

## Давыдов Денис Валерьевич



**Название компании:** ОАО «Компания «М.видео»

**Должность:** Директор по связям с инвесторами

**Дата и место рождения:** 14.03.1972, г. Москва

**ВУЗ:** МГУ им. М.В.Ломоносова

**Факультет:** исторический

**Предыдущая работа в сфере IR:** ОАО «Полюс Золото»

**Предыдущая сфера деятельности:** Связи с общественностью, стратегические коммуникации

### Диверсификация акционерной базы крупнейшей российской золотодобывающей компании. Привлечение специализированных отраслевых инвесторов в акционерный капитал.

#### Ситуация

Компания «Полюс Золото» была создана в результате выделения золотодобывающих активов из ГК «Норильский Никель», «унаследовав» точную копию акционерной базы горно-металлургического гиганта.

Менеджмент компании отдавал себе отчет в том, что акционерная база крупнейших мировых золотодобытчиков и горнодобывающих компаний более широкого профиля различается: «золотые» компании традиционно торгуются с определенной премией к сектору, к ним применяются более высокие мультипликаторы оценки стоимости, соответственно, существует целый класс акционеров и инвесторов, специализирующихся именно на вложениях в бумаги золотодобывающих компаний.

#### Задача

Путем анализа и сравнения акционерной базы «Полюса» с составом владельцев акций крупнейших золотодобывающих компаний мира, была сформулирована цель IR-программы российского золотодобытчика: необходимость привлечения в акционерный капитал инвесторов-специалистов, фондов, т.н. «золотых жуков» (gold bugs) вкладывающих свои средства преимущественно в акции золотодобывающих компаний.

Привлечение квалифицированных «золотых» инвесторов в акции «Полюс Золота» позволяло рассчитывать на более высокую рыночную оценку компании, рост капитализации в перспективе, а также снижение дисконта, предъявляемого к акциям российского золотодобытчика в сравнении с основными мировыми игроками отрасли.

#### Решение

Для решения поставленной задачи необходимо было действовать одновременно на нескольких направлениях.

Во-первых, будучи, относительно новым именем в мировой золотодобывающей отрасли, компания «Полюс Золото» нуждалась в позиционировании в отраслевой «тусовке» на

другом уровне. Для этого была разработана программа участия представителей компании в специализированных конференциях для золото- и горнодобывающих компаний, на которых традиционно присутствует большое число «золотых» инвесторов в Европе и Северной Америке, проанализированы сроки и состав участников этих мероприятий. В течение 2006-2007 гг. эта программа активно реализовывалась: представители менеджмента приняли участие во всех значимых отраслевых мероприятиях, были организованы и проведены отдельные capital markets days (встречи с инвесторами и аналитиками банков) в крупнейших центрах капитала и традиционных центрах отрасли (Лондоне, Нью-Йорке, Торонто и т.п.).

Кроме того, компания озвучила свои приоритеты по встречам с инвесторами в ходе консультаций с ведущими инвестиционными банками, имеющими сильную экспертизу в горнодобывающем секторе, провела несколько специальных презентаций для банкиров – специалистов по M&A, трейдеров, аналитиков. Таким образом, был задействован еще один мощный канал информирования инвестиционного сообщества о появлении в отрасли нового крупного игрока с российской «пропиской».

Во-вторых, в августе 2006 года было проведено первое исследование акционерной базы «Полюс Золота» (Shareholders Identification Study), главным образом, состава владельцев Американских Депозитарных Акций (АДА), выпущенных летом того же года. Исследование подтвердило тот факт, что подавляющее большинство акционеров ГМК «Норильский никель» воспользовалось своими правами в период выделения золотодобывающих активов в самостоятельную компанию и получило во владение акции «Полюс Золота». Крупнейшими акционерами золотодобывающей компании (помимо контролирующих российских акционеров – бенефициаров группы «Интеррос») стали крупные фонды инвестиций в акции эмитентов с развивающихся рынков (emerging markets funds).

