



УЧИМСЯ РАЗГОВАРИВАТЬ С РЫНКОМ ПО-НОВОМУ

«Ассоциация развития финансовых коммуникаций и отношений с инвесторами» (АРФИ), ММВБ, «Интерфакс Бизнес Сервис» (специализированная компания по оказанию услуг в сфере *IR*) и агентство «Прайм-ТАСС» представили препринт первого базового учебного пособия по *IR* — книга «Организация отношений с инвесторами: российская и зарубежная практика».

Российские эмитенты, решаясь сегодня впервые выйти на фондовый рынок, сталкиваются со значительно более конкурентной средой и более высокими требованиями. Инвесторы, еще не забывшие об уроках кризиса, хотят видеть доказательства, что компании, акции которых им предлагаются, действительно являются конкурентоспособными, имеют хороший менеджмент, четкую стратегию и приемлемый уровень корпоративного управления. В этих условиях возрастает роль работы, связанной с выстраиванием эффективных отношений с инвесторами — того, что пока в России все еще чаще называют на языке оригинала *investor relations*.

Среди российских эмитентов первопроходцем в сфере *investor relations* стало ОАО «Вымпелком» (*VimpelCom*), листинг которого в 1996 г. стал первым с 1903 г. случаем размещения ценных бумаг российской компании на Нью-Йоркской фондовой бирже. В 2008 г. по инициативе АРФИ в Квалификацион-

ный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих впервые была включена позиция специалиста по связям с инвесторами. Таким образом, эта профессия, история которой в России едва насчитывает семь-восемь лет, получила законный статус. Большинство же компаний впервые сталкиваются с *IR*, то есть с необходимостью выстраивать отношения с текущими и потенциальными инвесторами, в момент начала подготовки к *IPO*.

Первичное размещение акций — это не просто процесс привлечения денег, но и раскрытие информации о компании согласно требуемым стандартам. Причем это не разовое мероприятие, а постоянный процесс. Информация, необходимая инвестору для принятия решения о покупке акций, не зависит от того, большая компания или нет, закрытая или уже публичная. Даже в случае личной заинтересованности инвестор не всегда может провести решение о покупке при отсутствии значимой ин-

формации — у большинства крупных инвесторов решение принимается кредитным и/или инвестиционным комитетом. Поэтому в период *IPO* особенно важно познакомиться и внедрить в компанию лучшую практику раскрытия информации.

Поэтапно *IR*-программу будущей публичной компании можно представить следующим образом.

1. Повышение информационной открытости

Задачи:

Предоставление качественной информации для анализа инвестиционной привлекательности.

Решение о покупке акций в большинстве крупных инвесторов приходит через кредитный и/или инвестиционный комитет, в отсутствие информации даже заинтересованный инвестор не сможет провести такое решение.

Объяснение ключевых рисков и си-



стемы управления ими в компании.

Демонстрация потенциала роста и уникальности компании.

Формирование истории раскрытия информации.

РЕШЕНИЯ:

Подготовка на сайте компании специального раздела для инвесторов.

- Отчетность компании
 - Официальная отчетность — по РСБУ и МСФО (при наличии) с архивом за предыдущие годы
 - Отчетность, подготовленная для анализа, с целью сократить затраты инвестора на анализ и снизить возможность ошибок и неверной трактовки цифр официальной отчетности
 - Новости (пресс-релизы) для инвесторов
 - Архив документов с ключевыми вехами в истории компании
 - Сопровождение всех ключевых этапов сделки выпуском пресс-релизов
 - Бизнес и рынок компании
 - Информация о компании: акционеры, менеджмент, клиенты, активы и т.п.
 - Информация о рынке компании: конкурентная среда и перспективы
 - Информация о выпуске ценных бумаг
 - Обязательное раскрытие информации
 - Ключевые характеристики ценных бумаг компании
 - Подготовка ключевых документов для инвесторов
 - Презентация для инвесторов: компания и ее ценные бумаги
 - Справочник инвестора (аналитика) по компании — единый документ о компании с модульной структурой
- Совершенствование годового отчета компании — создание задела на будущее.

