnie. W ostatnich latach rosyjskie organy podatkowe wydają się prezentować bardziej agresywną postawę w interpretacji przepisów i wymiaru podatku i jest możliwe, że transakcje i działania, które nie były podważane w przeszłości zostaną zakwestionowane. W konsekwencji mogą zostać nałożone istotne dodatkowe podatki, kary lub odsetki. Ponadto, nasza działalność w Rosji jest i będzie podlegać okresowym kontrolom skarbowym, które mogą spowodować dodatkowy wymiar podatku lub kwot do zapłaty w związku z poprzednimi okresami podatkowymi.

Niepewność związana z rosyjskimi zasadami określania cen transferowych może spowodować wymiar dodatkowych zobowiązań podatkowych przez organy podatkowe w wyniku korekt cen transferowych lub innych podobnych twierdzeń, i może mieć istotny negatywny wpływ na naszą działalność w Rosji i na naszą spółkę.

Spółka Russian Alcohol nie musiała zastosować się do postanowień ustawy Sarbanes-Oxley, przez co nie jesteśmy w stanie zapewnić, że wyniki finansowe Russian Alcohol nie są związane z błędami w kontroli nad sprawozdawczością finansową, które mogłyby prowadzić do istotnych niedociągnięć.

Począwszy od II kwartału 2009, rozpoczęliśmy konsolidację wyników finansowych Russian Alcohol z wynikami Spółki. Jednakże, nie będziemy mieli kontroli nad Russian Alcohol do czasu uzyskania zatwierdzenia przez FAS przejęcia kontroli nad Russian Alcohol z wykorzystaniem środków uzyskanych z niniejszej emisji i jednoczesnej emisji zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji. Jako spółka prywatna, Russian Alcohol nie musiał w przeszłości stosować się do wymogów ustawy Sarbanes-Oxley z roku 2002.

Przeprowadziliśmy ocenę wyników finansowych Russian Alcohol, lecz nie przeprowadziliśmy integracji mechanizmów kontroli wewnętrznej stosowanych przez Russian Alcohol z naszymi mechanizmami kontroli wewnętrznej, zgodnymi z wymogami ustawy Sarbanes-Oxley. Nie możemy w związku z tym zapewnić, że mechanizmy kontroli stosowane przez Russian Alcohol są zgodne z zasadami dotyczącymi amerykańskich spółek publicznych. Dlatego też nie możemy zapewnić, że wyniki finansowe Russian Alcohol nie są związane z błędami w kontroli nad sprawozdawczością finansową, które mogłyby prowadzić do istotnych niedociągnięć.

Ryzyka związane z naszym zadłużeniem

Potrzebujemy znacznych środków pieniężnych na dokonywanie płatności z tytułu obsługi zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji oraz na obsługę naszych pozostałych zobowiązań.

Nasza zdolność obsługi zadłużenia uzależniona jest od przyszłych wyników operacyjnych oraz zdolności do generowania dostatecznej ilości środków pieniężnych. Uzależnione jest to, w

pewnym stopniu, od ogólnych czynników gospodarczych i finansowych, czynników związanych z konkurencją, rynkiem, otoczeniem prawnym i regulacyjnym oraz innych czynników omówionych w niniejszym dziale „Czynniki Ryzyka”. Na wiele z tych czynników nie mamy wpływu.

W minionych okresach dokonywaliśmy płatności zobowiązań z tytułu obsługi zadłużenia oraz innych płatności pieniężnych przy wykorzystaniu środków uzyskanych z działalności oraz kredytów odnawialnych. Jednakże, w wyniku pewnych transakcji przejęć oraz związanych z nimi transakcji finansowych, nasze potrzeby z tytułu obsługi zadłużenia znacząco wzrosły. Nie możemy zapewnić, że będziemy generować wystarczające środki pieniężne z działalności operacyjnej, ani też zapewnić, że w przyszłości będziemy mieli dostęp do finansowania kredytowego lub poprzez emisję akcji w zakresie wystarczającym dla zapewnienia terminowej spłaty naszego zadłużenia lub dla finansowania innych naszych potrzeb finansowych.

Z uwzględnieniem emisji akcji zwykłych w ramach niniejszej oferty oraz jednoczesnej oferty zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji, a także przeznaczeniem środków pozyskanych w ramach tych ofert, nasze zadłużenie z tytułu zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji oferowanych do sprzedaży jednocześnie z ofertą sprzedaży akcji, innych zamiennych niepodporządkowanych obligacji, jak również innych instrumentów kredytowych oraz leasingu finansowego wyniosłoby 1.373 mln dolarów.

Jeżeli nasze przyszłe przepływy środków pieniężnych oraz inne zasoby kapitałowe będą niewystarczające do spłaty naszych zobowiązań w terminie ich wymagalności lub do pokrycia naszych potrzeb płynnościowych, możemy być zmuszeni do:

- ograniczenia lub odroczenia pewnych działań biznesowych oraz nakładów inwestycyjnych;
- sprzedaży aktywów;
- uzyskania dodatkowego długu lub pozyskania kapitału; lub
- restrukturyzacji lub refinansowania części naszego zadłużenia, w tym zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji, w terminie wymagalności lub przed nim.

Wszystkie z powyższych czynników obejmują nieodłączne ryzyko braku możliwości podjęcia powyższych działań. Dodatkowo, zgodnie z warunkami zawartych przez nas umów dotyczących przejęcia Parliament, jesteśmy zobowiązani do przekazania pozostałej części wynagrodzenia, w kwocie 6,788.098,00 dolarów do spółki White Horse Invervest Limited po sfinalizowaniu pewnych transakcji reorganizacyjnych określonych w naszych umowach.

Dodatkowo, warunki umowy regulującej kwestie dotyczące emisji zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji ograniczą naszą zdolność do skorzystania z któregośkolwiek z omawianych rozwiązań. Jeżeli uzyskamy dodatkowe finansowanie dłużne, związane z nim ryzyko może ulec zwiększeniu.

Ponadto, istotne zmiany w płynności na rynkach, powodujące zawężenie rynku kredytowego oraz zmniejszenie dostępności finansowania kapitałowego i dłużnego, mogą wywrzeć wpływ na nasz dostęp do finansowania oraz na ponoszone koszty związane z tym finansowaniem. Może to mieć istotny niekorzystny wpływ na naszą zdolność do uzyskania płynności finansowej i odpowiedniego zarządzania nią, zdolność do uzyskania dodatkowego kapitału oraz do restrukturyzacji lub refinansowania istniejącego zadłużenia.

Podlegamy ograniczeniom umownym w zakresie zadłużenia

Warunki emisji zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji oraz umów dotyczących innych niepodporządkowanych linii kredytowych zawierają, a warunki naszych przyszłych zobowiązań finansowych mogą zawierać, postanowienia ograniczające zdolność naszą i naszych podmiotów zależnych do: zawierania pewnych transakcji, w tym również zdolność do dokonywania płatności, w tym z tytułu dywidendy i innych wypłat pieniężnych dla akcjonariuszy, zaciągania lub gwarantowania dodatkowego zadłużenia i do emisji akcji uprzywilejowanych; dokonywania inwestycji, wcześniejszej spłaty lub umarzania podporządkowanego zadłużenia lub kapitału, ustanawiania pewnych zastawów lub zawierania transakcji leasingu zwrotnego, zawierania pewnych transakcji z podmiotami powiązanymi; zbywania aktywów, konsolidacji lub łączenia z innymi spółkami, emisji lub sprzedaży akcji lub umarzania kapitału akcyjnego niektórych podmiotów zależnych, oraz rozszerzania przedmiotu działalności. Takie ograniczenia mogą zmniejszać naszą zdolność do angażowania się w działania leżące w naszym najlepiej pojętym długoterminowym interesie.

Ryzyka związane z naszymi akcjami

Cena naszych akcji ulegała wahaniom w przeszłości. Ta zmienność może mieć wpływ na cenę sprzedaży naszych akcji, a sprzedaż znacznych pakietów naszych akcji może mieć negatywny wpływ na ich cenę.

