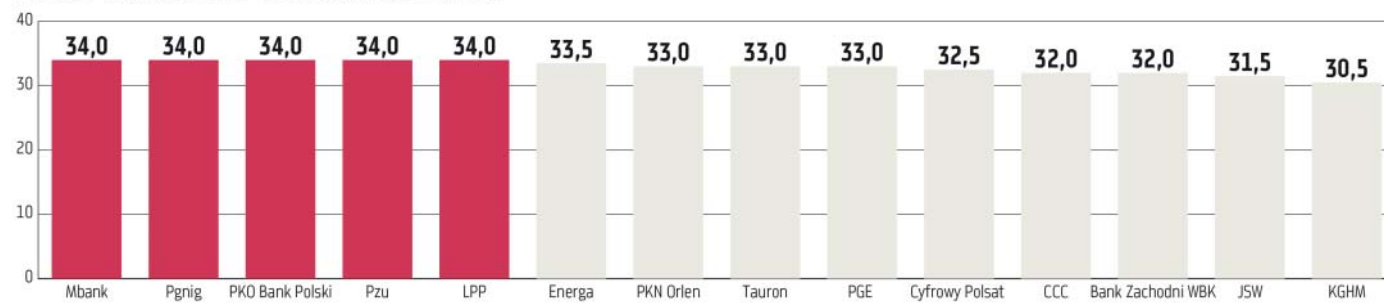
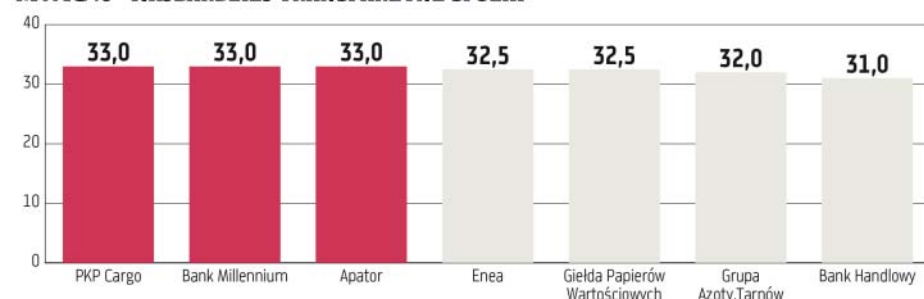


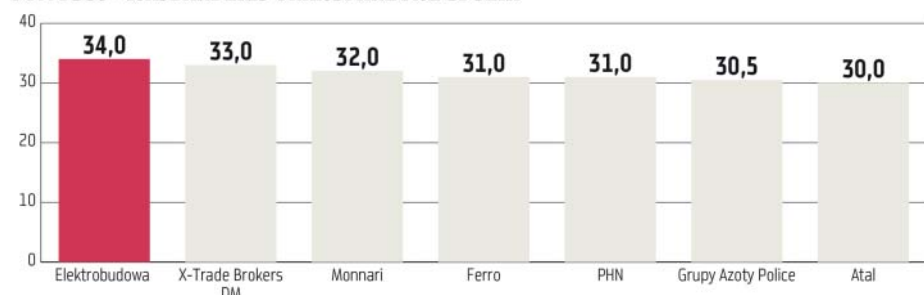
## WIG 20 - NAJBARDZIEJ TRANSPARETNE SPÓŁKI



## MWIG40 - NAJBARDZIEJ TRANSPARETNE SPÓŁKI



## MWIG80 - NAJBARDZIEJ TRANSPARETNE SPÓŁKI



transparentności bardzo ważne jest więc, aby emitent miał świadomość oczekiwań interesariuszy, starał się wychodzić im naprzeciw i był konsekwentny w budowaniu tych relacji – tłumaczy Małgorzata Gula.

## Warto ponieść koszty dla korzyści

Wyróżnione spółki podkreślają, że nie należy niczego ukrywać przed potencjalnymi inwestorami. Ponieważ tylko na podstawie rzetelnych danych, przedstawiających pełen obraz działalności spółki, inwestor może właściwie ocenić atrakcyjność akcji.

– Transparentność to otwartość na kontakty z ekspertami i inwestorami. Przejrzysty i aktualny serwis inwestorski na stronach internetowych, gdzie można znaleźć nie tylko raporty bieżące i okresowe, ale również wiele dodatkowych informacji, szeroko opisujących różnorodne aspekty działalności spółki, w tym kalendarz wydarzeń, relacje z obrad walnych zgromadzeń, rekomendacje analityków i prezentacje – mówi Karol Żbikowski, przewodniczący rady nadzorczej Elektrobudowa. Jego zdaniem, dbając o należyte relacje z uczestnikami rynku oraz równy dostęp do informacji, warto wykorzystywać do komunikacji raporty okresowe oraz raporty bieżące, za pomocą których informuje się o aktualnych zdarzeniach.

Z kolei dla Jastrzębskiej Spółki Węglowej transparentność to przede wszystkim wiarygodność. Rozumiana jako klarowność, przejrzystość, jawność oraz równy dostęp do informacji. – To podstawa w kontaktach z inwestorami. Ta sama zasada obowiązuje nas w kontaktach z pozostałymi grupami interesariuszy. Prawidłowe raportowanie w oparciu o dobre praktyki, regularne spotkania zarządu spółki z analitykami, inwestorami, przedstawicielami mediów, kontrahentami oraz stroną społeczną, jak również łatwy i bieżący kontakt z osobami odpowiedzialnymi za relacje inwestorskie to filary polityki informacyjnej i kluczowe zasady komunikacji przyjęte w naszej spółce. Chodzi o taką komunikację z inwestorami, która pozwala na racjonalne podejmowanie decyzji inwestycyjnych – podkreśla Krzysztof Solus, dyrektor biura relacji giełdowych w JSW.



