

2009

Investor Relations



Январь

			1 ^{RU}	2 ^{RU}	3 ^{RU}	4 ^{RU}
5 ^{RU}	6 ^{RU}	7 ^{RU}	8 ^{RU}	9 ^{RU}	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19 ^{US}	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

СРОКИ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ

Публикация списка аффилированных лиц - 12 января 2009

ДОБРОВОЛЬНАЯ IR-ПРОГРАММА

- Идентификация акционеров на 1 января
- Подготовка стратегии по работе с инвесторами на год
- Обновление раздела для инвесторов на сайте

РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ

Раскрытие квартальных и годовых результатов компании может включать в себя следующие этапы:

Подготовительная работа:

- подготовка аналитического пресс-релиза в соответствии с требованиями российских и/или зарубежных регуляторов,
- подготовка презентации для инвесторов,
- заказ телефонной конференции и/или интернет-конференции (вебкаста).

В день публикации финансовой отчетности:

- раскрытие информации через уполномоченные агентства в России и/или за рубежом,
- публикация финансовой отчетности и пресс-релиза на сайте компании,
- рассылка пресс-релиза по результатам публикации финансовой отчетности,
- добровольное раскрытие информации за рубежом через Business Wire, пресс-конференция,
- проведение телефонной конференции и/или интернет-конференции (вебкаста) для инвесторов и аналитиков.

После публикации финансовой отчетности:

- подготовка отчета о реакции рынка,
- проведение корректирующих мероприятий.

Февраль

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16 ^{US}	17	18	19	20	21	22
23 ^{RU}	24	25	26	27	28	

Публикация Ежеквартального отчета эмитента за 4-й квартал - 16 февраля 2009

- Конференция Deutsche Bank, Лондон - 4-5 февраля 2009
- Форум Россия Тройка Диалог, Москва - 4-6 февраля 2009
- Круглый стол The Economist, Москва - 11 февраля 2009

Март

						1
2	3	4	5	6	7	8 ^{RU}
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23/30	24/31	25	26	27	28	29

Публикация списка аффилированных лиц - 2 апреля 2009

- Проведение Дня Инвестора/Аналитика
- Установление контактов потенциальных инвесторов

Апрель

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10 ^{DE}	11	12 ^{DE}
13 ^{DE}	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Публикация списка аффилированных лиц - 2 апреля 2009

Публикация Консолированной финансовой отчетности за год (для компаний с листингом на LSE) - 30 апреля 2009

- Раскрытие информации по итогам публикации финансовой отчетности за год
- Публикация операционных результатов компании
- Russia Investment Roadshow, Лондон - 20 апреля 2009
- Всероссийский IPO Конгресс, Москва

Май

				1 ^{RU}	2	3
4 ^{UK}	5	6	7	8	9 ^{RU}	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21 ^{DE}	22	23	24
25 ^{US}	26	27	28	29	30	31

Публикация Ежеквартального отчета эмитента за 1-й квартал - 15 мая 2009

Публикация Годовой бухгалтерской отчетности по РСБУ - 15 мая 2009

Подача списка отчетов и пресс-релизов за год, опубликованных в РФ и ЕС (для компаний с листингом на LSE) - 25 мая 2009

- Анализ восприятия компании инвесторами (Perception Study)
- Road-show по итогам результатов предыдущего года

Июнь

1 ^{DE}	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12 ^{RU}	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Публикация Годового отчета АО - не позднее 30 дней до ГОСА

Годовое Общее Собрание Акционеров - не раньше 1 марта и не позднее 30 июня 2009

- Публикация Консолированной финансовой отчетности за 1-й квартал
- Раскрытие информации по итогам публикации финансовой отчетности за 1-й квартал

Июль

		1	2	3	4 ^{US}	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Публикация списка аффилированных лиц - 2 июля 2009

- Идентификация акционеров на 1 июля
- Публикация и рассылка Годового отчета
- Посещение производства (site visit)
- Публикация операционных результатов компании

АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ КОМПАНИИ ИНВЕСТОРАМИ (PERCEPTION STUDY)

Коммуникация с инвесторами может быть эффективной только при следующих условиях:

- компания знает и умеет ответить на все возражения инвесторов и аналитиков, ставящие под сомнение ее инвестиционную привлекательность,
- компания знает, какой сценарий развития событий в отрасли в отношении компании инвесторы считают наиболее вероятным,
- компания знает, какие из утверждений компании в прошлый период были восприняты негативно, а также утверждения, в которые рынок не поверил - и почему это произошло,
- компания умеет обнаружить недооцененные инвесторами преимущества.

