

TRANSPARENTNA SPÓŁKA

Dobra komunikacja to klucz do sukcesu każdego emitenta

Ranking > W środę w siedzibie GPW wręczono dyplomy najbardziej transparentnym firmom notowanym na giełdzie.

Agnieszka Zielińska

agnieszka.zielinska@parkiet.com

Już po raz drugi redakcja „Parkietu”, we współpracy z Instytutem Rachunkowości i Podatków (IRiP), przeprowadziła ranking, którego celem było wyłonienie najbardziej przejrzystych spółek z trzech głównych indeksów (WIG20, mWIG40 i sWIG80). Powstał on na podstawie badania ankietowego, które obejmowało takie obszary jak: sprawozdawczość finansowa i raportowanie, relacje inwestorskie i zasady ładu korporacyjnego.

W tym roku ankietę zawierała łącznie 23 pytania, za które można było łącznie uzyskać

maksymalnie 35 punktów. – Badanie jest próbą odpowiedzi na pytanie, co powinno być ważne w komunikacji z rynkiem, jakie informacje, fakty lub zdarzenia odgrywają najważniejszą rolę dla inwestorów. Głównym celem jego powstania jest więc podniesienie jakości komunikacji spółek publicznych z rynkiem – mówi Małgorzata Gula, prezes Instytutu Rachunkowości i Podatków.

Transparentność to standard

Na podstawie przeprowadzonej ankiety zostało wyłonionych 28 emitentów, którzy z wynikiem 30 i więcej punktów znaleźli się na wspólnym podium i otrzymali dyplom „Transparentnej spółki 2017”.

Spośród największych firm w gronie najbardziej transparentnych znalazły się m.in. mBank, PKN Orlen, Cyfrowy Polsat, PGNiG, PKO Bank Polski, PZU, Tauron. Z mWIG40, indeksu średnich spółek, wyróżnienie otrzymały Giełda Papierów Wartościowych, PKP Cargo, Bank Handlowy, Grupa Azoty. Spośród małych przedsiębiorstw najbardziej przejrzyste okazały się m.in. Elektrobudowa, Polski Holding Nieruchomości oraz Ferro.

Profesor Marek Wierzbowski partner Wierzbowski & Partners

Wejście w życie rozporządzenia MAR zwiększyło zakres samodzielności i odpowiedzialności spółek publicznych za wykonanie obowiązków informacyjnych. Polski inwestor ma wysokie oczekiwania co do komunikacji z emitentami, podobnie jak giełda czy KNF. Odzwierciedlają to dobre praktyki, które – chociaż traktowane jako tzw. soft law – postrzegane są szeroko jako wiążące zobowiązania emitentów. Ranking Transparentna Spółka pokazuje obszar o dużej wadze dla naszego rynku. Cieszy odzew, jaki wywołał wśród dużych spółek, w tym z udziałem Skarbu Państwa. W kolejnych edycjach liczyłbym jednak na szerszą odpowiedź mniejszych spółek. One również, a może właśnie tym bardziej one, powinny zabiegać o względy inwestorów. ©©

Dla wyróżnionych prawidłowe raportowanie, przestrzeganie dobrych praktyk i dbałość o dobry kontakt z rynkiem to standard, który przekłada się bezpośrednio na zaufanie wśród inwestorów. Ich zdaniem przyczynia się do tego właśnie transparentność. – Informacje są kluczowe w budowaniu opinii o spółce i co za tym idzie, podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Ważne jest też, czy są one prezentowane według określonego schematu i w określonym czasie. Odstępstwa od tych zasad wywołują często nerwowość wśród inwestorów. Dlatego prawidłowe raportowanie oznacza kompletną, terminową prezentację wyników finansowych, bez żadnych zastrzeżeń biegłego rewidenta i kar nadzorczy – ocenia Gula.