Cena sprzedaży naszych akcji zwykle wahała się pomiędzy 46,52 dolarów a 5,97 dolarów w okresie dwunastu miesięcy zakończonych 30 września 2009. Ta zmienność może mieć wpływ na cenę sprzedaży naszych akcji, a sprzedaż znacznych pakietów naszych akcji może mieć negatywny wpływ na ich cenę. Cena naszych akcji prawdopodobnie będzie dalej zmienna i będzie podlegać istotnym wahaniom cenowym i ilościowym w odpowiedzi na warunki rynkowe i inne czynniki, w tym również na inne czynniki wspomniane w dziale „Ryzyka Związane z Naszą Działalnością” oraz w dokumentach zawartych poprzez odniesienie w niniejszym Aneksie do Prospektu; rozbieżności pomiędzy naszymi kwartalnymi wynikami operacyjnymi i naszymi oczekiwaniami lub oczekiwaniami analityków papierów wartościowych lub inwestorów; obniżenie szacunków analityków papierów wartościowych oraz ogłoszenie przez nas lub naszą konkurencję istotnych przejęć i fuzji, strategicznej współpracy, joint-venture lub zobowiązań kapitałowych. Ponadto, sprzedaż istotnej liczby naszych akcji lub podejrzenia, że taka sprzedaż może mieć miejsce, mogą mieć negatywny wpływ na ich cenę. Na dzień 6 listopada 2009, w obiegu znajdowało się 58 211 236 naszych akcji oraz opcje na zakup około 1 483 127 akcji (z czego opcje na 1 053 125 akcji podlegały wykonaniu). Na dzień 6 listopada 2009 roku w obiegu znajdowało się również 81 734 ograniczonych jednostek akcyjnych, z których żadna nie podlegała wykonaniu. W wyniku nabycia Botapol Holding B. V. dokonanego w dniu 17 sierpnia 2005, Takirra Investment Corporation N. V. na dzień 10 listopada 2009 był w łącznym posiadaniu 2 537 128 naszych akcji zwykłych, czyli 4,38% łącznej liczby naszych akcji pozostających w obrocie. Takirra Investment Corporation N. V. przysługuje prawo doprowadzenia do rejestracji odsprzedaży posiadanych przez niego naszych akcji lub objęcia tych akcji do przyszłymi oświadczeniami rejestracyjnymi składanymi przez nas amerykańskiej Komisji. Złożyliśmy w amerykańskiej Komisji zgłoszenie rejestracyjne dotyczące posiadanych przez tę spółkę akcji. Zgodnie z tym zgłoszeniem, Takirra Investment Corporation N. V. będzie uprawniona do dokonania publicznej sprzedaży posiadanych przez nią naszych akcji w Stanach Zjednoczonych.

Ponadto, w wyniku nabycia 85% kapitału akcyjnego Copecresto Enterprises Limited dokonanego w dniu 13 marca 2008, White Horse Intervest Limited na dzień 10 listopada 2009 był w łącznym posiadaniu 2 238 806 naszych akcji zwykłych, tj. 3,86% łącznej liczby naszych akcji pozostających w obrocie. White Horse Intervest Limited przysługuje prawo doprowadzenia do rejestracji odsprzedaży lub objęcia tych akcji do przyszłych oświadczeń rejestracyjnych składanych przez nas amerykańskiej Komisji.

Przepisy stanu Delaware oraz postanowienia aktu założycielskiego mogą hamować lub zniechęcać do przejęcia spółki, co może spowodować spadek ceny rynkowej naszych akcji.

Jesteśmy spółką prawa stanu Delaware, a przepisy prawa stanu Delaware chroniące przed przejęciami nakładają wiele ograniczeń na osoby trzecie pragnące przejąć kontrolę nad nami, nawet, jeśli zmiana kontroli byłaby korzystna dla naszych obecnych akcjonariuszy. Ponadto, nasza Rada Dyrektorów jest uprawniona, bez zgody akcjonariuszy, do określenia warunków jednej lub więcej serii akcji uprzywilejowanych oraz do emisji akcji uprzywilejowanych. Kompetencja naszej Rady Dyrektorów do ustanowienia i wyemitowania nowej serii akcji uprzywilejowanych oraz niektóre przepisy stanu Delaware oraz naszego aktu założycielskiego i umowy spółki mogą hamować fuzję, przejęcia lub inne połączenia przedsiębiorstw nas dotyczące lub zniechęcać potencjalnego nabywcę do złożenia oferty zakupu naszych akcji zwykłych, co w pewnych okolicznościach może spowodować spadek ceny rynkowej naszych akcji. Patrz „Opis Kapitału Akcyjnego”.

Nie zamierzamy wypłacać dywidendy pieniężnej z naszych akcji zwykłych w przewidywalnej przyszłości.

Nigdy nie deklarowaliśmy ani nie wypłaciliśmy żadnej dywidendy z tytułu udziału w kapitale akcyjnym. Obecnie zamierzamy zatrzymać wszystkie dostępne fundusze oraz wszelkie przyszłe zyski w celu ich wykorzystania w naszej działalności i nie przewidujemy wypłacenia dywidendy pieniężnej w przewidywalnej przyszłości.

Egzekwowanie prawnej odpowiedzialności wobec nas, naszych dyrektorów i członków naszego kierownictwa może być utrudnione

Spółka została utworzona zgodnie z prawem stanu Delaware Stanów Zjednoczonych. Inwestorzy mają więc prawo do określonych czynności procesowych (doręczania pism procesowych) wobec nas, a ewentualnie także wobec naszych dyrektorów oraz członków władz, w Stanach Zjednoczonych. Jesteśmy jednak spółką holdingową, a praktycznie wszystkie nasze aktywa operacyjne zlokalizowane są w Polsce, Rosji i na Węgrzech. Ponadto, większość dyrektorów i członków naszego kierownictwa i większość naszych podmiotów zależnych nie jest rezydentami Stanów Zjednoczonych, a aktywa nasze i większości dyrektorów i członków naszego kierownictwa a także większości naszych podmiotów zależnych zlokalizowane są poza terytorium Stanów Zjednoczonych. W rezultacie, egzekucja z naszych aktywów (lub aktywów dyrektorów i członków naszego kierownictwa lub spółek zależnych) na mocy orzeczeń wydanych przez sądy amerykańskie w oparciu o przepisy prawa amerykańskiego dotyczące odpowiedzialności cywilnej, w tym o przepisy federalnego prawa papierów wartościowych, może okazać się niemożliwa. Ponadto, orzeczenia zasądzające od nas odszkodowania karne (ang. *punitive damages*) w postępowaniach prowadzonych w Stanach Zjednoczonych lub w innych krajach mogą okazać się niewykonalne w Polsce lub Rosji.

Akcje sprzedawane w niniejszej ofercie nie będą notowane na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych przez dłuższy okres czasu po realizacji niniejszej oferty.

Mamy zamiar wystąpić do odpowiednich polskich organów o dematerializację akcji sprzedawanych w tej ofercie w Krajowym Depozycie Papierów Wartościowych oraz o ich wprowadzenie do notowań na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW), łącznie z wszelkimi innymi naszymi akcjami znajdującymi się w obrocie, które nie zostały wprowadzone do notowań na GPW. Nie spodziewamy się jednak, aby proces ten rozpoczął się wcześniej niż pod koniec roku 2010, co zbiegnie się z publikacją naszego raportu kwartalnego za II kwartał zakończony w dniu 30 czerwca 2010. Po rozpoczęciu, proces ten będzie wymagał, między innymi, przygotowania odrębnego prospektu emisyjnego zgodnie z przepisami polskimi. Jego

pełna realizacja będzie długotrwała, o ile w ogóle zostanie przeprowadzona i sfinalizowana. W terminie publikacji niniejszego Aneksu do Prospektu 31,237,188 naszych akcji zostało dopuszczonych do notowań na GPW, co stanowi około 46% wszystkich naszych akcji, które będą znajdować się w obrocie po finalizacji niniejszej oferty, lub około 45,5% jeżeli organizatorzy emisji w pełni zrealizują swoje opcje na akcje. Dlatego też w terminie publikacji niniejszego Aneksu do Prospektu łączna liczba akcji dopuszczonych do obrotu na GPW jest znacząco niższa niż liczba akcji notowanych na Nasdaq Global Select Market. Akcje sprzedawane w niniejszej ofercie będą oznaczone tym samym kodem ISIN, co wszystkie pozostałe nasze akcje znajdujące się w obrocie, notowane na Nasdaq Global Select Market oraz na GPW.

