

Виноградова Юлия Сергеевна



Название компании: Банк «Возрождение» (ОАО)

Должность: Советник Председателя Правления

Дата и место рождения: 07.08.1979, Московская область

ВУЗ: Финансовая Академия при Правительстве РФ

Специальность: Финансы и Кредит

Дополнительное образование: Certificate in Investor Relations (UK IR Society)

Предыдущая сфера деятельности: Trade Finance

Первое размещение акций российского банка среди иностранных инвесторов

Ситуация.

Банк «Возрождение» стал первым среди российских финансовых институтов, осуществивший размещение акции по открытой подписке. Первое размещение среди иностранных инвесторов: как банк с нуля за год построил действующую эффективную систему отношений с инвесторами.

Задача.

В 2003 году банк провел 18 эмиссию обыкновенных акций. Привлеченных средств оказалось достаточно для развития бизнеса в течение последующих двух лет. Через 2 года достаточность капитала приблизилась к минимально допустимым значениям и появилась необходимость дальнейшего увеличения акционерного капитала банка. Руководство приступило к рассмотрению несколько вариантов привлечения средств: увеличение капитала за счет установления отношений со стратегическим партнером, проведение эмиссии по старой схеме с участием крупнейших клиентов банка или выход с размещением на открытый рынок

Решение.

В конце 2005 года банк определился с решением выйти на открытый рынок, и началась подготовительная работа. Несмотря на то, что это была уже 19 эмиссия акций банка, потребовался новый подход, поскольку все предыдущие эмиссии проходили по другому сценарию, принципиально отличавшемуся от public offering. На протяжении 2005 года велась активная работа по ознакомлению инвесторов с банком, созданию имени на рынке капитала. В качестве инструмента использовалось участие в международных конференциях (Adam Smith Conference в Лондоне, конференция ING в Праге и т.д.).

Было проведено маркетинговое исследование с целью конкретизации стратегии банка. Конечно же, банк обладал долгосрочной стратегией развития, однако ее необходимо было превратить в четкую ясную фразу, ценностное предложение, которое будет работать на имидж банка. По результатам проведенного в течение 2005 года исследования был выкристаллизован бренд банка и обозначено его ценностное предложение: «Банк, который всегда с тобой». Таким образом, была заложена основа того, что мы будем продавать инвесторам. Не просто какой-то абстрактный банк, а историю, которая длится уже 15 лет, с именем, брендом, ценностями, которые мы исповедуем в своей работе и которыми готовы поделиться с инвесторами.

В декабре 2005 года компании Интерфакс Бизнес Сервис было заказано исследование Investor Perception Study для определения восприятия банка рынком. Инвестиционное сообщество нас практически не знало. Был один отчет аналитика, выпущенный достаточно давно и с тех пор не обновлявшийся. Аналитики знали, что акции банка существуют и торгуются, но не представляли, чем именно занимается банк. Часть из них считали Банк «Возрождение» банком корпоративных клиентов, часть - банком розничных клиентов, часть - банком Московской области. В конце отчета были даны рекомендации, которые нам предлагалось реализовать внутри компании, чтобы повысить узнаваемость и улучшить восприятие на рынке, и мы последовательно стали их воплощать.

В процессе подготовки к размещению акций, мы должны были выбрать инвестиционный банк. Поскольку в банке давно существовал отдел, занимающийся технической частью проведения размещения акций: написанием проспекта эмиссии, его регистрацией и взаимоотношениями с ЦБ, - мы решили по-прежнему проводить данную работу самостоятельно и не полагаться на консультанта. Консультант нам был необходим, чтобы грамотно сформировать базу будущих инвесторов, которых мы будем посещать в ходе роуд-шоу и которые с наибольшей вероятностью смогут купить наши акции, а также провести маркетинг размещения. Банк направил предложения трем инвестиционным банкам (двум иностранным и одному российскому). Первый зарубежный банк отказался, не проявив заинтересованности. Второй не уделял внимания нашим реальным потребностям: с регулярностью раз в месяц предлагал нам выпускать GDR, несмотря на наше мнение о нецелесообразности GDR листинга в силу его дороговизны и особых требований в отношении отчетности. В итоге, мы остановились на инвестиционной компании Тройка Диалог, такой же, как и наш банк российской компании с российским менеджментом, с которым мы быстро нашли общий язык.