2. Информационная поддержка

ЗАДАЧИ:

- Повышение известности компании
 - Самая хорошая, но никому не известная компания не сможет продать свои ценные бумаги. Хорошую отчетность и полезный сайт необходимо донести до целевой аудитории
- Повышение доверия к компании, ее акционерам и менеджменту
 - Самое главное в компании — это

менеджмент и акционеры. Красивая презентация может вызвать интерес, но доверие к компании — это прежде всего доверие к акционерам и менеджерам. Инвестору важно знать, как принимаются и выполняются решения в компании, поэтому важно позиционировать и представить менеджмент, показать структуру корпоративного управления.

- Формирование архива сведений о компании в публичных источниках
 - Самый простой способ проверки сведений о компании — поиск информации о ней в новостных и статистических базах данных. Если никакой информации там нет — где гарантия, что критически важная информация не была упущена при анализе?

РЕШЕНИЯ:

Предоставление информации инвесторам через СМИ

- Интервью руководителя эмитента
 - Для небольшой компании невозможно добиться интервью в ведущих деловых печатных СМИ, но намного более важно, чтобы интервью было доступно заинтересованному инвестору в базах данных и Интернете, чем чтобы его увидели незаинтересованные читатели газеты, которая через час будет выброшена.
- Проведение пресс-конференций
 - Привлечение информационных партнеров гарантирует появление нескольких новостей с пресс-конференции и присутствие журналистов ведущих СМИ
- Информирование иностранных инвесторов по каналам финансовых информационных агентств, деловых СМИ

Привлечение потенциальных инвесторов и формирование архива информации о компании на будущее в крупнейших международных и российских информационных системах — Интернет-факс, Прайм-ТАСС, Reuters и др. ведущих финансовых интернет-сайтах, а также доставка пресс-релиза компании в ведущие международные издания.

Презентации для инвесторов

- Проведение интернет-конференции с руководством компании или
- Проведение интернет-презентации компании (webcast)

Возможны разные форматы: аудио и видео, в записи или с участием инвесторов и аналитиков, на одном или нескольких языках.

3. Работа с аналитиками инвестиционных банков

ЗАДАЧИ:

- Анализ репутации и восприятия компании рынком
 - Выявление проблемных моментов и возможных вопросов инвесторов к компании в процессе роуд-шоу.
- Стимулирование публикации аналитических отчетов о компании другими банками
 - Появление отчетов о компании инвестиционных банков, не являющихся организаторами выпуска, позволяет расширить круг потенциальных покупателей ценных бумаг и упрощает размещение.
- Повышение качества инвестиционного меморандума и эффекта от презентаций компании
 - Опрос инвестиционных аналитиков по сути является сбором компетенции с рынка, он позволяет увидеть компанию сторонним взглядом с учетом опыта и информации доступной рынку от других эмитентов.

РЕШЕНИЯ:

- Опрос инвестиционных аналитиков и прессы
 - Выяснение интереса к компании
 - Прямой обзвон аналитиков, инвесторов, представителей финансовых СМИ.
 - Анализ восприятия компании
 - Что аналитики знают о компании? Как они относятся к компании и ее менеджменту? В чем видят основные риски бизнеса?

Иногда участники рынка располагают неверными сведениями о компании (например, полагают, что она реально контролируется другими лицами), неверно понимают стратегию, позиционирование компании или их мнение о компании сложилось под влиянием общения с конкурентами, которые ранее выходили на рынок со своими ценными бумагами и подчеркивали свои преимущества.

Если аналитик имел возможность поговорить со многими участниками рынка, он иногда имеет даже лучшее представление о рынке, чем сама компания. В таком случае опрос позволяет принести компании очень ценную информацию для подготовки инвестиционного меморандума и презентации.

- **Формирование рекомендаций**

Проведение исследования восприятия компании позволяет дать важные рекомендации относительно позиционирования компании, подготовки встреч и презентационных материалов.

