

## PYTANIA Z KONGRESU

### IX KONGRES RELACJI INWESTORSKICH SPÓLKEK GIEŁDOWYCH SEG, 7-8.06.2017

#### Panel dyskusyjny: Nowoczesne zarządzanie tworzeniem i dystrybucją informacji dla inwestorów

1. Poza raportami ESPI i EBI do inwestorów docierają też depesze PAP. Niektóre z nich to wywiady, relacje z konferencji prasowych. Ale inne to w zasadzie kopie raportów bieżących. Czy PAP kopiuje treść raportów z automatu, czy jakoś wybiera, o czym tworzy depesze? Wg jakiego klucza to się odbywa? Po co kopiować treść raportu do depeszy? Czy ona trafia do innych grup, ma większą szansę na przeczytanie przez inwestora?
2. Co można zrobić np. z raportem bieżącym, żeby jego treść trafiła do inwestorów? Jakimi innymi narzędziami dysponuje spółka? Np. rozesłać go w newsletterze? Napisać na jego temat komunikat prasowy i wysłać do mediów? Co Ciech robi w takich sytuacjach i jak podejmujecie decyzję o tym, które informacje, poza raportem bieżącym, powinny być komunikowane jeszcze innymi kanałami?
3. Mam komunikat prasowy i... trzeba go jeszcze wysłać do dziennikarzy. Oczywiście mogę mieć przygotowaną samemu bazę kontaktową i użyć zwykłego maila. Ale są też inne narzędzia, które usprawniają ten proces, np. biura prasowe online. Na czym one polegają i jakie mają przewagi nad wysyłaniem komunikatów prasowych po prostu mailem?
4. To, że komunikat dotrze do skrzynki dziennikarza, nie znaczy, że dziennikarz napisze na jego podstawie artykuł, ani że w ogóle przeczyta komunikat, czy nawet że go otworzy. Jak zainteresować dziennikarza komunikatem? Chwytny, "clickbaitowy" tytuł maila? Czy może trzeba mieć wcześniej zbudowane relacje z danym dziennikarzem? Jak to wygląda z punktu widzenia dziennikarza?
5. A czas wysłania komunikatu? Czy ma znaczenie?
6. Żeby komunikat był użyteczny dla dziennikarza, to wydaje mi się, że jednak dziennikarz powinien przyczynić się do jego stworzenia. Co prawda agencje PR często zatrudniają byłych dziennikarzy, ale może być tak, że nie mamy akurat pod ręką pracującej dla nas agencji. Czy biuro prasowe online może w tym pomóc? Jak taki proces wygląda? Jakie informacje spółka powinna Wam przekazać, żebyście napisali dobry komunikat prasowy? Jak pracochłonny i czasochłonny jest to proces?
7. Czy dziennikarze ekonomiczni to główny powód, dla którego Ambra prowadzi swoje konto na Twitterze, czy może chodzi o bezpośrednie dotarcie do inwestorów? A może o ogóle budowanie wizerunku spółki i jej marek? Do kogo kierujecie swój przekaz na Twitterze? Jak to przynosi efekty? Czy to jest kanał jednostronnego informowania, czy dwustronnych interakcji? No i wreszcie: ile czasu i zasobów to tak w praktyce wymaga?