В начале мая был зарегистрирован проспект эмиссии акций. Роуд-шоу планировалось провести в конце мая - начале июня 2006 года. Коллеги из Тройки-Диалог помогли нам сделать презентацию, на основе которой впоследствии строилось роуд-шоу. Презентация включала сведения о бренде, истории, стратегии, информацию о последних финансовых результатах и дальнейших планах банка. Все последующие презентации, созданные нами за прошедшие 2,5 года, основаны на той самой первой презентации, претерпевшей с тех пор множество изменений. В начале июня 2006 Заместитель Председателя Правления Николай Орлов и Советник Председателя Правления Нил Визерс отправились в первое роуд-шоу банка. Вся логистику и подбор инвесторов осуществляли консультанты. Роуд-шоу прошло в Лондоне, Хельсинки, Франкфурте, Стокгольме, и заняло около недели.

По завершении роуд-шоу, когда пришло время закрывать книгу заявок, произошел спад на международных финансовых рынках. В результате при принятии решения об установлении цены оказалось, что цена, по которой весь объем эмиссии может быть размещен среди широкого круга инвесторов, не соответствует ни первоначальным ожиданиям консультанта, ни ожиданиям самого банка. Был созван Совет Директоров, который принял решение, что с учетом очень хорошей истории банка, отличных финансовых показателей и отличных перспектив развития, нет причин продавать акции банка дешевле 27 долларов. У банка было 2 месяца на размещение акции по открытой подписке. В случае если весь объем (2 млн. акций) не будет по этой цене размещен среди инвесторов, менеджмент был готов выкупить оставшуюся неразмещенной часть акций. После установления цены открылся период для подачи заявок. В середине июля, когда ситуация на рынках стабилизировалась, мы буквально в течение нескольких дней полностью разместили весь объем акций. В эмиссии участвовали порядка 8 инвесторов, и, что стало для нас неожиданностью, больше 50% всех акций было приобретено в интересах двух крупных зарубежных фондов. Сначала данный факт вызывал у нас опасения, так как мы хотели придать акциям ликвидность на рынке, и связывание большого объема в руках двух инвесторов было не в нашу пользу. Однако рано или поздно любой инвестор реализует свои вложения и акции так или иначе попадают на

рынок. Планировалось, что привлеченные средства (\$54 млн.) будут использованы для развития в течение последующих 1,5 лет. Однако темпы развития экономики и банковской системы России превзошли наши ожидания, и уже через полгода банк почувствовал недостаток капитала и приступил к подготовке размещения 20-ой эмиссии акций. В апреле 2007 года в ходе реализации существующими акционерами преимущественных прав мы выяснили, что упомянутые два фонда продали часть своих акции, в результате чего появилось порядка 30 новых иностранных акционеров. Таким образом, количество акционеров, которые приобрели акции, размещенные в процессе 19-ой эмиссии, за год расширилось с 8 до 30 и более компаний.

IR-инструменты.

Проведение первого public offering, работа за рамками размещения.

