

Regulamin Konkursu Złota Strona Emitenta XII

§ 1. ORGANIZATOR

Organizatorem Konkursu jest Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych z siedzibą przy ul. Nowy Świat 35 lok. 5A w Warszawie, zwane dalej SEG.

§ 2. CEL KONKURSU

Celem Konkursu jest wyłonienie najlepszych witryn internetowych spółek giełdowych w dwóch klasyfikacjach: Najlepszy serwis IR oraz Lider komunikacji online. W każdej klasyfikacji przewidziano następujące kategorie:

1. Spółki duże (spółki należące do indeksów WIG20 i mWIG40);
2. Spółki średnie (spółki należące do indeksu sWIG80);
3. Spółki małe (spółki notowane na rynku regulowanym nienależące do indeksów WIG20, mWIG40 i sWIG80 oraz spółki notowane na ASO NewConnect).

§ 3. UCZESTNICTWO W KONKURSIE

1. Konkurs skierowany jest do spółek giełdowych, których akcje w dniu 30 sierpnia 2018 roku są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie SA, w tym na rynku NewConnect.
2. Uczestnictwo w Konkursie dla kategorii spółek dużych i średnich nie wymaga zgłoszenia.
3. Uczestnictwo w Konkursie dla kategorii spółek małych wymaga zgłoszenia chęci udziału drogą mailową na adres zse@seg.org.pl do dnia 30 listopada 2018 roku.
4. W przypadku, gdyby w określonym terminie zgłosiła się niewystarczająca liczba spółek, Organizator Konkursu może odstąpić od kontynuowania konkursu dla kategorii spółek małych.
5. Postępowanie konkursowe poprzedzone będzie podziałem emitentów na 3 kategorie konkursowe.
6. Podstawą przydzielenia do danej kategorii jest przynależność do danego indeksu lub rynku wg stanu na 24 sierpnia 2018 r.

§ 4. ZASADY WYŁONIENIA NOMINATÓW I LAUREATÓW

1. Konkurs przebiegać będzie w trzech etapach.
2. Etap pierwszy postępowania konkursowego przeprowadzony będzie przez pracowników Biura SEG oraz osoby wskazane przez SEG.
3. Etap pierwszy obejmuje wstępną kwalifikację wg. formularzy zawierających 2 obszary w klasyfikacji „Najlepszy serwis IR” oraz 3 obszary w klasyfikacji „Lider

komunikacji online”, w nawiasach podane zostały maksymalne liczby punktów, które można uzyskać w każdym z tych kryteriów:

4. Etap pierwszy zakończony będzie wyborem 10 stron, które uzyskały największą liczbę punktów w każdej klasyfikacji, we wszystkich kategoriach konkursowych (łącznie 60 spółek). W sytuacji gdy najniższa liczba punktów kwalifikująca stronę do II etapu zostanie przyznana większej liczbie ocenianych stron, do II etapu kwalifikują się w pierwszej kolejności te spółki spośród wszystkich, które uzyskały taką samą ocenę, które osiągnęły krótszy czas odpowiedzi na zapytanie. Jeśli rozstrzygnięcie na podstawie tego kryterium nie będzie możliwe, do II etapu przechodzą wszystkie strony, które uzyskały najwyższą liczbę punktów kwalifikującą stronę do II etapu.
5. Etap drugi polegać będzie na wyłonieniu po trzech nominatów do nagrody w obu klasyfikacjach, w każdej z 3 kategorii konkursu (łącznie 18 spółek). Wyłonienia nominatów dokonuje Jury Konkursowe, złożone ze specjalistów w różnych dziedzinach. Wyboru składu Jury dokonuje Organizator. Każdy z uczestników zespołu Jury ocenia stronę wg. kryterium zgodnego z własną specjalnością i przypisuje jej ocenę punktową (0-10 pkt.). Maksymalnie w II etapie w każdej z klasyfikacji spółka może zdobyć po 40 punktów, po 10 punktów w każdym kryterium.
6. Etap trzeci polegać będzie na wskazaniu sześciu laureatów Konkursu. Dokona tego Kapituła Konkursowa, wyboru składu Kapituły dokonuje Organizator.
7. Po zakończeniu etapu I oraz etapu II spółka ma możliwość otrzymania nieodpłatnej ekspertyzy wskazującej indywidualny rezultat oceny oraz ma prawo zgłosić uwagi do wyniku oceny swojej strony internetowej. Prośby o przygotowanie powyższej analizy Organizator przyjmuje w wyznaczonych terminach:
 - 8–28 lutego 2019 - ekspertyzy oceny w I etapie;
 - 7-20 maja 2019 - ekspertyzy oceny w II etapie.
8. Po upływie powyższych terminów, prośby o przygotowanie ekspertyz nie będą przyjmowane, a uwagi spółek dotyczące wyniku oceny nie będą uwzględniane.
9. Czas przygotowania ekspertyzy wskazuje Organizator.