8. **Najbardziej widocznym skutkiem depesz agencyjnych na temat spółki jest to, że pojawiają się one w licznych kopiach na różnych portalach internetowych, zwłaszcza tych, które mają własne ograniczone zasoby redakcyjne. A co z odbiorcami Waszych depesz, których nie widać na pierwszy rzut oka? Czy są tacy i kto to jest? Czy Wasze depesze docierają do analityków biur maklerskich, zarządzających i analityków funduszy? Czy oni czytają te depesze? Jak skłonić agencję, żeby zainteresowała się spółką i np. chciała przeprowadzić wywiad z prezesem (poza sytuacjami oczywistymi, czyli np. bycia spółką z WIG20, która właśnie ogłasza plan dużego przejęcia lub nową strategię)?**
9. **Nie każdy może łatwo zainteresować agencje lub inne media informacjami o swojej spółce. Pewnym rozwiązaniem jest w tej sytuacji budowa własnych mediów. Jakie narzędzia komunikacji online możemy jako spółka wykorzystać, by dotrzeć z informacjami o nas do inwestorów?**
10. **Twitter, któremu poświęciliśmy już trochę czasu, to nie jedyne medium społecznościowe. Nawet zaryzykuję twierdzenie, że nie jest to największe i najważniejsze medium, bo nie mówiliśmy o głównych graczach tego segmentu, czyli o Facebooku, Snapchacie i Instagramie. Są jeszcze media i komunikatory o trochę innych profilach, np. YouTube, Slideshare, LinkedIn, Whatsapp lub Pinterest. Które z nich są użyteczne w prowadzeniu relacji inwestorskich?**
11. **Mówiliśmy o narzędziach komunikacji online, które powstały ok. 10 lat temu, niektóre z nich są nawet młodsze. Ale jest jeszcze takie narzędzie, które ma ponad 20 lat i czuje się nadal bardzo dobrze: newsletter. Czy mechanizmu biura prasowego online nie da się przypadkiem wykorzystać do prowadzenia klasycznego newslettera, takiego gdzie inwestorzy zapisują się i otrzymują w miarę regularnie do swoich skrzynek mailowych informacje? Da się? Warto to zrobić? Na co zwracać uwagę?**

## **Panel dyskusyjny: Raportowanie niefinansowe**

### **Rola biegłego rewidenta w raportowaniu niefinansowym**

1. **Czy oświadczenia lub sprawozdania na temat informacji niefinansowych podlegają badaniu przez biegłego rewidenta? Znowelizowana Ustawa o Rachunkowości nie nakłada takiego obowiązku, ale oświadczenie na temat informacji niefinansowych stanowi część sprawozdania z działalności, które przecież podlega badaniu przez biegłego.**
2. **Czy sytuacja wygląda tak samo, czy inaczej w przypadku, gdy spółka skorzysta z opcji wykonania odrębnego sprawozdania na temat informacji niefinansowych, czyli umieści wszystko poza sprawozdaniem z działalności?**
3. **Jakich informacji oczekuje biegły, który ma potwierdzić prawdziwość faktu, że spółka wywiązała się z obowiązku? Czy biegły poświadcza sam fakt, że takie oświadczenie lub sprawozdanie zostało sporządzone? Czy sprawdza, że zawiera ono wszystkie niezbędne elementy? Czy może sprawdza, że te elementy są zgodne z prawdą i stanem faktycznym?**

4. Inaczej mówiąc, przećwiczmy to na przykładzie. Spółka w sprawozdaniu z działalności zamieściła wyodrębnione oświadczenie na temat informacji niefinansowych. W treści tego oświadczenia spółka napisała „Ala ma kota”. Czy biegły w takiej sytuacji potwierdzi, że spółka zamieściła stosowne oświadczenie? Czy może sprawdzi, czy zdanie „Ala ma kota” wyczerpuje niezbędne elementy oświadczenia na temat informacji niefinansowych określone w Ustawie o Rachunkowości? Czy może wreszcie biegły będzie sprawdzał, czy Ala faktycznie jest właścicielką kota?
5. Jeśli biegły ustali, że obowiązek zaraportowania informacji niefinansowych nie został przez spółkę wykonany lub został wykonany niedostatecznie, nieprawidłowo, to jak zareaguje? Czy w opinii biegłego pojawi się zastrzeżenie? Czy biegły może nie wydać swojej opinii?
6. Sprawozdanie finansowe i sprawozdanie z działalności dostarcza się zwykle do biegłego z pewnym wyprzedzeniem, żeby miał czas na zbadanie go i wydanie opinii. Z jakim wyprzedzeniem trzeba biegłemu dostarczyć raport na temat informacji niefinansowych?
7. Jeśli spółka zdecydowałaby, że mimo braku takiego obowiązku, chciałaby poddać swój raport niefinansowy badaniu biegłego, to z jakim kosztem się to wiąże? Przypomnę, że w styczniu podczas konferencji na temat raportowania informacji niefinansowych 31,7% respondentów powiedziało, że być może poddałoby raport niefinansowy badaniu biegłego, jeśli koszty takiego badania nie byłyby zbyt wielkie.