В течение 2006 года на основе рекомендаций Интерфакс Бизнес Сервис была налажена текущая работа IR подразделения. За два месяца до проведения эмиссии в банке выделилась функция по связям с инвесторами, состоявшая изначально из двух человек. Через год количество сотрудников было увеличено до трех, а сейчас отдел состоит уже из четырех человек. Эта служба сделала презентацию для роуд-шоу, стала проводить регулярные презентации, затем перешла к ежеквартальным конференц-звонкам и веб-кастам. Постепенно был полностью переработан раздел веб-сайта компании, предназначенный для акционеров. Сейчас раздел полностью отвечает информационным потребностям как существующих, так и потенциальных инвесторов. Следует отметить, что полное наполнение сайта было сделано сначала на английском языке, а затем постепенно переведено на русскую часть веб-сайта. В тот момент наиболее рационально было привлечение иностранных акционеров, поскольку российских институциональных инвесторами в 2006 году на рынке работало явно не достаточно. Отдел проводил активную работу по установлению взаимоотношений с аналитиками, была создана база данных рассылки информации, проводились встречи с представителями инвестиционных банков и фондов. Все мероприятия дали отличные результаты. Если на конец 2005 года был один отчет, где банк упоминался наряду с другими эмитентами, то в 2006 году были выпущены специализированные отчеты Тройка Диалог, Альфа-Банк, а также Ренессанс Капитал. После этого отчеты стали появляться с завидной регулярностью, и в настоящий момент по банку «Возрождение» выпущено 20 отчетов. В дополнение к ним банк упоминается в рамках еще нескольких глобальных исследований по рынку в более мелком формате.

Рекомендации.

Самое первое - не надо торопиться выходить на IPO. Невозможно успешно провести первое размещение без серьезной подготовительной работы. К моменту выхода на рынок инвесторы должны иметь представление о компании и быть готовы ее воспринимать как объект потенциальных инвестиций. Работа должна начинаться как минимум за год. За этот год надо поучаствовать в нескольких конференциях с участием российских и зарубежных компаний, посетить Лондон, Нью-Йорк и прочие основные финансовые центры, где можно представить инвесторам свою компанию, разработать грамотную презентацию, сформировать ту идею, которую эмитент будет продавать инвесторам.

Не стоит полностью полагаться на инвестиционного консультанта. Если консультант пришел, сделал IPO и ушел, компания может остаться ни с чем. Необходимо обязательно создать службу по связям с инвесторами, чтобы она работала в тесном контакте с консультантами и в процессе подготовки эмиссии набрала некий объем знаний, чтобы впоследствии работать уже самостоятельно.

С точки зрения IR - это процесс непрерывный. Нельзя провести IPO и отвернуться от рынка, а затем вернуться только тогда, когда потребуются новые деньги. Если компания основала IR и служба начала работать, то это должна быть ежедневная работа на протяжении всей дальнейшей жизни компании. Рынок как приветствует, так и

забывает. Надо постоянно обновлять веб-сайт и инвестор-кит, надо регулярно встречаться с инвесторами и аналитиками, регулярно делать конференц-звонки, давать аналитикам и финансовым журналистам информационные поводы, не скрывать информацию о себе. Рынки могут падать, цены на акции могут резко снижаться, как, например, сейчас цены на акции банковского сектора. В любой ситуации необходимо дать инвесторам ясное понимание, что руководство в курсе существующих проблем, работает над ними, и проинформировать о принимаемых решениях и дальнейшем развитии событий. Инвесторы - профессиональные люди. После практически любого падения рано или поздно цены на акции возвращаются на предыдущие уровни. Поэтому любой инвестор предпочтет заранее узнать о проблемах своих инвестиций и возможных путях их решения, спрогнозировать свою дальнейшую стратегию в работе с данной компанией, а не абсолютно неожиданно для себя увидеть какие-то убытки или глобальные проблемы, о которых компания умалчивала долгое время. Доверие рынка можно завоевать, но единожды его потеряв, восстановить очень трудно.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ИНТЕРФАКС БИЗНЕС СЕРВИС

Россия, 127006, Москва, 1-я Тверская-Ямская, д. 2, стр. 1

Тел. (+7 495) 251-00-50

Факс (+7 495) 250-94-57

E-mail: ir@interfax.ru

Web: www.interfax.ru, раздел Investor Relations

Компания "**Интерфакс Бизнес Сервис**" является стратегическим партнером **Thomson Financial** в России и странах СНГ по содействию в развитии отношений компаний с инвесторами (Investor Relations).