Poniższe informacje aktualizują treści zawarte w Części I, Rozdziale 1 „Działalność gospodarcza” raportu rocznego Spółki na formularzu 10-K za rok 2008. Poniższe fragmenty pochodzą bezpośrednio z Aneksu do Prospektu.

Informacje ogólne

Jesteśmy największym zintegrowanym przedsiębiorstwem w branży wyrobów spirytusowych w Europie Środkowej i Wschodniej oraz największym producentem wódki na świecie w ujęciu ilościowym – w roku 2008 wyprodukowaliśmy i sprzedaliśmy około 30,1 mln dziewięciolitrowych kartonów wódki.

Nasza działalność obejmuje głównie produkcję i sprzedaż własnych marek wyrobów alkoholowych (przede wszystkim wódki), import różnego rodzaju wyrobów spirytusowych, wina i piwa na zasadach wyłączności oraz dystrybucję napojów alkoholowych. Nasze główne zakłady są zlokalizowane w Polsce, Rosji i na Węgrzech. Mamy osiem zakładów produkcyjnych w Polsce i Rosji. Naszą siłę sprzedaży stanowi ponad 3 300 pracowników.

W Polsce jesteśmy największym producentem wódki i wytwarzamy m.in. następujące marki: *Absolwent*, *Żubrówka*, *Bols*, *Palace Vodka* i *Soplica* (wszystkie one są wytwarzane w naszych gorzelniach w Polsce).

Absolwent i *Bols* są najlepiej sprzedającymi się wódkami odpowiednio w segmencie popularnym (mainstream) i premium w Polsce.

Jesteśmy również największym producentem wódki w Rosji, która jest największym na świecie rynkiem wódki. Nasze marki *Parliament* i *Zhuravli* są dwiema najlepiej sprzedającymi się wódkami w segmencie subpremium w Rosji, a *Green Mark* jest najczęściej kupowaną marką w segmencie popularnym na rynku rosyjskim i drugą pod względem sprzedawanych ilości marką na świecie.

Jesteśmy również producentem i dystrybutorem wódki *Royal*, która jest najchętniej kupowaną wódką na Węgrzech. Wierzymy, że siła naszych marek to najważniejszy czynnik naszego sukcesu. Sprawozdania finansowe pro forma uwzględniające konsolidację Russian Alcohol Group (zwanej dalej: Russian Alcohol) wykazały, że w roku zakończonym 31 grudnia 2008 nasze oddziały w Polsce i Rosji przyniosły odpowiednio 58,6% i 39,4% przychodów oraz 49,3% i 47,7% zysku operacyjnego.

Jesteśmy wiodącym importerem wyrobów spirytusowych, wina i piwa w Polsce, Rosji i na Węgrzech.

Usiłujemy rozwijać pełny portfel importowanego wina i napojów spirytusowych z segmentu premium na wszystkich rynkach, które obsługujemy. Zawarliśmy umowy, na podstawie których importujemy na zasadach wyłączności wiele rozpoznawanych na świecie marek, w tym takie, jak *Jim Beam Bourbon*, *Campari*, *Jagermeister*, *Remy Martin Cognac*, *Guinness*, *Corona*, *Budvar*, win *E&J Gallo*, win *Carlo Rossi*, win *Sutter Home*, brandy *Metaxa*, tequila *Sierra*, whisky *Teacher's*, *Cinzano*, *Old Smuggler* whisky *Grant's* i win *Concha y Toro*. Jesteśmy też największym dystrybutorem napojów alkoholowych w Polsce. Dysponujemy szeroką, ogólnokrajową siecią dystrybucyjną i obszernym portfelem marek.

Nasza silna pozycja rynkowa i obszerny portfel marek w Polsce, a także platforma dalszej ekspansji na rosyjskim rynku napojów spirytusowych utworzona poprzez niedawne nabycia rosyjskich firm to dwie z naszych najważniejszych przewag konkurencyjnych, które – naszym zdaniem – wzmocnią naszą pozycję jako największego zintegrowanego przedsiębiorstwa w branży napojów spirytusowych w Europie Środkowej i Wschodniej.

Oczekujemy, że włączenie przedsiębiorstw Russian Alcohol i Parliament przyczyni się do powstania znacznych efektów synergii.

Oprócz działalności w Polsce, Rosji i na Węgrzech, które są naszymi trzema głównymi rynkami, zawarliśmy umowy dystrybucji naszych marek wódki na wielu kluczowych rynkach eksportowych, w tym w Stanach Zjednoczonych, Japonii, Wielkiej Brytanii, Francji i wielu innych krajach Europy Zachodniej. W 2008 eksport stanowił 1,5% wartości naszej sprzedaży.

Przewagi konkurencyjne

Silna pozycja rynkowa w Polsce. Jesteśmy liderem produkcji i importu napojów alkoholowych w Polsce. Portfel naszych marek obejmuje najpopularniejsze marki naszej produkcji oraz marki, których jesteśmy wyłącznym importerem. Prowadzimy również dystrybucję szeregu innych produkowanych lokalnie napojów alkoholowych. Szeroki portfel produktów obejmujący ponad 700 marek napojów alkoholowych umożliwia nam zaspokojenie różnorodnych gustów i preferencji konsumentów, a także potrzeb hurtowników. Nasze marki ekonomiczne skorzystały ostatnio na trudnej sytuacji gospodarczej, podczas gdy nasze marki premium i popularne, w tym *Absolwent* i *Bols*, pozwalają nam odnieść korzyści z długofalowego trendu wybierania lepszych marek obserwowanego wśród konsumentów w Polsce. Nasz portfel najlepiej sprzedających się marek wódki i wiodących marek importowych daje nam również przewagę w negocjacjach z dużymi sieciami detalicznymi. Co więcej, nasza infrastruktura dystrybucyjna zapewnia nam dźwignię dystrybucyjną umożliwiającą obsługę niezależnych detalistów i placówek gastronomicznych.

Solidna platforma do dalszego rozwoju na podzielonym rosyjskim rynku wyrobów spirytusowych. Jesteśmy największym producentem wódki w Rosji, gdzie w 2008 wytworzyliśmy około 20 mln kartonów dziewięciolitrowych.

Po nabyciu firm Parliament, Whitehall i Russian Alcohol dysponujemy szerokim portfelem napojów alkoholowych, w tym *Green Mark* – najchętniej kupowaną w Rosji z segmentu popularnego marką wódki i drugą pod względem wielkości sprzedaży marką wódki na świecie, a także *Parliament* i *Zhuravli* – dwie najczęściej kupowane w Rosji marki wódki w segmencie subpremium. Za tymi markami stoi łącznie około 2 700 pracowników – prawdopodobnie największa w Rosji sieć sprzedaży. Jesteśmy przekonani, że połączone siły i zasięg geograficzny naszego zespołu sprzedaży przyczyni się do zwiększenia udziału w rynku i umożliwi nam skorzystanie z bieżącej konsolidacji rosyjskiego rynku wyrobów spirytusowych. Uważamy też, że dysponujemy niezbędną infrastrukturą umożliwiającą skorzystanie z możliwości wzrostu przy minimalnych kosztach dodatkowych.