## **Panel dyskusyjny: Relacje inwestorskie jako sport ekstremalny**

### **Indywidualna odpowiedzialność za działania RI**

1. Co grozi osobie fizycznej, jeśli nie opublikuje w porę informacji poufnej?
2. A jakie są konsekwencje przedwczesnego opublikowania informacji?
3. Jakie osoby fizyczne zagrożone są sankcjami?
4. Jakie są przesłanki wszczęcia postępowania wobec zarządu?
5. Czy postępowanie jest wszczynane wobec zarządu, czy wobec członka zarządu?
6. Kiedy postępowanie może być wszczęte wobec rady nadzorczej?
7. Czy postępowanie jest wszczynane wobec rady nadzorczej, czy wobec członka rady nadzorczej?
8. Czy jeśli ktoś jest odpowiedzialny na relacje inwestorskie/raportowanie i nie jest w zarządzie, to może spać spokojnie? Jak wygląda sytuacja osoby zatrudnionej na umowę o pracę?

9. A jaka jest sytuacja osoby pracującej na umowę zlecenia, czy o dzieło?

10. Czym ryzykuje osoba pracująca na zasadzie samozatrudnienia?

11. Jaka jest odpowiedzialność w przypadku outsourcingu?

### **Wyzwania przy raportowaniu finansowym**

1. Kiedy informacja finansowa zawierana zwyczajowo w raporcie okresowym staje się informacją poufną? Jakie przesłanki o tym decydują?

2. W którym momencie w takiej sytuacji spółka powinna przekazać taką informację do wiadomości publicznej? Jak określić moment, w którym należy już przesłać raport poufny z taką informacją poufną?

3. Jak działać w sytuacji gdy sprawa dotyczy raportu rocznego i ewentualnych decyzji audytora – w którym momencie decyzje audytora dotyczące istotnych kwestii finansowych spółki wymagają zaraportowania w trybie informacji poufnej?

4. Jak zarządzać informacją finansową w tzw. międzyczasie? W ramach „ewolucji cenotwórczości” informacji finansowej w czasie?

5. Jakie ryzyka związane są z sytuacją, w której spółka nie uwzględni cenotwórczości danej informacji poufnej?

6. Ostatnio mieliśmy do czynienia z głośnym przypadkiem sankcji na PKN Orlen w związku z terminem ujawnienia odpisów aktualizujących (opis poniżej). Jak emitent powinien się zachować w podobnej sytuacji?

7. Jak mogłaby wyglądać sankcja dla PKN Orlen w dzisiejszej MAR-owskiej rzeczywistości?

8. Jak zatem przygotować spółkę do raportowania cenotwórczych danych finansowych?

9. Kara KNF dla PKN Orlen – opis przypadku

### **Panel dyskusyjny: Rynek rok po MAR: perspektywa emitentów**

1. Czy do percepcji zarządów przebiły się już nowe zagrożenia związane z MAR?

2. Co można zrobić, aby tę sytuację zmienić, aby uświadomić zarządom, że ich bezpieczeństwo finansowe zależy od sprawności spółki w zakresie giełdowego compliance?

3. Jak efektywnie monitorować listę osób blisko związanych?

4. **Jakie procedury spółka powinna mieć w zakresie raportowania transakcji menedżerów i osób blisko związanych?**
5. **W jaki sposób należy raportować bez katalogu?**
6. **Jak zmieścić nowe zadania w starym zakresie obowiązków? Czy w realiach MAR da się robić giełdowy compliance na ułamek etatu?**
7. **Co zrobić, aby podnieść znaczenie IR/raportowania w spółce?**

### **Panel dyskusyjny: Rynek rok po MAR: perspektywa nadzorców**

1. **Założenia MAR a rzeczywistość – czy pod nowymi regulacjami raportów jest mniej, a za to są lepsze?**
2. **Jak się zmienia wysokość i liczba kar?**
3. **Jakie informacje poufne są najczęściej przedmiotem opóźnienia?**
4. **Czy obowiązki wynikające z art. 19 MAR realizowane są w sposób prawidłowy?**
5. **Jakie są rozbieżności pomiędzy nadzorami w poszczególnych państwach odnośnie interpretacji MAR?**
6. **Jakie wyzwania nadzorcze wiążą się z MAR?**