



ПОЛИМЕТАЛЛ



Опыт подготовки годового отчета публичной компании на примере ОАО «Полиметалл» и новые требования FSA

**V ежегодная практическая конференция
«Годовой отчет: опыт лидеров и новые стандарты»,
24 ноября 2008 г.**

Как мы разработали структуру годового отчета?

В 2007 г. ОАО «Полиметалл» провело IPO и разместило депозитарные расписки на LSE. Компании потребовалось пересмотреть свою практику годовых отчетов на предмет соответствия рыночным стандартам и адаптации к бизнес-задачам.

❖ Обзор предыдущих годовых отчетов Компании

Сильные стороны – подробный анализ операционной деятельности и финансовых результатов, рынков, нефинансовая информация, стратегия. Слабые стороны – недостаточно логичная структура, урезанный обзор корпоративного управления, отсутствие раздела рисков.

❖ Анализ отчетов компаний-конкурентов (Barrick, AGA, Gold Fields и пр.)

Отчеты проанализированы на предмет структуры, объемов предоставления информации об операционных и финансовых результатах, объеме и качестве нефинансовой информации и сведений об итогах корпоративного управления.

❖ Приведение структуры и контента годового отчета в соответствие с бизнес-приоритетами ОАО «Полиметалл»

Интеграция в структуру ГО акцентов в бизнесе компании. Получены в результате проведения интервью с топ-менеджментом, изучения интервью и выступлений спикеров в СМИ, на конференциях. Акценты – стратегия, корп. управление, люди, инвестиции в производство и геологоразведку.

❖ Введение обязательных для публичной компании элементов ГО

Добавлены разделы «Акционерный капитал», «Риски», информация по опционным программам.



Как формировался контент годового отчета?

Обобщив предыдущий опыт ОАО «Полиметалл» и проанализировав ГО конкурентов к подготовке текстом мы подошли с четким пониманием того, какая информация нам необходима, в каком объеме и как ее нужно будет структурировать в тексте.

❖ Интервью с топ-менеджерами ОАО «Полиметалл»

Проведены несколько интервью с топ-менеджерами компании, основная цель которых – понять приоритеты компании и получить ведение бизнеса, которое потом зафиксировать в тексте ГО. Тональность и ключевые тезисы ГО должны быть идентичны коммуникациям с инвесторами.

❖ Большой массив исходной информации

Внутренние презентации и отчеты, материалы road-show и конференций, проспект, корпоративная газета, пресс-релизы, материалы СМИ, вопросники для внутренних подразделений. Существенная часть материалов была подготовлена компанией самостоятельно.

❖ Акценты в тексте

Акценты расставлялись не только в содержании, но и по тексту. Отчет был разбит шмуцами на несколько частей исходя из приоритетов – корпоративное управление, стратегия, производство и пр. Врезки с людьми сами по себе подчеркивали важность этой составляющей бизнеса. Тексты врезок также готовились исходя из акцентов. Вводные тексты перед каждым разделом.

❖ Приобретение информации для подготовки качественного контента

Отсутствие в свободном доступе независимых данных о рынке золота и серебра. Для подготовки качественного раздела «Рынки» были приобретены аналитические отчеты GFMS и Silver Institute. Также использовались данные и аналитика специалистов компании.

❖ Визуальные элементы

Большое внимание табличным данным, графикам и диаграммам – для лучшего восприятия большого массива количественных данных и динамики по запасам и ресурсам, уровням добычи, инвестициям, share price и пр.



Английский язык – родной?

Для эмитента, GDRs которого торгуются на LSE, английская версия едва ли не важнее русской. Поэтому лучше готовить ГО сначала на английском, а потом делать русскую версию. В случае с ОАО «Полиметалл» такой подход был неэффективен – существенная часть менеджеров компании была только русскоязычной. Поэтому английский готовился практически одновременно с русской.

Как мы добились качественного английского языка:

- ❖ **«Тест» на английский язык**
Лучше заранее проверить, доволен ли менеджмент уровнем английского языка.
- ❖ **Обилие отраслевых и технических терминов – формирование «Словаря»**
Для того чтобы избежать проблем с подготовкой английской версии следует заранее составить и согласовать словарь терминов. Райтера, знакомого со спецификой отрасли, найти гораздо сложнее.
- ❖ **Привлечение английского райтера (не переводчик)**
Обязательное условие подготовки качественного английского текста.
- ❖ **Двойная «независимая» английская редакция**
Текст отправлялся профессиональному редактору, не знающему русского языка, а также собственному англоязычному редактору компании, не знакомому с русской версией текста ГО. Позволило минимизировать «русизмы» в английской версии.



Дизайн – имеет ли творческий поиск границы?

Мы верим в силу вдохновения и безграничный творческий поиск. Но каким образом организовать процесс создания дизайн-концепции и вдохновить творческую команду, чтобы иметь на руках результат к определенному сроку?