Zespół sprzedaży Russian Alcohol liczący ok. 2 400 osób obejmuje ponad 1 400 osób podzielonych na Wyłączne Zespoły Sprzedażowe (EST). EST pracują na rzecz hurtowników, którzy oferują produkty Russian Alcohol i koncentrują się wyłącznie na merchandisingu, marketingu i sprzedaży produktów portfela Russian Alcohol. Ponieważ reklama wyrobów spirytusowych podlega w Rosji ścisłym regulacjom, jesteśmy przekonani, że taka struktura przynosi nam znaczące korzyści marketingowe, gdyż pozwala nam utrzymywać bezpośrednie kontakty z punktami sprzedaży detalicznej i zapewnia, że nasze produkty zajmują dobrze widoczne miejsca na półkach. Hurtownicy, którzy zatrudniają nasze EST, otrzymują wynagrodzenie tylko w postaci rabatu przy zakupach naszych marek Russian Alcohol. Takie rozwiązanie umożliwia nam utrzymanie dynamicznego i wyłącznego zespołu sprzedaży docierającego do wszystkich regionów Rosji bez żadnych związanych z tym stałych kosztów ogólnego zarządu.

Atrakcyjna platforma importowa dla międzynarodowych koncernów spirytusowych umożliwiająca marketing i sprzedaż produktów w Polsce, Rosji i na Węgrzech. Nasza istniejąca

platforma importowa, dzięki której jesteśmy wyłącznym importerem wielu marek napojów spirytusowych, wina i piwa na wszystkich podstawowych rynkach, oraz nasze organizacje sprzedażowe i marketingowe w Polsce, Rosji i na Węgrzech umożliwiają nam dalszy rozwój portfela importowego. Jesteśmy przekonani, że nasza dobra pozycja pozwala nam zaspokajać potrzeby międzynarodowych koncernów spirytusowych, które chcą sprzedawać swoje produkty na tych rynkach, lecz brak im niezbędnej infrastruktury dystrybucyjnej i doświadczenia w zakresie sprzedaży.

Atrakcyjna dynamika rynku. Naszym zdaniem połączenie kilku czynników sprawia, że Polska i Rosja stanowią atrakcyjne rynki dla spółek z branży napojów alkoholowych.

- Rosja i Polska są odpowiednio największym i czwartym największym rynkiem wódki na świecie pod względem ilości. Wódka stanowi przeszło 70% wszystkich wyrobów spirytusowych spożywanych na obu rynkach. Jesteśmy przekonani, że wartość sprzedaży wyrobów spirytusowych nadal będzie wzrastać na obu rynkach, a spożycie wina i piwa rośnie zarówno w Polsce, jak i w Rosji. Jako największy producent wódki i wiodący importer wina i piwa w obu krajach jesteśmy dobrze przygotowani do zaspokojenia popytu na naszych rynkach.

- Spodziewamy się, że konsumenci w Polsce i Rosji coraz częściej będą domagać się szerszej oferty win i wyrobów spirytusowych w segmentach od popularnego do premium, zarówno produkowanych w kraju, jak i importowanych, dlatego jesteśmy dobrze przygotowani do zaspokojenia tego popytu w nadchodzących latach dzięki najlepiej sprzedającym się markom krajowych wódek z segmentu popularnego i subpremium. Ponadto uważamy, że - w odróżnieniu od wielu naszych konkurentów - jesteśmy w stanie zaspokoić to zapotrzebowanie, łącząc nasze krajowe produkty o wiodącej pozycji na rynku z produktami, których jesteśmy wyłącznym importerem.

- Opierając się na statystykach branżowych i własnym doświadczeniu oceniamy, że w Polsce i Rosji około 60-65% wódki nadal sprzedaje się w tzw. „handlu tradycyjnym”, który obejmuje przede wszystkim mniejsze sklepy prowadzone przez niezależnych właścicieli. Sprzedaż tradycyjna stanowi główny kanał sprzedaży, który w Polsce obsługujemy za pośrednictwem naszej ogólnokrajowej platformy dystrybucyjnej zapewniającej dostawę w następnym dniu. Jesteśmy przekonani, że w Rosji nasz duży, wyspecjalizowany zespół sprzedaży, który obejmuje zarówno tradycyjnych przedstawicieli handlowych, jak i EST, daje nam przewagę nad naszą konkurencją na podzielonym rynku sprzedaży hurtowej i detalicznej.

Profesjonalna i doświadczona kadra kierownicza. Nasza kadra kierownicza, pod przewodnictwem Williama Careya, reprezentuje ponad 35 lat doświadczenia w branży napojów spirytusowych oraz przeprowadziła w Polsce, Rosji i na Węgrzech ponad 20 przejęć w ciągu ostatnich dziesięciu lat i doprowadziła do integracji przejmowanych spółek.

Strategie wzrostu

Realizowanie synergii wynikających z konsolidacji naszej działalności w Rosji. Nabyliśmy trzy wiodące przedsiębiorstwa z sektora wyrobów spirytusowych i win w Rosji. Poprzez nabycie Parliament i Russian Alcohol osiągnęliśmy wiodącą pozycję na rynku wódki i zdobyliśmy czołowe marki z segmentu popularnego i subpremium w Rosji. Przejęcie Whitehall dało nam wiodący portfel importowy w Rosji. Zamierzamy konsolidować nasze rosyjskie przedsiębiorstwa, które obecnie są zarządzane niezależnie od siebie, w celu lepszego wykorzystania naszej wiedzy i doświadczenia w zarządzaniu oraz stosunków handlowych, jak również w celu skorzystania z możliwości tzw. *cross selling*. Uważamy, że możemy doprowadzić do poprawy rentowności operacyjnej w Rosji poprzez wyeliminowanie nakładających się kosztów ponoszonych przez spółki. Ponadto jesteśmy przekonani, iż łącząc nasze wiodące marki rosyjskie z portfelem marek importowanych na zasadzie wyłączności przez Whitehall oraz wykorzystując połączony system

sprzedaży i dystrybucji spółek Parliament i Russian Alcohol będziemy w stanie umocnić naszą pozycję lidera na rynku rosyjskim.

Wykorzystanie konsolidacji rynku rosyjskiego. Rosyjski rynek wódki jest obecnie podzielony.

Uważamy, że dysponujemy środkami niezbędnymi do przejęcia udziałów rynkowych zwalczających się konkurentów. Szacujemy, że pięciu czołowych producentów w Rosji miało w roku 2008 tylko 49% udział w rynku, podczas gdy w Polsce wyniósł on 87%. Opierając się na naszych obserwacjach trendów konsolidacyjnych w Polsce spodziewamy się, że łączny udział w rynku pięciu największych producentów wódki w Rosji może wzrosnąć z 49% do 70-80% w ciągu kolejnych trzech do pięciu lat w miarę konsolidacji tego rynku. W roku 2008 zwiększyliśmy poprzez wzrost organiczny nasz udział w rynku rosyjskim z ok. 14% do 17%. Zamierzamy wykorzystać nasze wiodące marki, dynamiczną sieć sprzedaży i dystrybucji oraz wpływ obecnej sytuacji gospodarczej w celu zwiększenia naszego udziału w rynku w Rosji.

Rozwój naszego portfela marek importowanych za zasadzie wyłączności. Oprócz rozwoju marek własnych nasza strategia zakłada uzyskanie pozycji wiodącego importera win i wyrobów spirytusowych na rynkach, na których prowadzimy działalność. W Polsce już stworzyliśmy szeroki portfel importowanych win i wyrobów spirytusowych. W Rosji mamy zamiar wykorzystać platformę importową Whitehall i połączony potencjał sprzedaży i marketingu Parliament i Russian Alcohol poprzez rozwijanie nowych możliwości importowych i osiąganie korzyści z ogólnego wzrostu importu. W roku 2009 rozpoczęliśmy import do Rosji kilku nowych marek, w tym *DeKuyper*, *Jose Cuervo*, *Gallo* i *Borco*, a naszą wyłączną współpracę w zakresie importu Campari do Polski rozszerzyliśmy na Węgry.

Dalsza koncentracja na sprzedaży marek krajowych i marek importowanych na zasadzie wyłączności. W Polsce i na Węgrzech chcemy nadal wykorzystywać silną pozycję naszych istniejących i stabilnych sieci sprzedaży i dystrybucji w celu wsparcia marek dających wyższe marże, własnych i importowanych na zasadzie wyłączności. Zamierzamy również poszukiwać nowych możliwości eksportowania naszych marek wódki, takich jak *Żubrówka*, poprzez wprowadzanie nowych opakowań i produktów. Jesteśmy w trakcie opracowywania szeroko zakrojonego programu tworzenia nowych opakowań i programów marketingowych dla marek *Bols*, *Żubrówka*, *Absolwent*, *Royal* i *Palace Vodka* na naszych rynkach podstawowych.