Для повышения эффективности компаниям рекомендуется:

- не реже 1 раза в год проводить полноценный опрос инвесторов, который должен найти отражение в изменении плана коммуникаций, изменении презентационных материалов и в фокусе коммуникаций с инвесторами,
- не реже 4 раз в год делать обновление оценки восприятия инвесторов по результатам квартальных финансовых и операционных результатов.

Август

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24/31 ^{UK}	25	26	27	28	29	30

Публикация Ежеквартального отчета эмитента за 2-й квартал - 14 августа 2009

Публикация Консолированной финансовой отчетности за полугодие (для компаний с листингом на LSE) - 31 августа 2009

- Раскрытие информации по итогам публикации финансовой отчетности за 2-й квартал

Сентябрь

		1	2	3	4	5	6
7 ^{US}	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25	26	27	
28	29	30					

Публикация списка аффилированных лиц - 2 октября 2009

- Ежегодный Всероссийский IR-форум - 25 сентября 2009
- Road-show по итогам первого полугодия - программа встреч с аналитиками и инвесторами

УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТОВ С ИНВЕСТОРАМИ (SHAREHOLDER IDENTIFICATION & TARGETING)

Достижение осязуемых результатов в области IR возможно только в ходе проведения прямых переговоров с инвесторами. Для чего необходимо:

- найти прямые контакты сотрудников инвестиционных фондов и компаний, принимающих решения об инвестировании в компанию,
- знать предпочтения и опасения инвесторов,
- располагать аргументами для убеждения и преодоления их возражений.

Идентификация, то есть установление контактов имеющихся акционеров, проводится:

- для компаний с листингом на NYSE до 12 раз в год,
- для компаний с листингом на LSE до 4 раз в год,
- для компаний с малой капитализацией и небольшой долей акций в свободном обращении не реже 1 раза в год.

Расширение базы инвесторов с помощью таргетинга позволяет:

- определить, какой тип инвесторов заинтересован в Вашем бизнесе,
- найти инвесторов, удовлетворяющих Вашим требованиям.

Таргетинг следует проводить не реже раза в год, а также перед совершением сделок на рынках капитала.

Октябрь

			1	2	3 ^{DE}	4
5	6	7	8	9	10	11
12 ^{US}	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Публикация Ежеквартального отчета эмитента за 3-й квартал - 16 ноября 2009

- Анализ восприятия компании инвесторами (Perception Study)
- Публикация операционных результатов компании

Ноябрь

						1
2	3	4 ^{RU}	5	6	7	8
9	10	11 ^{US}	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23/30	24	25	26 ^{US}	27	28	29

Публикация Ежеквартального отчета эмитента за 3-й квартал - 16 ноября 2009

- Публикация Консолированной финансовой отчетности за 3-й квартал
- Раскрытие информации по итогам публикации финансовой отчетности за 3-й квартал
- Конференция UBS, Москва

Декабрь

		1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13	
14	15	16	17	18	19	20	
21	22	23	24	25 ^{DE}	26 ^{DE}	27	
28	29	30	31				

- Российский облигационный конгресс, Санкт-Петербург - 10-11 декабря 2009
- Презентация предварительных результатов за год (после 20 декабря)

интерфакс

БИЗНЕС СЕРВИС

www.irconsulting.ru

127006, Москва, 1-я Тверская-Ямская, д. 2
Тел.: +7 (495) 647-88-50
Факс: +7 (499) 256-25-20
E-mail: IR@interfax.ru