§ 5. KRYTERIA OCENY W PIERWSZYM ETAPIE KONKURSU

I. Klasyfikacja „Najlepszy serwis IR”

I.1. Zawartość strony (22)

Czy na stronie są zamieszczone:

- a) podstawowe dokumenty korporacyjne, a w szczególności statut i regulaminy organów spółki (1);
- b) życiorysy zawodowe członków organów spółki (1);
- c) raporty bieżące (1);
- d) raporty okresowe (1);
- e) roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej (1);
- f) informacja o strukturze akcjonariatu (1);

- g) kalendarium wydarzeń korporacyjnych (1);
- h) podstawowe wskaźniki finansowe spółki (1);
- i) aktualności i komunikaty prasowe (1);
- j) opinia Biegłego Rewidenta (1);
- k) szczegółowe informacje o ostatnim przeprowadzonym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy (1);
- l) wykres notowań spółki (1);
- m) informacje o polityce dywidendowej i/lub wypłaconych historycznie dywidendach (1);
- n) podstawowe dane na temat akcji spółki (kod ISIN akcji, ticker, przynależność do indeksów) (1);
- o) czy na stronie zamieszczono odnośniki do stron innych instytucji rynku kapitałowego (KNF, GPW, SEG, SII) (2);
- p) czy spółka udostępnia na stronie plik xlsx z danymi?
 - plik zaawansowany (plik zawierający poza danymi finansowymi dane operacyjne lub dane finansowe w podziale na segmenty; dane za min. 4 okresy sprawozdawcze) (3);
 - plik podstawowy (plik zawierający wyłącznie dane finansowe bez podziału na segmenty, lub plik z danymi finansowymi i operacyjnymi, ale bez historycznych danych) (1);
 - brak (0).
- q) czy spółka udostępnia pliki audio lub wideo na swojej stronie (pliki streamowane, do ściągnięcia lub w formie embedu lub linku do zewnętrznego serwisu, np. YouTube, Infostrefa)?
 - tak, przy czym w serwisie są dostępne co najmniej 4 nagrania dotyczące wyników okresowych lub innych zdarzeń z ostatniego roku (2);
 - tak, przy czym na stronie są mniej niż 4 nagrania dotyczące wyników finansowych lub innych zdarzeń z ostatniego roku (1);
 - nie (0);
- r) czy spółka udostępnia na stronie factsheet (rozumiany jako dokument o objętości nie większej niż dwustronne A4)? (1);

Użyte w tym kryterium dane dotyczące oceny factsheet będą pochodziły z odrębnego badania prezentacji inwestorskich prowadzonego pod patronatem SEG.

Poszczególne elementy będą sprawdzane w serwisie/sekcji inwestorskiej spółki. Jeśli elementy te nie zostałyby znalezione w serwisie/sekcji inwestorskiej, wówczas będą sprawdzane w wybranych sekcjach ogólnego serwisu korporacyjnego, np. „o spółce”, „ład korporacyjny”, „centrum prasowe”, „CSR”.

