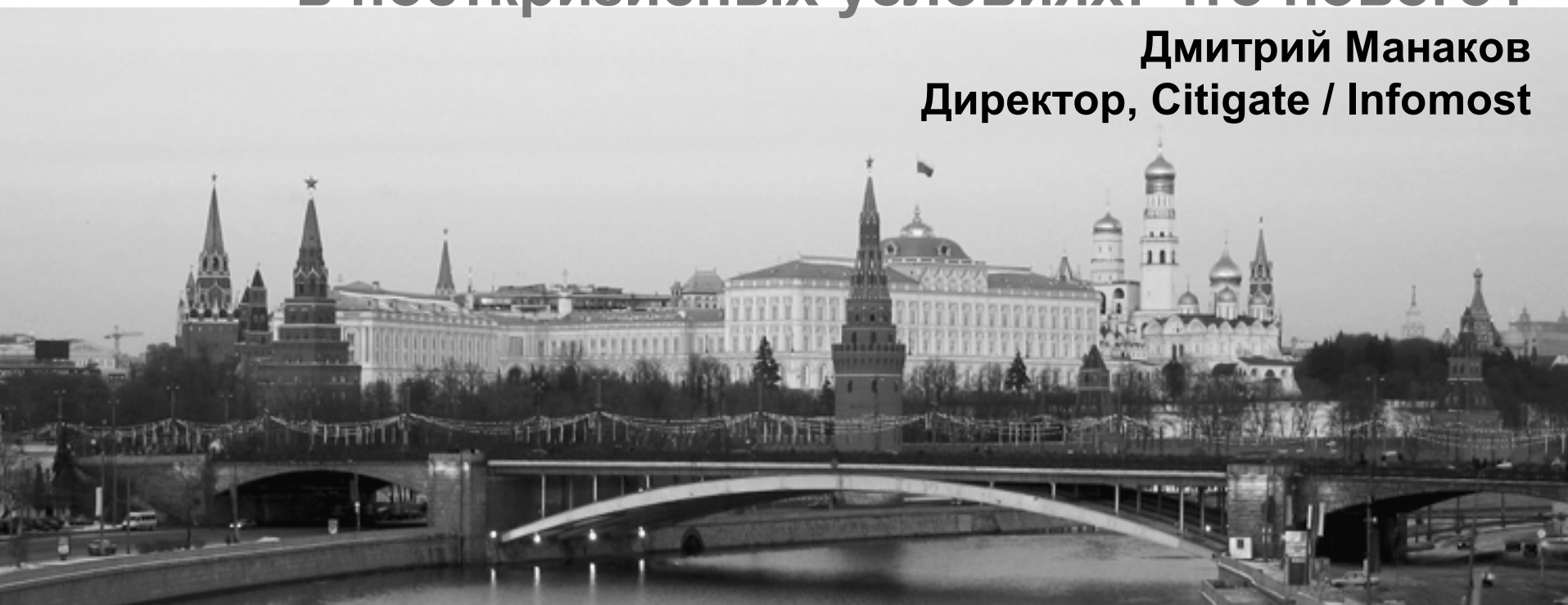


Коммуникационная поддержка IPO в посткризисных условиях: что нового?

Дмитрий Манаков
Директор, Citigate / Infomost



10 июня 2010 г.
Москва

Содержание

- **Citigate / Infomost**
- **Важные аспекты коммуникационной поддержки IPO**
 - Коммуникационные проблемы на нескольких уровнях
 - Международная аудитория
 - Управление ожиданиями
- **Итоги «первой волны»**
- **В ожидании «второй волны»**
- **Задачи 2h10**

Citigate / Infomost – лидер российского рынка финансовых коммуникаций

IPO/SPO

2010



ПРОТЕК
группа компаний

IPO, коммуникационная поддержка, US\$400 млн

2010



РУССКОЕ МОРЕ

IPO, коммуникационная поддержка, US\$90 млн

2009



Globaltrans

SPO, коммуникационная поддержка, US\$250 млн

2008



Енисейская ТГК (ТГК-13)

IPO, коммуникационная поддержка, US\$471 млн

2008



Globaltrans

IPO на LSE, коммуникационная поддержка, US\$449 млн

2008



X5RETAILGROUP

Rights issue, коммуникационная поддержка

2007



LSR Group

IPO на LSE, коммуникационная поддержка, US\$772 млн

2007



ОГК-4

Продажа стратегическому инвестору. Коммуникационная поддержка


2007



PIK GROUP of Companies

IPO на LSE, коммуникационная поддержка, US\$1,85 млрд

2006



SeverStal

IPO на LSE, коммуникационная поддержка, US\$1,063 млрд

2006



ОАО «ОГК-5»