В-третьих, летом 2006 года было инициировано исследование мнений инвесторов (Perception Study) о «восходящей звезде» золотодобывающей отрасли из России: определен круг наиболее актуальных вопросов, выбраны респонденты – причем, не только, из числа специализированных инвесторов в «золотые» акции, но и среди sell-side, СМИ и т.п. В процессе исследования мнений была приобретена база крупнейших международных «золотых» инвесторов, отражающая, в том числе, динамику и объем вложений и характеризующая предпочтения акционеров.

Таким образом, у менеджмента появилось определенное представление об ожиданиях рынка, оценке планов компании и потенциальных рисках, степени известности (узнаваемости) бренда. Результаты исследования были использованы при планировании и подготовке первого корпоративного non-deal род-шоу «Полюс Золота».

В ходе этого двухнедельного род-шоу было проведено 83 встречи с более чем 140 институциональными инвесторами (фондами, банками, инвесткомпаниями и т.п.), среди которых было 56 действующих акционеров компании, а свыше 33% представляли специализированные «золотые» фонды. Программа и география (Швейцария, остальная Европа, США, Канада) встреч были определены в зависимости от концентрации «золотых» инвесторов.

По итогам род-шоу было проведен повторный опрос мнений инвесторов, принимавших участие во встречах с компанией, который позволил не только оценить уровень восприятия планов и инициатив «Полюс Золота», представленных на встречах, но и

очертить круг потенциально интересных для компании инвесторов (Targeting) для дальнейшей работы с ними.

### **Результат**

Проведенные в 2006 и первой половине 2007 гг. мероприятия, очевидно, нашли свое отражение не только в росте стоимости акций «Полюс Золота», но и в составе акционеров компании. В июле 2007 года было проведено повторное глубокое исследование акционерной базы, которое выявило рост вложений квалифицированных «золотых» инвесторов в капитал компании. Кроме того, всего лишь за год присутствия на рынке, акции «Полюс Золота» превратились в высоколиквидный инструмент и заняли достойное место среди российских «голубых фишек», а сама компания получила признание широкого круга международных инвесторов и отраслевых специалистов.

### **Рекомендации**

Прежде всего, необходимо отдавать себе отчет, какие ресурсы расходуются для достижения поставленной вами цели и адекватны ли они друг другу.

IR-программа «Полюс Золота» в 2006-2007 гг. реализовалась, во-первых, без привлечения маститых IR-консультантов на постоянное, абонентское обслуживание: консультанты привлекались лишь для подготовки либо ассистирования в ходе отдельных проектов (perception study, shareholders' ID), т.е. в том случае, когда предпочтительно было задействовать третью сторону в контактах с инвесторами. Более того, задача позиционирования компании в целевых аудиториях решалась не путем широкомасштабных рекламных и PR-кампаний в СМИ (хотя, конечно, медиа-поддержка IR-программы осуществлялась на протяжении всего периода). Было отдано предпочтение целевым, точечным контактам с аудиториями, что, конечно, требовало значительной отдачи IR-службы компании, прежде всего, с точки зрения организационных усилий, но в то же время очевидно было менее затратно в финансовом плане.

На мой взгляд, разумный баланс в использовании средств (выбор и распределение внутренних и внешних ресурсов) и отличает IR-программы, соответствующие best practice.

Кроме того, выбор подрядчика или консультанта также может серьезно повлиять на результат вашей IR-программы. Качество работы консультанта далеко не всегда прямо коррелирует с суммами его гонораров. Нередки ситуации, когда «лицо» того или иного IR-агентства, наиболее опытный и харизматичный менеджер, «продавший» вам услуги, крайне мало участвует собственно в реализации контракта, перепоручая это младшим партнерам, associates и т.п. Качество работы подрядчика при этом может заметно расходиться с вашими ожиданиями, что неудивительно: ни одно агентство не располагает одинаково высокопрофессиональным составом «исполнителей». Оговаривайте персональные требования к составу команды, которая будет работать на вашем проекте заранее!

## 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](mailto:ir@interfax.ru)

Web: [www.interfax.ru](http://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](http://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](http://www.interfax.com), [www.interfax.ru](http://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, рэнкинги российских банков и страховых компаний, выпускаемые под брендом "Интерфакс-100", и а также рэнкинги 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.