DARIUSZ JAROSZ prezes Martis Consulting

Prawidłowe raportowanie i przestrzeganie dobrych praktyk jeszcze nigdy nie było tak ważne, biorąc pod uwagę perturbacje związane z problemami spółki GetBack. Bez rzetelnego wypełniania obowiązków informacyjnych i sprawnego systemu sprawozdawczości finansowej można stracić wiarygodność. Transparentna spółka to nie tylko taka, która ma dużo do powiedzenia, aby oczarować rynek, ale również ta, która potrafi dbać o bezpieczeństwo prowadzonego biznesu oraz odpowiedzialnie z wyprzedzeniem komunikuje sytuację, w jakiej się znajduje. Jeżeli nie potrafi tego zrobić pozostaje jej ucieczka do przodu, do czasu, gdy rynek powie „sprawdzam”. To częste w przypadku spółek publikujących jako ostatnie raporty finansowe, które zwlekają z momentem przyznania się do słabych wyników. Dobrą praktyką jest więc obowiązek przekazywania informacji, zanim pojawią się w raportach. Ostatnie wydarzenia to przestroga dla spółek próbujących uwodzić rynek. Jeśli jest ich za dużo w mediach, sponsorują niemal wszystkie imprezy, szef nie grzeszy skromnością, a firma ma mocarstwowe plany, inwestorom powinno się zapalić żółte światło. Rozbudzone oczekiwania zawsze wcześniej czy później odbiją się czkawką. ©©

Jej zdaniem ważne jest, aby prezentacja wyników odbyła się standardowo, niezależnie od tego, czy są one lepsze czy gorsze w danym okresie. W ten sposób buduje się zaufanie do rynku i łatwiej wytłumaczyć trudniejsze momenty w życiu emitenta.

Kolejną kwestią są kluczowe informacje, niezbędne do funkcjonowania spółek publicznych, które przekonują inwestorów do tego, że spółka działa według określonych zasad, akceptowanych przez rynek, a więc: posiadanie strategii, publikowanie prognoz czy polityki dywidendowej.

– Niezwykle istotne w budowaniu opinii transparentnej spółki są również spotkania z inwestorami i akcjonariuszami. W dyskusji o

ERNEST PYTLARCZYK dyrektor analiz i relacji inwestorskich mBanku

Transparentność to dla nas podstawowa zasada komunikacji z rynkiem, którą osoby zajmujące się relacjami inwestorskimi w mBanku kierują się od wielu lat. To nie tylko szeroki zakres danych przekazywanych w sprawozdaniach finansowych, ale również wiele ciekawych danych, które publikujemy w dodatkowych materiałach dostępnych na stronie internetowej. Ich lista jest długa: to przede wszystkim plik zawierający kwartalne dane finansowe i biznesowe z historią od 2006 r. oraz narzędzie do przeglądania i analizy danych mBank Analyzer, materiały na temat strategii mBanku, prezentacja dla nowych inwestorów czy prezentacja dla inwestorów w dłużne papiery wartościowe. Zawsze staramy się szybko reagować na wszelkie zapytania analityków i inwestorów, zarówno instytucjonalnych, jak i indywidualnych. Uczestniczymy też w wielu konferencjach krajowych i zagranicznych oraz kilka razy w roku organizujemy tzw. roadshow, aby dotrzeć do inwestorów

i dać im szansę lepszego poznania naszej spółki. To wszystko przyczynia się do lepszego postrzegania banku na rynku oraz poprawia wycenę na giełdzie. ©©

Grzegorz Zawada wiceprezes Noble Securites

Decydując się na notowanie swoich akcji czy obligacji na rynku publicznym, spółki podejmują istotne zobowiązania wobec inwestorów, spośród których jednym z najważniejszych jest zwiększanie wartości spółki dla akcjonariuszy, przy zachowaniu dbałości o pozostałych interesariuszy. Jednym z podstawowych narzędzi realizacji tych zobowiązań jest właściwa komunikacja z rynkiem, nazywana relacjami inwestorskimi. Nawet dobrze zarządzana spółka nie będzie dobrze postrzegana, o ile nie będzie w sposób rzetelny, przejrzysty i zgodny z obowiązującymi regułami gry komunikować się z rynkiem. Szczególnie ważne jest, aby nie ograniczało się to do wymaganych prawem raportów okresowych czy bieżących, ale obejmowało też udzielanie odpowiedzi na pytania podczas spotkań z inwestorami czy walnych zgromadzeń. To szczególnie ważne dzisiaj, gdy plotki czy pochopne opinie rozchodzą się błyskawicznie, wprowadzając inwestorów w błąd. Kodeks dobrych praktyk spółek notowanych na GPW jest zestawem dobrych wskazówek dla firm, jak działać, aby być dobrze postrzeganym przez inwestorów. Coraz częściej podejmują oni decyzje inwestycyjne, weryfikując je pod kątem stosowania kodeksu przez spółkę będącą przedmiotem inwestycji. Oczywiście nie należy zapominać, że najlepszy nawet kodeks czy sposób komunikacji nie zastąpi uczciwości i rzetelności w prowadzonej działalności. ©©