«ОГК-5»
IPO, коммуникационная поддержка, US\$459 млн

2006



media

IPO на NASDAQ, коммуникационная поддержка US\$381 млн

2005



ОТКРЫТЫЕ ИНВЕСТИЦИИ

Rights issue, коммуникационная поддержка, US\$120 млн

2005



EVRAZ Holding

IPO на LSE, коммуникационная поддержка, US\$422 млн

2004



ОТКРЫТЫЕ ИНВЕСТИЦИИ

IPO, коммуникационная поддержка, US\$68,8 млн

2004



ИРКУТ

IPO, коммуникационная поддержка, US\$127 млн

Citigate / Infomost – лидер российского рынка финансовых коммуникаций

M&A

2010



Приобретение Oriola-KD компаний «Морон» и «Витим»

2009



Приобретение компании «Балттранссервис»

2008



Приобретение компаний Spacesom и Intorex

2008



Приобретение сети «Карусель»

2007



Приобретение компании «Торговый Квартал»

2006



Слияние с сетью «Перекресток»

2006

WARBURG PINCUS

Продажа ряда российских радиостанций Lagardere

2006



Приобретение пивоварни «Красный восток»

2004-2005



Приобретение контрольного пакета Sun Interbrew

2003



Слияние с ОКБ им. А.С.Яковлева

2001



Слияние ОАО «Рыбинские моторы» и НПО «Люлька-Сатурн», образование НПО «Сатурн»

2000



Приобретение ряда региональных авиакомпаний, слияние с «Внуковскими авиалиниями»

Наиболее важные аспекты коммуникационной поддержки IPO

- Коммуникационные проблемы на нескольких уровнях:
 - Страна
 - Отрасль
 - Компания
 - Сделка
- Международная аудитория
 - Повышение известности в короткий срок
- Управление ожиданиями
 - Последовательность, контроль и координация

Страна

- Сомнения в восстановлении экономики страны, ожидания «второй волны», ощущения нестабильности.
- Мнение, что экономика России развивается хуже, чем экономики других стран БРИК.
- Непрозрачность и коррупционность.

НО ПРИ ЭТОМ

- Интерес к развивающимся рынкам по-прежнему высок.

Отрасль

- «Новая» для публичного рынка отрасль
 - Непрозрачность, отсутствие качественных источников информации
- Сложное и неблагоприятное для бизнеса регулирование
- Возможность консолидации «сверху»
- Сомнительные перспективы роста в посткризисный период

Компания

- Долговая нагрузка
- Потери/приобретения в результате кризиса
- Необходимость привлечения капитала для дальнейшего финансирования деятельности или планов развития
- Недостаточная осведомленность о компании за рубежом (по сравнению с европейскими аналогами)
- Качество корпоративного управления и роль контролирующего акционера в ее повседневной деятельности и стратегическом развитии

Сделка

- Москва или (или) Лондон
- Размер имеет значение
- Первый/Второй? Контекст важен как никогда

Международная аудитория

- Сомневается, сегодня даже больше, чем раньше.
- Сосредоточена на других странах БРИК, заиклена на собственных (европейских) проблемах.
- Гораздо меньшее внимания к нынешней «волне» по сравнению с 2005-2008.
- Очень сдержанный тон в отношении российских IPO и фондового рынка (влияние волатильности, отмены сделок).
- Политический фактор, усиление роли государства.
- Непрозрачность и коррупционность.

Управление ожиданиями

- Появление слишком большого объема информации на рынке раньше времени лишает компанию инициативы и свободы маневра
- Рыночные слухи и спекуляции задают параметры для дальнейшего восприятия компании и сделки
- Неточная оценка на раннем этапе:
 - завышенная создает риск негативного восприятия сделки даже в случае справедливой оценки
 - заниженная дает инвесторам сигнал о потенциале снижения цены

Информация – главный актив компании в коммуникационной работе с внешними аудиториями

Итоги «первой волны»

- IPO российских компаний первой половины 2010 г. по ряду параметров напрямую несопоставимы
- Тем не менее, можно отметить общие черты:
 - Повышенный интерес к ходу размещения и его результатам
 - Постоянная циркуляция слухов на рынке
 - От настороженно-нейтрального освещения в начале сделки СМИ переходят к критике и негативу
- Двойственное восприятие:
 - С одной стороны, негативное освещение (размещение по нижней границе диапазона, отмена IPO)
 - В некоторой степени на рынке ощущается ожидание успеха

Восприятие IPO сегодня

- Сохраняется неуверенность относительно состояния и перспектив мирового финансового рынка
- Посткризисные IPO сравниваются с докризисными, и размещение по нижней границе расценивается СМИ как провал
- Постоянные сомнения в качестве корпоративного управления в России

В ожидании «второй волны»

- На фоне ожиданий «второй волны» кризиса рынок готовится к «осеннему сезону» IPO
- Оценка результатов первых посткризисных IPO задает параметры для восприятия будущих сделок
- Слухи о возможных российских IPO подхватываются моментально: практически ежедневно звучат имена новых кандидатов
- Компании, упомянутые в контексте IPO, обречены на пристальное внимание со стороны СМИ

Задачи 2h10

- Начинать «продавать» отрасль заранее
- Создавать прецедентную историю работы со СМИ
- Особое внимание международным СМИ
- Внимательнее к распространению цифр и фактов
- Повышать коммуникационную дисциплину участников процесса

www.infomost-com.ru

www.citigatedr.com