

Catre:  
ADUNAREA GENERALA ORDINARA A ACTIONARILOR  
Sedinta din 07/08.12.2011

## Punctul 2

### NOTA

privind solicitarea actionarului PCC SE de:

*"Prezentarea de catre consiliul de administratie in fata adunarii generale a actionarilor a unui raport cu informatii detaliate privind cheltuielile de sponsorizare ale Societatii in perioada incepand cu 1 ianuarie 2011 si pana la data prezentei adunari generale ordinare a actionarilor, impreuna cu un raport al consiliului de administratie prin care se explica motivele si argumentele comerciale pentru aceste costuri, dat fiind ca societatea nu a inregistrat profit din 2007 si a trimis salariati in somaj tehnic."*

Acest punct a fost introdus pe ordinea de zi in urma solicitarii actionarului PCC SE, transmisa in scris, in data de 06.10.2011

**COMENTARIU:** Toate informatiile sunt furnizate cu prudenta, in contextul in care actionarul PCC SE si reprezentantii sai au utilizat si continua sa utilizeze orice informatie privind Oltchim S.A. cu scopul de a denigra societatea si managementul acesteia, de a solicita noi investigatii din partea Comisiei Europene sau pentru a deschide noi actiuni in instanta impotriva societatii la care si acestia sunt actionari, incalcand in acest fel dispozitiile Art. 136<sup>1</sup> din Legea societatilor comerciale nr. 31/1990, care prevede expres ca actionarii trebuie sa isi exercite drepturile cu buna-credinta, cu respectarea drepturilor si intereselor legitime ale societatii si ale celorlalti actionari.

Pentru anul 2011 S.C. OLTCHIM SA are aprobat prin buget, cheltuieli de reclama si publicitate (ingloband in aceasta categorie si sumele prevazute a fi cheltuite cu Clubul Sportiv de handbal OLTCHIM) in suma de 10.761 mii lei.

Suma totala de 10.761 mii lei prevazuta a fi cheltuita cu reclama si publicitatea pe anul 2011 comparata cu suma de 11.180 mii lei (cheltuieli realizate cu reclama si publicitatea + sponsorizare in anul 2010), reprezinta o reducere a acestor cheltuieli in anul 2011 cu 419 mii lei, respectiv de 3,7%.

Pana in prezent S.C. OLTCHIM S.A. a cheltuit pentru reclama si publicitate + sponsorizare suma de 9.394 mii lei, mai putin decat suma prevazuta prin Bugetul de venituri si cheltuieli, din care:

- 530 mii lei cheltuieli de reclama si publicitate
- 8.864 mii lei acheltuiala cu sponsorizarea, din care:
  - o 8.748 mii lei sponsorizare echipa de handbal OLTCHIM ( 98 %)
  - o 100 mii lei sponsorizare echipa de fotbal OLTCHIM

Prin sponsorizarea pe care S.C. OLTCHIM S.A. Rm. Valcea o efectueaza catre Clubul Sportiv de handbal OLTCHIM, se realizeaza de fapt reclama si publicitate pentru societate, care este prevazuta prin Bugetul de venituri si cheltuieli.

Clubul Sportiv de Handbal OLTCHIM prin rezultatele obtinute a contribuit semnificativ la dezvoltarea relatiilor comerciale ale societatii. Astfel OLTCHIM a ajuns un brand atat prin calitatea produselor sale cat si prin echipa de handbal.

OLTCHIM, pe langa produsele de masa industriale, a comercializat si produse destinate pietei de larg consum, iar, prin echipa de handbal, a reusit sa faca reclama societatii pe posturile de televiziune atat din Romania cat si din strainatate.

Astfel, profilele de usi si ferestre din PVC, produse sub marca RAMPLAST, prin publicitatea efectuata la meciurile de handbal, au ajuns sa fie unele din cele mai vandute din Romania. Datorita cresterii cererii, OLTCHIM a majorat capacitatea initiala de productie de la 2.000 to/an la 15.000 to/an. Prin reclama efectuata la meciurile internationale televizate, s-a ajuns sa se vanda produse RAMPLAST in Bulgaria, tarile din fosta Iugoslavie, Moldova. Capacitatea fabricii de profile din PVC RAMPLAST a crescut de 7,5 ori.

Un alt produs destinat pietei de larg consum il reprezinta hipocloritul de sodiu produs de OLTCHIM si utilizat la realizarea produselor fabricate de PROCTER & GAMBLE, unde, pentru produsul "ACE", acest client achizitioneaza in prezent 13.000 to/an de hipoclorit fata de numai 7.000 to/an in anul 2004.

Aceste lucruri s-au realizat datorita popularitatii si prestigiului de care se bucura echipa de handbal OLTCHIM atat in Romania cat si pe plan international.

Un meci de handbal dureaza aproximativ 70 minute si la un meci televizat in tot acest interval se face reclama pentru produsele OLTCHIM SA.

O estimare a efectelor sponsorizarii echipei de handbal feminin ar putea fi facuta prin comparatie cu cheltuielile de marketing ce ar fi trebuit realizate pentru obtinerea aceluiasi efect mediativ.

Astfel, un spot publicitar de 30 de secunde, in care apare sigla companiei, costa in medie 6.000 EUR (medie determinata in functie de orele de aparitie, preturile televiziunilor din Romania si audienta estimata). In consecinta, pentru aparitia siglei OLTCHIM pentru o perioada de 70 minute, societate ar fi trebuit sa plateasca 840.000 EUR doar la un meci. Daca am lua in considerare aceste aparitii la un interval de o luna, ar rezulta cheltuieli de publicitate care ar fi trebuit efectuate de minim 10 milioane EUR pe an.

In consecinta, sponsorizarea si sustinerea echipei de handbal feminin reprezinta cea mai buna, cea mai ieftina si cea mai eficienta modalitate de promovare a numelui si marcii OLTCHIM si a produselor sale atat pe plan intern cat si international.

**Presedinte al Consiliului de Administratie,  
Dascalu Constantin**



**Director General,  
Roibu Constantin**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Roibu Constantin".