Polska

Działalność operacyjna. W Polsce jesteśmy największym producentem wódki pod względem wartości produkcji, wiodącym importerem napojów spirytusowych, wina i piwa oraz wiodącym dystrybutorem napojów spirytusowych pod względem wartości. W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy zakończonych 30 września 2009 nasz udział w polskim rynku wynosił 27%. Nasz portfel marek obejmuje najczęściej kupowane wódki z segmentu premium i popularnego oraz wiele wiodących marek importowanych.

Charakterystyka branży. Polska jest czwartym rynkiem na świecie pod względem wielkości spożycia wódki oraz jednym z 25 rynków wiodących pod względem konsumpcji alkoholu ogółem. Wartość sprzedaży napojów spirytusowych w Polsce według Euromonitor International wynosiła w 2008 około 5,6 mld dolarów, co oznacza wzrost o około 6% w stosunku do 2007. Polski rynek napojów spirytusowych jest bardzo konkurencyjny. Działają na nim zarówno producenci prywatni, jak i państwowi. Krajowe marki wódek dominują na rynku wódki w Polsce posiadając około 96% udział w rynku w 2008.

Rynek wódki w Polsce dzieli się na cztery podstawowe segmenty: top premium, premium, popularny i ekonomiczny. W 2008 ich udziały w ogólnej wartości sprzedaży wynosiły odpowiednio 7,4%, 21,2%, 45,6% i 26,1%. Przewidujemy, że segment popularny – obecnie największy – będzie w dalszym ciągu dominował na polskim rynku wódki. Sprzedaż w

segmentie ekonomicznym zmniejszyła się w ciągu ostatnich czterech lat, co dowodzi ogólnej tendencji do wyboru droższych produktów z segmentu popularnego i premium. Marki wódki należące do różnych segmentów konkurują ze sobą, ale najsilniejsza konkurencja ma miejsce wewnątrz poszczególnych segmentów. Jesteśmy obecni we wszystkich segmentach. Cztery spośród dziesięciu najczęściej kupowanych w Polsce wódek to nasze marki. Naszym zdaniem, pozwala nam to skutecznie konkurować we wszystkich czterech segmentach.

W 2009 odnotowaliśmy mniejszą sprzedaż w Polsce spowodowaną zmianami w otoczeniu konsumenckim wynikającymi ze światowego i regionalnego kryzysu gospodarczego. Uważamy, że podwyżka akcyzy, która weszła w Polskę w życie 1 stycznia 2009, spowodowała wzrost sprzedaży pod koniec 2008 oraz wynikający z niej spadek sprzedaży na początku 2009 (obie wielkości odniesione do porównywalnych okresów przeszłych).

Produkcja. Wielkościowo i wartościowo jesteśmy największym producentem wódki w Polsce. W 2008 wytworzyliśmy i sprzedaliśmy około 10,1 mln dziewięciolitrowych kartonów wódki. Mamy w Polsce dwa zakłady produkcyjne, które wytwarzają i sprzedają wódkę we wszystkich czterech głównych segmentach: top premium, premium, popularnym (mainstream) i ekonomicznym. W gorzelni Polmos Białystok produkujemy *Absolwenta* – najczęściej kupowaną w Polsce w ciągu ośmiu ostatnich lat wódkę – oraz *Żubrówkę* zajmującą w Polsce drugie pod względem sprzedaży miejsce wśród wódek smakowych. W gorzelni Bols produkujemy *Bols* – najczęściej kupowaną w Polsce wódkę z segmentu premium – oraz *Soplicę* – jedną z dziesięciu najchętniej kupowanych wódek z segmentu popularnego.

Działalność importowa. W Polsce jesteśmy głównym importerem napojów spirytusowych, wina i piwa. Obecnie jesteśmy wyłącznym importerem około 40 wiodących marek napojów spirytusowych (np. *Sky*, *Cointreau*, *Jim Beam*, *Glenfiddich*, *Metaxa*, *Campari* i *Jaegermeister*), wina pochodzącego od ponad 40 producentów (np. *Gallo*, *Carlo Rossi* i *Concha y Toro*) oraz pięć marek piwa (np. *Guinness* i *Corona*). W ostatnich czterech latach notowaliśmy średnioroczny wzrost działalności importowej wynoszący 20% pod względem wartości sprzedaży, głównie dzięki zwiększonemu popytowi na importowane wyroby spirytusowe z segmentu premium w Polsce.

Dystrybucja. W Polsce jesteśmy głównym dystrybutorem napojów alkoholowych pod względem wartości. Uważamy też, że nasza oferta napojów alkoholowych obejmująca ponad 700 marek jest jedną z największych. Dysponujemy największą ogólnokrajową siecią dostawczą. 19 centrów dystrybucyjnych, 124 oddziały i flota samochodów dostawczych zapewniają dostawy następnego dnia. Około 50% rozprowadzanych produktów to nasza własna produkcja. Uważamy, że jesteśmy głównym dystrybutorem we wszystkich kategoriach napojów alkoholowych w kraju z wyjątkiem krajowego piwa.

Rosja

Początkowo prowadziliśmy działalność w Polsce i na Węgrzech. Na początku 2008 rozpoczęliśmy stopniowe rozszerzanie działalności na rosyjskich rynkach napojów spirytusowych. Dzięki strategicznym przejęciom firm: Parliament, Whitehall i Russian Alcohol jesteśmy obecnie największym producentem wódki w Rosji, która jest największym pod względem ilości rynkiem konsumpcji wódki na świecie. Nasz portfel marek obejmuje najchętniej kupowane marki z segmentu subpremium i popularnego oraz importowane wyłącznie przez nas napoje spirytusowe i wina z segmentu premium. Uważamy, że jesteśmy w stanie wykorzystać stojące przed nami możliwości rozwoju.

Ostatnie nabycia. W dniu 13 marca 2008 nabyliśmy 85% kapitału akcyjnego Copecresto Enterprises Limited, spółki prawa cypryjskiego (zwanej dalej: Parliament), a pozostałe 15% kapitału akcyjnego nabyliśmy w dniu 25 września 2009. Parliament jest właścicielem różnych

aktywów służących do produkcji i dystrybucji produktów alkoholowych w Rosji, w tym wódki *Parliament*, która jest najczęściej kupowaną w Rosji wódką z segmentu subpremium.

W dniu 23 maja 2008 nabyliśmy akcje stanowiące 50% ogólnej liczby głosów minus jeden głos oraz 75% kapitału akcyjnego spółki Peulla Enterprises Limited (zwanej dalej: Whitehall), przy czym wcześniej (w tym samym roku) nabyliśmy 5% jej kapitału akcyjnego. Whitehall jest wiodącym w Rosji importerem napojów spirytusowych i win z segmentu premium. Poprzez joint venture z Moët Hennessy International Whitehall importuje i rozprowadza w Rosji marki *Hennessy*, *Dom Perignon*, *Moët & Chandon* i *Veuve Cliquot* oraz inne marki oferowane przez Moët Hennessy. Umowa spółki Whitehall zobowiązuje tę firmę do wypłacania akcjonariuszom co roku co najmniej 90% zysków, na których wypłatę zezwala prawo. Wyniki finansowe Whitehall zostały skonsolidowane z naszymi w naszych skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych, ale firma ta nie jest uznawana za podmiot zależny na potrzeby emisji zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji, ponieważ nie mamy akcji tej spółki w liczbie dającej nam kontrolne prawo głosu.