Z uwagi na fakt, iż technologia Flash jest wycofywana z użycia, zwracamy uwagę, że serwisy, które wykorzystują tę technologię nie uzyskują punktów za elementy wykorzystujące tę technologię (np. w przypadku wykresu kursu i notowań).

I.2. Użyteczność serwisu (17)

a) pozycjonowanie strony

Na jakiej pozycji w Google pojawiają się następujące odnośniki do strony internetowej spółki:

- „nazwa spółki”
- „nazwa spółki wyniki”
- „nazwa spółki inwestorzy”

(np. „Zwykła Spółka”, „Zwykła Spółka wyniki”, „Zwykła Spółka inwestorzy”)

W przypadku każdego z trzech wyszukiwań, spółka może uzyskać następującą liczbę punktów:

- odnośnik na miejscu 1 (2)
- odnośnik na miejscu 2-10 (1)
- odnośnik na dalszym miejscu (0)

b) wyszukiwarka na stronie:

- działająca wyszukiwarka (3);
- brak wyszukiwarki lub nie działająca wyszukiwarka (0);

Test wyszukiwarki na stronie polega na próbie wyszukania w niej następujących haseł:

- raporty
- przychody
- sprawozdanie
- akcjonariusze/akcjonariat
- WZA/Walne Zgromadzenie

Wyszukiwarka jest uznana za działającą, jeśli zwróci min. 3 z 5 powyższych wyników, przy czym wyniki aktualne będą prezentowane na górze listy wyników

c) RSS (1);

d) czy dostęp do strony jest zabezpieczony certyfikatem SSL? (1);

e) czy strona jest responsywna? (3);

f) jaki wynik osiąga strona w teście mobilności Google (<https://testmysite.withgoogle.com/intl/en-gb/>)?

- Excellent (3)
- Good (2)
- Fair (1)
- Poor (0)

II. Klasyfikacja „Lider komunikacji online”

II.1. Komunikacja mailowa (6)

a) jak szybko spółka odpowiada merytorycznie na pytania dotyczące relacji inwestorskich przekazane mailowo? Zostaną wysłane trzy zapytania mailowe od fikcyjnego inwestora. Punktacja w przypadku każdego maila:

- merytoryczna odpowiedź w ciągu 24h (2);
- merytoryczna odpowiedź w ciągu 24-48h (1);
- merytoryczna odpowiedź później niż 48h lub brak odpowiedzi (0);

II.2. Komunikacja z inwestorami po angielsku (5)

- rozbudowana treść w j. angielskim (w tym raporty bieżące i okresowe) (5);
- podstawowe treści w j. angielskim (1);
- brak wersji angielskiej (0).

II.3. Komunikacja za pomocą innych kanałów i narzędzi (15)

- a) czy spółka organizuje czaty dla inwestorów (na stronie jest zapis lub link do strony z zapisem czatu nie starszego niż 1 rok)? (1);
- b) czy na stronie spółki jest kontakt dla inwestorów? (1);
- c) czy spółka udostępnia newsletter dla inwestorów? (2);
 - tak, newsletter jest wysłany min. 1x w czasie trwania I etapu konkursu (2);
 - tak, ale w czasie trwania I etapu konkursu nie dotarł newsletter (1);
 - nie (0).
- d) czy spółka korzysta z mediów społecznościowych w komunikacji z inwestorami? (6);
 - spółka prowadzi konto w serwisie społecznościowym, publikuje w nim treści użyteczne dla inwestorów i wchodzi w relacje z innymi użytkownikami (3);
 - spółka prowadzi konto w serwisie społecznościowym i publikuje w nim treści użyteczne dla inwestorów (1);
 - brak kont w serwisach społecznościowych (0);