Часто компания сомневается, стоит ли предоставлять ту или иную информацию. Но если об этом и так все знают или догадываются, умолчание только подорвет доверие инвесторов.

4. Консультации по работе с инвесторами и СМИ

ЗАДАЧИ:

- Создание в компании *IR*-службы (подготовка специалиста)

После выпуска акций начинается жизнь компании на публичном рынке. Компании предстоит большой объем работы по обязательному раскрытию информации и предоставлению информации инвесторам по запросам. Если такую работу не вести неизбежно угасание интереса к компании, снижение капитализации.

- Формирование в компании системы подготовки качественной информации для инвесторов

Компании предстоит регулярно обновлять опубликованную информацию, поддерживать интерес инвесторов и СМИ к своему бизнесу, повышать доверие к менеджменту, справляться с кризисными ситуациями.

- Решение текущих задач по работе с инвесторами и СМИ в процессе размещения.

РЕШЕНИЯ:

Консультационная поддержка компании в период после завершения эмиссии:

- Тренинги и обучение специалиста по связям с инвесторами

В каждой компании уже есть специалисты, которые выполняют те или иные *IR*-функции, просто этот блок работы еще не выделен в самостоятельное направление.

На первой стадии *IR*-специалист может совмещать работу с иными обязанностями (как правило, в финансовой службе компании)

Наиболее проблемный момент, который может потребовать поиска сотрудника на стороне — хорошее владение английским языком.



- Консультации по раскрытию информации и юридическим ограничениям

Раскрытие информации в процессе размещения акций ограничено российскими и иностранными законами. Важно знать и соблюдать эти требования, но помнить, что в большинстве случаев никаких реальных санкций за нарушение не будет, а риски являются управляемыми.

- Периодические консультации специализированного *IR*-агентства

Эффективная мера при столкновении *IR*-службы компании с новыми задачами, во время кризиса или при появлении на рынке негативной информации.

Если говорить о лучшей практике, то дополнительно к базовой программе можно предпринять следующие шаги:

5. Адресная информационная компания среди инвесторов (в координации с инвестбанком)

ЗАДАЧИ:

- Привлечение к размещению дополнительных инвесторов

Работа с портфельными инвесторами при размещении ценных бумаг помогает повысить диверсификацию инвесторов

- Формирование контактных листов для работы на вторичном рынке

Адресная работа подразумевает знание контактов и развитие отношений с инвесторами.

РЕШЕНИЯ:

Опрос инвесторов и аналитиков с предоставлением информации о компании

- Выяснение интереса к компании

Личное общение с лицами, принимающими решение в компаниях-инвесторах (управляющий активами, инвестиционный аналитик и т.п.) с целью выявления интереса к выпуску ценных бумаг компании с учетом качества эмитента, объема эмиссии и других факторов. Одновременно выясняются информационные потребности инвестора, желание встретиться с компанией и организаторами выпуска.

Данный блок дополняет и поддерживает работу службы продаж банков-организаторов, формирует пул контактов для передачи банку для сбора заявок.

- Анализ восприятия компании

С кем инвесторы сравнивают компанию, что необходимо для того, чтобы повысить привлекательность ее акций на рынке? Что инвесторы знают о компании и ее менеджменту? В чем видят основные риски бизнеса?

Иногда участники рынка располагают неверными сведениями о компании (например, полагают, что она реально контролируется другими лицами) или их мнение о компании сложилось под влиянием общения с конкурентами, которые ранее выходили на рынок со своими ценными бумагами и подчеркивали свои преимущества.

- Формирование рекомендаций

Проведение исследования восприятия компании позволяет дать важ-





ные рекомендации относительно позиционирования компании, подготовки встреч и презентационных материалов.

Часто компания сомневается, стоит ли предоставлять ту или иную информацию. Но если об этом и так все знают или догадываются, умолчание только подорвет доверие инвесторов.