W dniu 9 lipca 2008, wspólnie z Lion Capital LLP (zwanym dalej: Lion Capital), a także razem z innymi inwestorami, nabyliśmy 100% udziałów w kapitale Russian Alcohol. Dokonaliśmy pośredniego nabycia ok. 42% udziału w Russian Alcohol, a Lion Capital nabył praktycznie całą pozostałą część kapitału Russian Alcohol. W dniu 24 kwietnia 2009 uzgodniliśmy z Lion Capital zastąpienie wcześniejszej umowy między nami a Lion Capital nową, co daje nam możliwość nabycia całego udziału kapitałowego w Russian Alcohol posiadanego przez Lion Capital w ramach kilkietapowej transakcji realizowanej w ciągu kolejnych pięciu lat (w tym również w roku 2009). W związku z tym wyniki finansowe Russian Alcohol są konsolidowane z naszymi od drugiego kwartału 2009. W dniach 3 sierpnia 2009 i 30 października 2009 na podstawie nowej umowy nabyliśmy pośrednio kolejne udziały w spółce Russian Alcohol, dzięki czemu nasze łączne udziały wynoszą 59%.

W dniu 9 listopada 2009 zawarliśmy umowę z Lion Capital i Kylemore International Invest Corp. pośrednim mniejszościowym akcjonariuszem Russian Alcohol w przedmiocie nabycia udziałów Kylemore w Russian Alcohol. Środki z niniejszej oferty i jednoczesnej oferty zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji wykorzystamy na nabycie 100% udziałów Russian Alcohol (patrz Transakcja Russian Alcohol).

Russian Alcohol jest największym producentem wódki w Rosji, który w roku 2008 osiągnął wielkość produkcji na poziomie ponad 16 mln dziewięciolitrowych kartonów. Oferta Russian Alcohol obejmuje najchętniej kupowane marki *Green Mark* i *Zhuravli*. Nasze rosyjskie przedsiębiorstwa mają łącznie 17% udział ilościowy w rynku, dzięki czemu w 2008 staliśmy się największą w tym kraju spółką z branży napojów spirytusowych. Uważamy również, że umożliwiają nam one realizację naszej strategii rozwoju w Rosji, w tym realizację synergii poprzez konsolidację naszych rosyjskich przedsiębiorstw i wykorzystanie konsolidacji rosyjskiego rynku.

Charakterystyka branży. Rosja jest największym rynkiem na świecie pod względem wielkości spożycia wódki oraz – podobnie jak Polska – jednym z 25 rynków wiodących pod względem konsumpcji alkoholu ogółem. Euromonitor International szacuje całkowitą wielkość rynku napojów spirytusowych w Rosji w 2008 na około 21,1 mld dolarów. Sprzedaż wódki stanowiła w 2008 około 70% wartości sprzedaży na rynku napojów spirytusowych w Rosji. Według Euromonitor International, w ciągu ostatnich pięciu lat, rynek wódki w Rosji rósł o 6,8% rocznie. W oparciu o te historyczne dane uważamy, że wartość sprzedaży na rosyjskim rynku wódki będzie równomiernie rosła w nadchodzących latach. Oprócz czterech podstawowych segmentów wódki rynek rosyjski obejmuje segment subpremium składający się z marek o cenie między

segmentami premium i popularnym oraz segment podstawowy. Segmenty top premium i premium również wzrosły, osiągając łącznie udział wynoszący 1,3%.

Naszym zdaniem, całkowita wielkość sprzedaży w Rosji spadnie w miarę przechodzenia konsumentów od tańszych produktów ekonomicznych do wódek z segmentu popularnego i subpremium. Uważamy, że nasze marki są w stanie rozwijać się przez kilka kolejnych lat dzięki znacznym udziałom rynkowym w tych kategoriach.

Rosyjski rynek wódki jest rozdrobniony: na 30 września 2009 pięciu największych producentów miało łącznie udział w rynku wynoszący około 49%. Udział ten wzrósł od 2007, kiedy to pięciu największych producentów miało łączny udział w rynku wynoszący około 28%. W ostatnich latach trwa konsolidacja sektora. Liczba producentów wódki zmalała o połowę w ciągu ostatnich pięciu lat, a liczba licencjonowanych producentów wódki i innych napojów spirytusowych spadła z 351 w 2006 do 240 w 2008. Rosyjski rynek wódki jest dobrze chroniony przed zagraniczną konkurencją i importem, przede wszystkim przez efektywną produkcję masową, ograniczenia reklamy i wysokie koszty logistyczne utrudniające zagranicznym markom konkurowanie z krajowymi producentami.

Uważamy, że jesteśmy w stanie w dalszym ciągu zwiększać udziały w rynku w 2009, ponieważ nasze marki są pod względem ilościowym i wartościowym liderami w segmencie popularnym i subpremium; ponadto dysponujemy EST i doświadczoną kadrą kierowniczą nie tylko na szczeblu spółki, ale i na szczeblu operacyjnym. Ponadto, władze Rosji stosują restrykcyjne zasady reklamy napojów spirytusowych, co powoduje, że trudno zwiększyć udział w rynku poprzez wydatki większe niż wydatki konkurencji. Tym większe jest znaczenie naszych sprzedawców.

Produkcja. W naszych trzech przedsiębiorstwach w Rosji produkujemy i sprzedajemy dwie najpopularniejsze marki w segmencie subpremium: *Parliament* i *Zhuravli*. Nasz portfel marek na rynek rosyjski obejmuje również *Green Mark*, która jest najlepiej sprzedającą się wódką w segmencie popularnym w Rosji i drugą marką wódki na świecie pod względem wolumenu sprzedaży. Russian Alcohol jest największym producentem wódki w Rosji, który w roku 2008 osiągnął wielkość produkcji ponad 16 mln dziewięciolitrowych kartonów. Dzięki nabyciu Russian Alcohol, Parliament i Whitehall jesteśmy obecnie największym producentem wódki w Rosji.

Działalność importowa. W Rosji mamy wyłączne prawo, dzięki naszej inwestycji w Whitehall joint venture z Moët Hennessy, do importu i dystrybucji wielu marek napojów spirytusowych i wina, w tym oferty Moët Hennessy. W ciągu ostatnich pięciu lat notowaliśmy średnioroczny wzrost działalności importowej w Rosji wynoszący 20% pod względem wartości sprzedaży, głównie dzięki zwiększonemu popytowi na importowane wyroby spirytusowe z segmentu premium. W uzupełnieniu naszych dotychczas istniejących kontraktów importowych zawarliśmy w ostatnim półroczu umowy dotyczące importu na zasadzie wyłączności marek z portfela *DeKuyper*, *Jose Cuervo*, *Gallo* i *Borco* w Rosji.

Dystrybucja. W Rosji nie mamy obecnie bezpośredniej infrastruktury dystrybucyjnej. Opieramy się na hurtownikach zewnętrznych, za pośrednictwem których docieramy do sklepów. Poprzez nabycia i trwającą konsolidację naszych przedsiębiorstw w Rosji chcemy wykorzystać nowe możliwości w zakresie dystrybucji do znalezienia w całej Rosji nowych możliwości zarówno dla marek przez nas produkowanych jak i importowanych.

Węgry

Na Węgrzech mamy szeroki portfel marek obejmujący wiodące marki wódki, wódki gorzkiej oraz importowanego brandy, a także trzy najważniejsze marki z kategorii whisky, tequili i likierów. Wódki Royal i Bols – obie produkowane w Polsce i sprzedawane na Węgrzech – zajmują obecnie odpowiednio pierwsze miejsce pod względem sprzedaży oraz drugie miejsce

pod względem wielkości wartości sprzedaży i miały w 2008 odpowiednio 31% i 14,4% udziałów w rynku (według *International Wine and Spirit Record*). Na Węgrzech jesteśmy największym importerem napojów spirytusowych oraz wyłącznym importerem marek *Jägermeister*, *Metaxa*, *Jose Cuervo*, koniak *Remy Martin* i wielu innych. *Jägermeister* to najczęściej kupowana na Węgrzech gorzka wódka. Węgry są trzecim największym rynkiem sprzedaży tej marki. Rynek węgierski stanowił 2,4% wartości naszej łącznej sprzedaży w 2008.