Мы уверены в эффективности следующего подхода:

- ❖ **Синергия контента и дизайна**

Приоритет контента над дизайном. Дизайн усиливает контент.

- ❖ **Четкий бриф – направления для идей и обязательные элементы**

Чем больше и конкретнее вы скажете дизайнерам о своих пожеланиях, тем более результативными будут их изыскания.

- ❖ **Минимизация уровней принятия решений по дизайну**

В случае с ОАО «Полиметалл» - генеральный директор и руководитель проекта. Идеальное сочетание.

- ❖ **Тесное взаимодействие всей команды при верстке и корректуре**

Дизайнеры и верстальщики - люди творческие, и не всегда могут учитывать специфику компании, знать правила переноса английских слов и грамотно расставить графики. Чем больше времени мы проводим в тесном контакте с ними, тем больше времени сэкономим в последствии.



Как достичь целевой аудитории?

Можно сделать отличный годовой отчет. Но результат будет ничтожен, если он не будет доставлен до аудитории. Каналы доставки могут быть самими различными.

❖ Прямая рассылка акционерам и инвестиционному сообществу

Все 500 экземпляров английской версии отчета разосланы зарубежным акционерам компании, аналитикам, потенциальным инвесторам, а также розданы в ходе road-show и индивидуальных встреч, зарубежных инвестиционных и отраслевых конференциях.

❖ Распространение среди органов власти и партнеров

Все 800 экземпляров русской версии были распространены среди органов власти в регионах присутствия компании, на встречах с партнерами, а также в ходе отраслевых конференций.

❖ Распространение электронной версии ГО

Годовой отчет продвигался также с помощью ресурсов и решений Euroland. По ее данным, с момента публикации отчета его электронную версию запросили более 600 заказчиков, среди которых – банки, компании и частные инвесторы. Кроме того, была подготовлена HTML-версия отчета, которая уже просмотрена более, чем 700 посетителями сайта.



Новые требования FSA – что нас ожидает в будущем?

Требования регламентированы новыми Disclosure and Transparency Rules (Правила раскрытия информации и прозрачности), а частности разделами 4.1. и 6.3. (DTR 4.1./6.3.). Нововведения применимы ко всем российским эмитентам, чьи депозитарные расписки допущены к торгам на регулируемом рынке LSE.

Что регламентируют новые правила:

- ❖ Элементы ГО
- ❖ Рекомендуемый контент ГО
- ❖ Сроки подготовки и публикации ГО
- ❖ Способы публикации ГО



Новые требования FSA – что нас ожидает в будущем? (продолжение 1)

Согласно правилам, в ГО должны входить отчет менеджмента, финансовая отчетность (IFRS или IAS), аудиторское заключение и заявления об ответственности. Впервые четко указаны обязательные элементы отчета менеджмента:

❖ Обзор бизнеса эмитента

- Анализ развития и результатов деятельности эмитента за год
- Анализ состояния бизнеса эмитента по итогам года
- Для проведения анализа рекомендуется использовать ключевые финансовые показатели
- Персонал и защиту окружающей среды также рекомендуется описывать с показателями

- Важнейшие события за период с конца финансового года на дату выхода ГО
- Описание перспектив развития эмитента
- Описание R&D деятельности
- Информацию, относительно выкупа собственных акций
- Данные о филиалах эмитента

❖ Описание ключевых рисков и неопределенностей (uncertainties)

- Описание риска ликвидности, кредитного и ценового рисков, риска денежного потока.
- В случае использования эмитентом финансовых инструментов необходимо описать систему финансового риск-менеджмента, а также способы хеджирования всех планируемых операций, для которых будет применяться хедж.



Новые требования FSA – что нас ожидает в будущем? (продолжение 2)

DTR 4.1. устанавливает четкие и более жесткие сроки подготовки, публикации и «хранения» годовых отчетов:

- ❖ ГО должен быть опубликован не позднее 4 мес. с момента окончания финансового года.
- ❖ ГО должен оставаться публичным и доступным в течение не менее 5 лет момента первого опубликования.



Новые требования FSA – что нас ожидает в будущем? (продолжение 3)

Кроме того, новые правила (DTR 6.3) регламентируют подходы и каналы публикации распространения годовых отчетов:

- ❖ ГО должен быть опубликован в максимально короткие сроки и быть доступен самой широкой аудитории.
- ❖ ГО необходимо раскрывать через уполномоченных RIS (regulated information services).
- ❖ Через RIS допускается раскрывать неполный ГО, но со ссылкой на сайт, где размещена полная версия ГО.



Новые требования FSA – ничего страшного

В целом новые требования FSA к подготовке годовых отчетов лишь кодифицировали лучшую практику в этой сфере. Большинство российских эмитентов давно выполняет и перевыполняет «новые» требования. Самый главный вызов – это срок выпуска отчета. Далеко не многие эмитенты имеют опыт его подготовки в такие сжатые сроки.





ПОЛИМЕТАЛЛ

public
area

Спасибо за внимание.

Public Area Corporate Communications
www.publicarea.ru