## CHCĄ BYĆ CZYSTE JAK ŁZA

64 firmy z WIG20, MWIG40 i MWIG80 chcą być transparentne. Transparentna spółka roku: Wyłoniliśmy 20 firm

7 kwietnia 2017 r.

[www.parkiet.com](http://www.parkiet.com)

Zwraca uwagę, że korzystają na tym inwestorzy i sama spółka, która – ciesząc się wiarygodnością na rynku kapitałowym – ma dostęp do tańszego kapitału.

Wyróżnione spółki zgodnie podkreślają, że praca nad transparentną komunikacją generuje koszty, ale warto je ponieść dla korzyści. – Aktywne przekazywanie informacji prowadzi do zwiększenia zainteresowania spółką i podjęcia decyzji o inwestowaniu w akcje podmiotu. Dobrze prowadzone relacje inwestorskie mogą więc istotnie podnieść wartość spółki – podsumowuje Karol Żbikowski. ©©

### Jacek Fotek

wiceprezes GPW

Transparentność ma ogromny wpływ na to, w jaki sposób spółka jest postrzegana na rynku. To również gwarancja, że prowadzi się działalność zgodnie z najwyższymi standardami, a dla szerokiego grona inwestorów to sygnał, że spółka jest zarządzana i prowadzona zgodnie z ich oczekiwaniami. Transparentność lub jej brak może również rzutować na wycenę oraz spowodować, że inwestorzy podchodzą do firmy z dystansem. Od 2002 roku, a więc praktycznie od pojawienia się na polskim rynku kapitałowym pierwszego zbioru zasad dobrych praktyk spółek notowanych na GPW, jesteśmy gospodarzem tego zbioru. Giełda ciągle je udoskonala i nadaje kształt miękkiej regulacji, w której od 2016 roku panuje zasada comply or explain, dzięki której możemy monitorować sposób wypełniania przez emitentów regulacji dotyczących zasad ładu korporacyjnego. Statystyki stosowania dobrych praktyk przez emitentów giełdowych wskazują na to, że rosnąca liczba spółek przekonuje się, że wyższe niż wynikające z przepisów prawa standardy prowadzenia komunikacji są efektywnym narzędziem kreowania dobrych relacji spółek giełdowych z inwestorami. Ich jakość jest więc jednym z czynników definiujących dojrzałość rynku kapitałowego. Cieszę się, że jesteśmy jako spółka giełdowa laureatem „Transparentnej spółki roku”, bo nasz przekaz buduje również wizerunek rynku. ©©



### Tomasz Kulik

członek zarządu i dyrektor finansowy PZU

Dbłość o kontakt z uczestnikami rynku kapitałowego, prawidłowe raportowanie i przestrzeganie dobrych praktyk są jednym z kluczowych elementów reputacji i zaufania do spółki. Pozwalają budować wartość firmy w etyczny i transparentny sposób. Transparentność na rynku kapitałowym ma bezpośredni wpływ na godziwą wycenę akcji spółki. Przesuwa punkt ciężkości w kierunku fundamentów i pozwala unikać sytuacji będących przedmiotem spekulacji i domysłów. Transparentność to też większa przewidywalność. Niezależnie od skali i wielkości portfela inwestora postępowanie w sposób transparentny jest podstawowym elementem budowy długoterminowego zaufania. Zaniedbania w tym zakresie mogą nie tylko powodować spadek kursu akcji, ale także wpływać na prowadzoną działalność. Dla nas transparentność to filozofia działania, której wymiar praktyczny jest widoczny w głównych obszarach kontaktu spółki z rynkiem. Począwszy od działań strategicznych, poprzez działania operacyjne i raportowanie, dbamy o adekwatne działania komunikacyjne. Najważniejszym i podstawowym elementem jest przestrzeganie przepisów prawa i zaleceń regulacyjnych. Kolejnym jest stosowanie dobrych praktyk w zakresie ładu korporacyjnego i komunikacji z uczestnikami rynku. Właściwa realizacja polityki transparentności wymaga stworzenia odpowiedniego środowiska do prowadzenia efektywnej komunikacji. Nieefektywność po stronie kanałów oraz struktury przekazu czy języka komunikacji może powodować zniekształcenia prowadzące do nieadekwatnej wyceny rynkowej. ©©

### Jak powstał ranking

Ranking Transparentna Spółka Roku 2017 został przeprowadzony na podstawie badania ankietowego, które obejmowało następujące obszary: sprawozdawczość finansową i raportowanie oraz relacje inwestorskie i zasady ładu korporacyjnego. Warunkiem uczestnictwa w nim było wypełnienie ankiety, którą otrzymały spółki z WIG20, MWIG40 i MWIG80. Ankieta zawierała łącznie 23 pytania. Za całość można było uzyskać maksymalnie 35 punktów. Dotyczyły one 2017 roku, czyli wszystkich upublicznionych w tym roku raportów, łącznie z raportem rocznym. Badanie w pierwszej części – sprawozdawczość finansowa i raportowanie – zawierała dziewięć pytań. Za prawidłowe odpowiedzi można było w tej części uzyskać 14 punktów. Część druga – relacje inwestorskie i zasady ładu korporacyjnego – zawierała 14 pytań, za które można było otrzymać maksymalnie 21 punktów. ©©

**PARKIET**

**ip** Instytut Rachunkowości i Podatków

Patron honorowy

**GPW**

Partnerzy merytoryczni

Prof. Wierzbowski & PARTNERS

**martis** CONSULTING

Sponsor brązowy

**NOBLE SECURITIES**  
DOM MAKLERSKI

Sponsor

**SUPERMEDIA INTERACTIVE SMI**