Działalność eksportowa

Eksport stanowi obecnie 1% wartości naszej sprzedaży. Nasz podstawowy produkt eksportowy to *Żubrówka* eksportowana z Polski do Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Japonii, Francji i ponad 30 innych krajów. Planowane jest jej wejście na nowe rynki w 2010. *Żubrówka* to najważniejsza wódka segmentu premium we Francji. Inna ważna marka eksportowa, *Absolwent* (w wersji eksportowej: *Graduate*), wykazuje dwucyfrowe tempo wzrostu na swoich kluczowych rynkach, którymi są: Wielka Brytania, Irlandia, Stany Zjednoczone i Japonia. *Parliament* jest również jedną z głównych marek eksportowych w Europie Zachodniej. Jej sprzedaż przekracza 200 000 kartonów dziewięciolitrowych.

Nasz zespół eksportowy przyjął również odpowiedzialność za wódkę *Parliament*. Marka ta jest dobrze znana w krajach Wspólnoty Niepodległych Państw. Obecnie jest też eksportowana na wiele rynków Unii Europejskiej. Największym wartościowo i ilościowo rynkiem są Niemcy. CEDC został również najchętniej wybieranym dostawcą marek własnych i napojów spirytusowych wysokiej jakości dostarczanych luzem. Odbiorcy tych produktów obejmują różnych klientów, od największych sieci sklepów w Europie po właścicieli marek z segmentu premium w Stanach Zjednoczonych.

Sprzedaż i marketing

Na dzień 30 września 2009 mieliśmy odpowiednio około 3 100, 4 200 i 50 pracowników zatrudnionych w pełnym wymiarze czasu pracy oraz 650, 2 700 i 20 sprzedawców w Polsce, Rosji i na Węgrzech. Większość z nich zajmuje się dystrybucją i marketingiem naszych produktów.

W Polsce, od 2006, stosujemy bardziej konkretne podejście do sprzedaży polegające na przydzieleniu każdego z naszych sprzedawców w tym kraju do konkretnego kanału: kluczowych klientów (hipermarketów, sklepów dyskontowych i stacji benzynowych), gastronomii (barów, restauracji i hoteli) oraz klientów z segmentu handlu tradycyjnego. Hipermarkety i sklepy dyskontowe wymagają specjalnego krajowego zespołu sprzedawców spełniających ich specyficzne wymagania. Zespół ten odpowiada za promocję naszych marek w krajowych sieciach sklepów poprzez reklamę „below-the-line”, na przykład, promocje cenowe i ekspozycje na paletach. Wykorzystanie krajowego zespołu zajmującego się wyłącznie klientami z sektora gastronomii, który jest największym tego rodzaju zespołem w Polsce i który ściśle współpracuje z właścicielami barów, restauracji i hotelów, umożliwia nam promocję i sprzedaż naszych marek oraz upowszechnianie wśród konsumentów świadomości i wartości marek. Jest to szczególnie ważne przy istnieniu ograniczeń dotyczących reklamy napojów spirytusowych w mediach. Sprzedawcy zajmujący się handlem tradycyjnym w dalszym ciągu koncentrują się na tym kanale, który w Polsce dominuje pod względem wielkości sprzedaży.

W Rosji mamy silne zespoły sprzedawców zaopatrujące bezpośrednio najważniejszych klientów detalicznych. Wykorzystujemy też hurtowników, dzięki którym docieramy do małych i średnich sklepów.

Russian Alcohol dysponuje EST koncentrującymi się tylko na merchandisingu, marketingu i sprzedaży produktów Russian Alcohol poprzez utrzymywanie bezpośrednich kontaktów z detalistami i zapewnianie widoczności naszych produktów na półkach. EST są zatrudniane przez

hurtowników sprzedających produkty Russian Alcohol, a Russian Alcohol wynagradza ich pośrednio poprzez rabaty na swoje produkty udzielane tym hurtownikom. Obecnie, ponad 1 400 pracowników EST obsługuje 36 regionów i kontroluje dostawy do około 28 000 punktów sprzedaży (co stanowi około 33% wszystkich punktów sprzedaży w Rosji).

Na Węgrzech mamy około 20 sprzedawców obsługujących głównie gastronomię i kluczowych klientów w całym kraju.

Nieruchomości

Nasze obiekty produkcyjne to dwa zakłady w Polsce i sześć we Wspólnocie Niepodległych Państw. Ponadto mamy pięć placówek magazynowych i dystrybucyjnych w różnych regionach Polski. Dzierżawimy też większość naszych biur w Warszawie i Budapeszcie oraz ponad 85 obiektów magazynowych i dystrybucyjnych i 45 placówek detalicznych w różnych regionach Polski. W Rosji dzierżawimy ponad 10 biur, magazynów i placówek detalicznych związanych głównie z firmą Whitehall.

Podsumowanie Transakcji Russian Alcohol

W dniu 9 lipca 2008 my oraz Lion Capital wspólnie z niektórymi innymi inwestorami nabyliśmy 100% pozostających w obrocie udziałów Russian Alcohol. Nabyliśmy pośredni udział w Russian Alcohol w wysokości 42% zaś Lion Capital nabył prawie wszystkie pozostałe udziały. W dniu 3 sierpnia 2009 nabyliśmy pośrednio dodatkowe udziały w Russian Alcohol dające nam łączny udział w wysokości 59,8%. W dniu 11 listopada 2009 uzgodniliśmy z Lion Capital, że będziemy mieli prawo do nabycia w terminie do 23 grudnia 2009 wszystkich pozostałych udziałów w Russian Alcohol. Po zakończeniu oferty akcji zamierzamy sfinalizować nabycie Russian Alcohol w drodze wieloetapowego zakupu (patrz Transakcja Russian Alcohol).

Jednoczesna oferta zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji.

Jednocześnie z niniejszą ofertą akcji zwykłych, zamierzamy przeprowadzić, poprzez w pełni kontrolowany przez nas finansowy podmiot zależny, ofertę sprzedaży zabezpieczonych niepodporządkowanych obligacji denominowanych w USD i EUR (ang. *senior secured notes*) o łącznej wartości nominalnej wynoszącej około 870 mln dolarów. Oferta obligacji będzie skierowana do inwestorów instytucjonalnych i będzie zwolniona z wymogu rejestracji zgodnie z amerykańską Ustawą o Papierach Wartościowych. Zakończenie oferty akcji nie jest uwarunkowane zakończeniem jednoczesnej oferty sprzedaży obligacji. Jednakże zakończenie jednoczesnej oferty sprzedaży obligacji jest uwarunkowana realizacją oferty akcji.

Informacje korporacyjne.

Spółka została utworzona zgodnie z prawem stanu Delaware Stanów Zjednoczonych w dniu 4 września 1997. Siedzibą spółki jest c/o Corporation Service Company, 2711 Centerville Road, Suite 400, Wilmington, Delaware 19808, USA. Adres głównej siedziby Two Bala Plaza, Suite 300, Bala Cynwyd, Pennsylvania 19004, USA, a nasz numer telefonu to: +1 (610) 660-7817.

Poniższe informacje aktualizują treści zawarte w Części I, Rozdziale 1. „Działalność – bieżące osiągnięcia” Raportu Rocznego Spółki na formularzu 10-K. Poniższe fragmenty pochodzą bezpośrednio z Aneksu do Prospektu.

Transakcja Russian Alcohol

W dniu 9 lipca 2008 wraz z pewnymi spółkami powiązanymi Lion Capital oraz innymi inwestorami nabyliśmy 100% udział w kapitale Russian Alcohol. My nabyliśmy pośrednio 42% udział w kapitale Russian Alcohol zaś Lion Capital nabył pośrednio praktycznie całość pozostałego kapitału. W dniu 24 kwietnia 2009 zastąpiliśmy pewne pierwotnie zawarte dokumenty związane z transakcją Russian Alcohol nowymi umowami, które umożliwiały nam nabycie w ramach wieloetapowego zakupu realizowanego w okresie pięciu lat (począwszy od 2009) całości udziału kapitałowego w Russian Alcohol należącego do Lion Capital. W efekcie, wyniki finansowe Russian Alcohol były konsolidowane z naszymi od drugiego kwartału 2009. Zgodnie z nowymi umowami, począwszy od 3 sierpnia 2009 nabywaliśmy dodatkowe pośrednie udziały w Russian Alcohol, dzięki którym posiadamy łącznie udział stanowiący 59,8% kapitału.