"Интерфакс" обладает уникальными возможностями по оказанию услуг в области IR: ресурсами ведущего российского информационного агентства, тесной связью с российскими институциональными и частными инвесторами, опытом работы с эмитентами и инвесторами в разных областях (раскрытие информации, рейтинги, кредитные риски, аналитика).

Thomson Financial (www.thomson.com) - это компания с выручкой \$1,73 млрд. в год, предоставляющая информацию и технологические решения для мирового финансового сообщества. Представляя самый широкий набор продуктов и услуг, Thomson Financial помогает своим клиентам в более чем 70 странах принимать оптимальные решения, работать эффективнее и достигать более высоких результатов.

Thomson Financial входит в Thomson Corporation, которая является мировым лидером в предоставлении интегрированных информационных решений для более чем 20 млн. компаний и профессионалов в сфере юриспруденции, бухгалтерской отчетности, налоговой деятельности, финансовых услуг, высшего образования, справочной информации, корпоративных электронных систем обучения и оценки сотрудников, научных исследований и здравоохранения. Thomson Corporation, имеющая выручку в \$8,10 млрд., входит в листинг фондовых бирж Нью-Йорка и Торонто.

Международная информационная Группа "Интерфакс" (Interfax Information Services Group) создает информационные продукты и средства коммуникации для принятия решений в политике и бизнесе. Группа, основанная в 1989 г., объединяет сеть национальных, региональных и отраслевых информационных агентств, работающих в России, других странах СНГ, в Китае, Центральной Европе. В "Интерфакс" (www.interfax.com, www.interfax.ru) входят компании и подразделения, предоставляющие новости, аналитические услуги, рыночные данные, фундаментальную информацию, разрабатывающие программные решения.

"**Интерфакс-ЦЭА**" готовит регулярные статистические и аналитические продукты по различным сегментам финансового рынка России и стран СНГ, предоставляет информацию о деятельности российских институциональных инвесторов. Среди продуктов компании - ежедневные прогнозы и отчеты о состоянии различных сегментов финансового рынка, рейтинги российских банков и страховых компаний, выпускаемые под брендом "Интерфакс-100", и а также рейтинги банков и страховых компаний стран СНГ - "Интерфакс-1000".

Партнером "Интерфакса" по рейтинговому агентству **Moody's Interfax Rating Agency**, которое занимает лидирующие позиции на российском рынке рейтинговых услуг, является международное рейтинговое агентство **Moody's Investors Service**.

Совместно с компанией **Experian**, мировым лидером в сфере информационных решений для бизнеса, создано кредитное бюро "**Экспириан-Интерфакс**", занимающееся предоставлением информации, характеризующей своевременность исполнения заемщиками обязательств по кредитам.

Входящей в состав Группы специализированной аналитической службой "**Интерфакс-АКИ**" создана крупнейшая в России информационно-аналитическая база данных по компаниям – **СПАРК**, объединившая сведения по всем зарегистрированным в России юридическим лицам.

Настоящий материал является интеллектуальной собственностью компании "Интерфакс Бизнес Сервис".

Все интеллектуальные права Компании охраняются в соответствии с законодательством Российской Федерации. Ни одна часть этого материала не может продаваться, воспроизводиться или распространяться без письменного согласия Компании. Вся информация, содержащаяся в настоящем материале, получена "Интерфакс Бизнес Сервис" из источников, которые Компания считает достоверными. В связи с возможностью технической ошибки или ошибки персонала, а также других факторов Компания не гарантирует абсолютной надежности представленной информации. Любые суждения, содержащиеся в материале, должны рассматриваться исключительно как мнение экспертов Компании, а не как рекомендация по покупке или продаже ценных бумаг / инвестиционных паев или по использованию каких-либо финансовых инструментов.