

Analiză și considerații generale privind Politica de comunicare cu investitorii

Realizat de ARIR

Acest document a fost întocmit de către Asociația Română pentru Relația cu Investitorii (ARIR) în contextul integrării cerinței de publicare a unei Politici de comunicare cu investitorii în cadrul Metodologiei VEKTOR pentru Piața Principală a Burselor de Valori București începând cu evaluarea aferentă anului 2024. Criteriul 8 din metodologie prevede: „Compania publică pe website politicile de remunerare, dividende, inclusiv politica privind comunicarea cu investitorii”, companiile ce întrunesc acest criteriu primind 1 punct.

1. Observații generale

- Ca întindere, documentele variază de la o sub-sectiune cu un paragraf pe website, la documente separate de 8-10 pagini – o politică relativ completă și eficientă are între 3 și 6 pagini;
- Pentru companiile listate din Uniunea Europeană, politicile sunt, în general, puțin mai complexe datorită integrării informațiilor referitoare la Market Abuse Regulation (MAR) – proceduri, confidențialitate;
- Ca format, ating în general aceleași puncte importante, ce vor fi prezentate în cadrul punctului Structură;
- Sunt publicate, în general, fie într-o subsecțiune separată pe website, fie în secțiunea de Guvernanță Corporativă, alături de alte politici.

2. Structură

Deși există variații între rapoarte, poate fi observată o tendință generală spre următoarea structură:

- Introducere
 - Scop al politicii, natura documentului
 - Obiective ale politicii de comunicare cu investitorii
 - Opțional: Informații generale despre activitatea de Relația cu Investitorii
- Strategia de comunicare a companiei
 - Obiectivele de comunicare ale companiei
 - Instrumente de comunicare folosite: Rapoarte, Teleconferințe, Website, Newsletter, Rețele de Socializare, Evenimente etc.
 - Frecvență a comunicării

- Persoane responsabile de comunicarea cu investitorii (inclusiv din consiliul de administrație sau conducere, nu doar reprezentanții IR)
- Perioade de tăcere
- Informații despre Market Abuse Regulation (în general, preluarea anumitor informații din Regulament și explicarea modului în care sunt implementate de către companie)
 - Informații privilegiate
 - Confidențialitate
 - Divulgare selectivă
 - Divulgare întârziată
- Dialogul cu investitorii
 - Canale de comunicare, adresarea de întrebări
 - Opțional: canale pentru formularea de plângeri/reclamații
- Revizuirea politicii

3. Bune practici

- **Acces facil în website** – plasarea politicii în locuri intuitive, alături de celelalte politici ale companiei;
- **Utilizarea hyperlink-urilor** – atunci când sunt listate instrumentele de comunicare, este utilă folosirea hyperlink-urilor pentru a direcționa investitorii către canalele menționate, întrucât ele sunt, în general, împărțite în diverse secțiuni ale website-ului;
- **Eficiența informației** – este ideal ca această politică să nu aibă un conținut prea stufos, care să cuprindă informații mai mult decât necesarul pentru investitori;
- **Prezentarea scurtă a lanțului informațional în companie** – pentru investitori poate fi de ajutor o clarificare în legătură cu ce persoane/departamente prelucrează anumite tipuri de informații, pentru a ști cui să se adreseze în funcție de tipul de problemă – datele de contact sunt și ele important de adăugat în această situație;
- **Separarea informațiilor referitoare la MAR** – am observat, în anumite rapoarte, crearea unei secțiuni speciale, la final, pentru MAR – poate fi util pentru investitori, întrucât acele informații nu reprezintă în general un interes direct pentru ei (exemplu politica Prosus).

4. Exemple de Politici de comunicare cu investitorii

- Electrica (Bursa de Valori București) – [link](#);
- DSV (NASDAQ Copenhagen) – [link](#);
- Vestas Wind Systems (NASDAQ Copenhagen) – [link](#);
- CapitaLand Ascott Trust (Singapore Exchange) – [link](#);
- Prosus (Amsterdam Exchange & Johannesburg Stock Exchange) – [link](#);

- Iberdrola (Madrid Stock Exchange) – [link](#).