W dniu 9 listopada 2009 zawarliśmy umowę z Lion Capital i Kylemore International Invest Corp. (zwanej dalej: Kylemore), pośrednim akcjonariuszem mniejszościowym Russian Alcohol, w sprawie nabycia pośredniego udziału Kylemore w Russian Alcohol. W dniu 10 listopada 2009 wyemitowaliśmy na rzecz Kylemore 949.034 naszych akcji zwykłych, zaś Kylemore przeniósł całość posiadanego przez siebie udziału w Russian Alcohol na Lion/Rally Cayman 6 (zwana dalej: Cayman 6), spółkę celową zawiązaną na Kajmanach, za pośrednictwem której my i Lion Capital posiadamy udziały w Russian Alcohol. W efekcie, my, Lion Capital i pewni Współinwestorzy (zdefiniowani poniżej) posiadamy pośrednio 100% udział kapitałowy w Russian Alcohol, zaś nasz pośredni udział w kapitale Russian Alcohol wzrósł do 62,25%. Zgodnie z umową zawartą z Kylemore, po otrzymaniu zgody FAS na przejęcie kontroli nad Russian Alcohol, zapłacimy Kylemore 5.000.000 dolarów i dalsze 5.000.000 dolarów w dniu 1 lutego 2011.

Ponadto, zgodnie z tą umową jeden z pierwotnych właścicieli Russian Alcohol Petr Levin pozostanie zaangażowany w działalność przedsiębiorstwa Russian Alcohol jako niewykonawczy członek Zarządu Russian Alcohol i Przewodniczący Rady naszych zakładów spirytusowych Topaz.

W dniu 11 listopada 2009 uzgodniliśmy z Lion Capital, że będziemy posiadać do 23 grudnia 2009 opcję (i) nabycia wszystkich pośrednich udziałów kapitałowych w Cayman 6 należących do mniejszościowych współinwestorów ELQ Investors II Limited, spółki powiązanej z Goldman Sachs, HVB Capital Partners AG, spółki powiązanej z UniCredit i Darkalley Holdings Limited, spółki powiązanej z UFG Private Equity (“Współinwestorzy” i “Opcja Wykupu Współinwestorów”) i (ii) nabycia udziału kapitałowego Lion Capital w Cayman 6 (“Opcja Wykupu Lion”).

Opcję Wykupu Wspólninwestorów możemy wykonać w każdym momencie od 23 listopada do 23 grudnia 2009 doręczając Lion Capital stosowne zawiadomienie i dokonując płatności w gotówce na rzecz Lion Capital w wysokości 131.800.000 dolarów i 23.650.000 euro. Po otrzymaniu tych płatności pośredni udział Wspólninwestorów w Russian Alcohol wygaśnie a nasz pośredni udział w Russian Alcohol wzrośnie do 78,13%. Ponadto, warranty na zakup łącznie 1.114.384 naszych akcji zwykłych posiadanych przez Lion Capital i wyemitowanych zgodnie z dokumentami Transakcji Russian Alcohol z kwietnia 2009 zostaną anulowane.

Po otrzymaniu płatności od nas Lion Capital przekaże ją odpowiednio Wspólninwestorom, jednocześnie umarzając ich pośredni udział kapitałowy w Russian Alcohol.

Opcję Wykupu Lion możemy wykonać w każdym czasie od 23 listopada do 23 grudnia 2009, po wykonaniu Opcji Wykupu Wspólninwestorów, w drodze (i) doręczenia zawiadomienia Lion Capital, (ii) dokonania płatności na rzecz Lion Capital kwoty 184.347.666 dolarów i 105.839.852 euro (łącznie „Pierwsza Płatność do Lion”), (iii) zdeponowania na rachunku zastrzeżonym kwoty 26.366.426 dolarów i 56.396.064 euro (łącznie “Druga Płatność do Lion”), które zostaną wypłacone Lion Capital z pierwszym z następujących terminów (a) 1 czerwca 2010 lub (b) data otrzymania zgody antymonopolowej na nabycie Russian Alcohol od FAS oraz Ukraińskiego Komitetu Antymonopolowego i (iv) zobowiązania do zapłaty na rzecz Lion Capital dodatkowej kwoty 10.689.092 dolarów i 22.863.269 euro (łącznie “Trzecia Płatność do Lion”) w dniu 1 czerwca 2010. W przypadku objęcia kontroli nad Russian Alcohol przed 1 czerwca 2010 r. jak opisano poniżej, możemy wykonać część lub całość Trzeciej Płatności do Lion w formie naszych akcji zwykłych, według wartości określonej jako ważona wolumenem obrotów z dziesięciu dni cena średnia na 28 maja 2010.

Po otrzymaniu Pierwszej Płatności do Lion, Lion Capital przeniesie na nas pewien udział kapitałowy w Cayman 6, łącznie reprezentujący 21,87% pośredni udział kapitałowy w Russian Alcohol. Ponadto, istniejące warranty na zakup łącznie 2.479.979 naszych akcji zwykłych należące do Lion Capital zostaną anulowane. W tym samym czasie Lion Capital zwolni także ustanowione na jego rzecz zabezpieczenie na naszych akcjach w Cayman 6.

Po wykonaniu Opcji Wykupu Lion my sami i Lion Capital rozwiążemy umowy zawarte w kwietniu 2009 w związku z naszą inwestycją w Russian Alcohol i zlikwidujemy pewne spółki holdingowe.

Dokonamy także zmian w strukturze Cayman 6 w celu zamiany wszystkich jej akcji zwykłych oraz wszystkich bez jednej akcji uprzywilejowanych na akcje zwykłe bez prawa głosu, które pozostaną w naszym ręku. Te akcje zwykłe będą uprawniały do 100% wartości gospodarczej Cayman 6, zatem my wraz z Carey-Agri będziemy posiadać bezpośrednio tytuł własności do naszej inwestycji w Russian Alcohol. Jedna pozostała akcja uprzywilejowana będzie uprawniała do głosu i pozostanie w posiadaniu Lion Capital.

Będziemy mieli prawo nabyć uprawniającą do głosu akcję posiadaną przez Lion Capital w każdym czasie po otrzymaniu wszystkich zgód antymonopolowych, o których mowa wyżej i zamierzamy tę akcję nabyć gdy tylko warunek ten zostanie spełniony, w celu uzyskanie pełnej kontroli nad Russian Alcohol. Do czasu nabycia akcji uprawniającej do głosu Lion Capital będzie zobowiązany prowadzić przedsiębiorstwo Russian Alcohol nie przekraczając granic zwykłego zarządu, zgodnie z dotychczasową działalnością w chwili wykonania Opcji Wykupu Lion, z zastrzeżeniem na naszą korzyść pewnych wspólnych uprawnień do kontroli. Jeżeli nie uzyskamy zgody antymonopolowej nadal będziemy posiadać korzyści ekonomiczne z inwestycji w Russian Alcohol, ale bez kontroli.

W przypadku niedokonania Trzeciej Płatności do Lion w terminie wymagalności, do opóźnionej kwoty zostaną doliczone odsetki składane według stawki 16% rocznie, od daty wymagalności do daty faktycznej zapłaty.

W przypadku naruszenia warunków Nadrzędnych Zabezpieczonych Obligacji lub innego Zadłużenia Finansowego stanowiącego podstawę niespłaconego długu w wysokości przekraczającej 40.000.000 dolarów, po dokonaniu przez nas Pierwszej Płatności do Lion, Trzecia Płatność do Lion stanie się natychmiastowo wymagalna w gotówce a do ewentualnych opóźnionych kwot zostaną doliczone odsetki składane według stawki 16% rocznie, od daty wymagalności do daty faktycznej zapłaty.

PODPISY

Zgodnie z wymogami ustawy o obrocie papierami wartościowymi z 1934 (ang. *Securities Exchange Act of 1934*) Spółka poleciła należycie umocowanemu sygnatariuszowi podpisanie niniejszego raportu w swoim imieniu.

CENTRAL EUROPEAN DISTRIBUTION
CORPORATION

Christopher Biedermann
Wiceprezes i Dyrektor Finansowy

Data: 12 listopada 2009