Иногда общение с инвесторами ведет к появлению рекомендаций относительно поддержания вторичного рынка акций компании.

Подготовка независимого аналитического исследования

ЗАДАЧИ:

- Информирование о бизнес-среде работы компаний

Компания и инвестиционный банк не располагают достаточным объемом информации, чтобы оценить рыночные позиции компании, ее конкурентную среду и перспективы рынка. Это довольно типичная ситуация для компаний, работающих в узких сегментах рынка и в регионах России.

- Необходимо наличие публичных источников информации о компании

Значительная часть информации, используемой для подготовки инвестиционного меморандума, базируется на оценках компании и организатора выпуска. Необходимо наличие публично доступного независимого источника информации о компании и рынке.

РЕШЕНИЯ:

Подготовка независимого отчета IR-агентством или агентством по маркетингу

- Сбор информации о рынке

Часто для получения информации о рынке необходимо провести опрос участников рынка. Дополнительным источником сведений о рынке может быть опрос экспертного сообщества и оценки, данные независимыми экспертами, а не эмитентом или организатором выпуска. Часто желательно привлечение информации из международных баз данных.

- Подготовка статьи и исследования для публикации в Интернете
- Координация с планами компании

В некоторых случаях представители компании могут выступать экспертами исследования, что дает дополнительные возможности для позиционирования менеджмента компании.

Если планы компании на рынке капитала являются долгосрочными, возможна разработка регулярного информационного продукта, который будет можно использовать в будущем.

7. Подписка на базу данных для IR-службы (Thomson One for IR)

ЗАДАЧИ:

- Анализ потенциальных инвесторов

Насколько инвестор подходит для компании? Инвестировал ли он средства в акции конкурентов?

Как выбрать между различными инвесторами при переподписке книги заявок. Цена — не единственный, а иногда и не главный критерий выбора для компании.

- Автоматизация деятельности IR-службы

Thomson One for IR позволяет автоматизировать значительную часть рутинной работы IR-службы: учет взаимодействия с инвесторами и поддержание базы контактов. Время IR-команды освобождается для содержательной работы.

РЕШЕНИЯ:

База данных для IR-службы *Thomson One for IR*

- Информация об иностранных инвесторах

Контактная информация, сведения о структуре активов, крупнейших вложениях в акции, аффилированность с другими компаниями и фондами, последние покупки, продажи акций

Каков стиль инвестирования инвесторов? Раскрывают ли они информацию о своих вложениях?

- Информация об иностранных акционерах публичных компаний

Кто является акционерами других публичных компаний в том же секторе и России и за рубежом?

Региональная группировка, доли в капитале, динамика вложений.

В какие именно инструменты вложены средства (российские акции, *GDR*, *ADR*)

- Консенсус-прогнозы и фундаментальные показатели компаний

Лента отчетов аналитиков по компаниям

Консенсус прогнозы инвестиционных аналитиков по российским и иностранным компаниям — основа для построения системы оценки компании по ключевым коэффициентам.

Фундаментальные показатели (балансы, отчеты о прибылях и убытках, денежные потоки) российских и иностранных компаний.

- Рыночные показатели

Динамика котировок и объем торгов на различных биржах.

- Система управления контактами

Ведение и автоматическое обновление базы данных контактов.

Ведение учета взаимодействий с инвесторами

Проведение адресной рассылки информации инвесторам.

По прогнозам инвестиционной компании «Тройка Диалог», в течение ближайших 12–18 месяцев на рынок первичных размещений акций выйдут 30 компаний.

Вызовы, которые стоят сегодня перед готовящимися к IPO компаниями, хорошо иллюстрирует статистика: по итогам 109 состоявшихся размещений российских компаний только в 25% случаев динамика акций была лучше рынка хотя бы на 10%. В то же время в 61% случаев динамика бумаг после IPO, по крайней мере, на 10% была хуже рынка.

Компании, чтобы убедить рынок, что эти исторические аналогии к ней не подходят, нужно действительно эффективная и целенаправленная работа с инвесторами. ■