Spółka może uzyskać punkty za więcej niż jedno medium społecznościowe, ale z ograniczeniem możliwości zdobycia maksimum 6 punktów

- e) czy spółka udostępnia na stronie prezentacje inwestorskie i jaka jest ich zawartość? (5)
 - regularnie publikowane prezentacje wynikowe (min. 4 prezentacje dotyczące wyników okresowych w ciągu ostatniego roku) (1);
 - prezentacja zawiera podsumowanie / executive summary (1);
 - prezentacja zawiera informacje na temat rynku, na którym działa spółka (1);
 - prezentacja zawiera omówienie realizowanych przez spółkę działań / inicjatyw / inwestycji (1);
 - prezentacja zawiera komentarze / omówienie wyników finansowych (1).

W zakresie dotyczącym zawartości prezentacji badana jest najnowsza prezentacja dotycząca wyników rocznych, a w przypadku jej braku najnowsza prezentacja dotycząca wyników kwartalnych. W przypadku braku jakiegokolwiek prezentacji wynikowej w ostatnich 12 miesiącach 0 punktów.

Użyte w tym kryterium dane dotyczące oceny prezentacji będą pochodziły z odrębnego badania prezentacji inwestorskich prowadzonego pod patronatem SEG

§ 6. KRYTERIA OCENY W DRUGIM ETAPIE KONKURSU

I. Klasyfikacja „Najlepszy serwis IR”

1. Poprawność zastosowanych technologii i bezpieczeństwo serwisu.
2. Nawigacja i mobilność serwisu.
3. Design / wygląd serwisu.
4. Pogłębiona analiza zawartości serwisu.

II. Klasyfikacja „Lider komunikacji online”

1. Opinia inwestora instytucjonalnego / analityka.
2. Opinia inwestora indywidualnego.
3. Opinia dziennikarza.
4. Komunikacja telefoniczna i mailowa z inwestorami.

W przypadku, gdyby pełna ocena w którymkolwiek z kryteriów nie była możliwa, Organizator podejmie stosowne działania, mając na względzie konieczność zapewnienia sprawiedliwego rozstrzygnięcia.

§ 7. WYNIKI KONKURSU

1. Laureaci pierwszych miejsc w obu klasyfikacjach, w każdej z 3 kategorii konkursowych otrzymają Statuetki „Złota Strona Emitenta”.
2. Spółka, która została wskazana przez Kapitułę Konkursu jako Laureat, do czasu rozstrzygnięcia kolejnej edycji Konkursu ma prawo posługiwać się tytułem Laureata we wszelkich materiałach informacyjnych i reklamowych.
3. Spółka, której witryna internetowa uzyska nominację do czasu rozstrzygnięcia kolejnej edycji Konkursu ma prawo posługiwać się tytułem Nominata we wszelkich materiałach informacyjnych i reklamowych.
4. Kapituła zastrzega sobie prawo do nieprzyznania nagrody w którejkolwiek z kategorii.
5. Z zastrzeżeniem pkt. 1, nie przewiduje się nagród o charakterze finansowym lub rzeczowym.
6. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania nagród indywidualnych lub wyróżnień.

§ 8. TERMINY

1. Etap pierwszy rozpoczyna się 31 sierpnia 2018 roku i trwa do 31 stycznia 2019 roku.
2. Etap drugi rozpoczyna się 16 lutego 2019 roku i trwa do 26 kwietnia 2019 roku.
3. Etap trzeci rozpoczyna się 7 maja 2019 roku i trwa do 4 czerwca 2019 roku.
4. Konkurs zakończony zostaje ogłoszeniem werdyktu 5 czerwca 2019 roku, podczas XI Kongresu Relacji Inwestorskich Spółek Giełdowych SEG.
5. W uzasadnionych przypadkach Organizator ma prawo dokonać zmian w harmonogramie i regulaminie Konkursu.