

Dobre praktyki

POLITYKA INFORMACYJNA I KOMUNIKACJA Z INWESTORAMI

2021	2016	KOMENTARZ/UWAGI DLA SPÓŁKI
<p>W interesie wszystkich uczestników rynku i swoim własnym spółka giełdowa dba o należyłą komunikację z interesariuszami, prowadząc przejrzystą i rzetelną politykę informacyjną. W tym celu zapewnia łatwy i powszechny dostęp do ujawnianych informacji, korzystając z różnorodnych narzędzi komunikacji.</p>	<p>Spółka giełdowa dba o należyłą komunikację z inwestorami i analitykami, prowadząc przejrzystą i skuteczną politykę informacyjną. W tym celu zapewnia łatwy i niedyskryminujący nikogo dostęp do ujawnianych informacji, korzystając z różnorodnych narzędzi komunikacji.</p>	
<p>1.1. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową służącą sprawnej komunikacji z uczestnikami rynku kapitałowego poprzez należyte informowanie o sprawach jej dotyczących.</p>	<p>I.Z.1. Spółka prowadzi korporacyjną stronę internetową i zamieszcza na niej, w czytelnej formie i wyodrębnionym miejscu, oprócz informacji wymaganych przepisami prawa: ...* (poniżej znajdują się dotychczasowe elementy obowiązkowej strony internetowej spółki)</p>	<p>Z dobrych praktyk usunięto szczegółowy katalog elementów strony internetowej Spółki. W objaśnieniach do dobrych praktyk przygotowanych przez przedstawicieli instytucji na bazie badania opinii inwestorów, wskazano jednak, jaki jest oczekiwany model strony internetowej i zakładki relacji inwestorskich spółki notowanej na rynku regulowanym. Poniżej zamieszczony został fragment tych objaśnień. Kolorem czerwonym zaznaczone zostały obszary niewidoczne na stronie internetowej spółki. Pozostałe kwestie odnajduję na stronie internetowej. Brawo!!:)</p> <p>Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom inwestorów, spółka stosująca zasadę 1.1 powinna zamieszczać na swojej stronie internetowej, oprócz elementów wynikających bezpośrednio z innych zasad Dobrych Praktyk lub przepisów prawa, co najmniej następujące informacje i dokumenty: a) podstawowe dokumenty korporacyjne, w szczególności takie jak statut spółki, regulamin walnego zgromadzenia, rady nadzorczej, zarządu, przyjęte polityki czy zasady dobrych praktyk; b) skład zarządu, rady nadzorczej i komitetów rady nadzorczej, życiorysy zawodowe członków tych organów wraz z informacją na temat spełniania przez członków rady nadzorczej kryteriów niezależności, posiadania wiedzy i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych, a także wiedzy z zakresu branży, w której działa spółka; c) informacje na temat programu motywacyjnego realizowanego w spółce i realizacji poprzednich programów motywacyjnych; d) informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; W przypadku gdy skład organów spółki nie zapewnia różnorodności, spółka powinna opublikować na stronie internetowej informację na temat celów ilościowych w tym zakresie i określić termin, w jakim zamierza je osiągnąć, a także monitorować ich realizację; Jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji; e) zestawienia wybranych danych finansowych spółki (bilans, RZiS, CF wraz z notami) za ostatnie 5 lat działalności, w formacie umożliwiającym przetwarzanie tych danych przez ich odbiorców; f) aktualną prezentację zawierającą co najmniej omówienie ostatnich opublikowanych wyników spółki i aktualnej sytuacji otoczenia rynkowego dla branży, w której działa spółka, podstawowe informacje korporacyjne</p>

		dotyczące struktury grupy kapitałowej spółki (podmiot dominujący i podmioty zależne), liczby wyemitowanych akcji, składu akcjonariatu, polityki dywidendowej, ostatnich i nadchodzących zdarzeń istotnych dla akcjonariuszy; g) opublikowane przez spółkę materiały informacyjne na temat strategii, działalności i wyników finansowych spółki, przygotowywane np. na otwarte spotkania z inwestorami, dla mediów czy w celach promocyjnych; h) opublikowane rekomendacje i analizy na temat spółki; i) informacje dotyczące zmian w kapitale zakładowym i wszelkich operacji na akcjach spółki; j) kalendarz zdarzeń korporacyjnych skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, kalendarz publikacji raportów finansowych, spotkań z inwestorami i konferencji prasowych oraz innych wydarzeń istotnych z punktu widzenia inwestorów; k) zapis czatów z inwestorami, nagrania audio/wideo ze spotkań inwestorskich; l) informację na temat kanałów komunikacji ze spółką, z podaniem numeru telefonu i adresu email, a także wskazanie trybu i zwyczajowych terminów udzielania odpowiedzi; m) sekcja pytań zadawanych spółce zarówno przez akcjonariuszy, jak i osoby niebędące akcjonariuszami, wraz z treścią odpowiedzi udzielonych przez spółkę.
1.2. Spółka umożliwia zapoznanie się z osiągniętymi przez nią wynikami finansowymi w możliwie najkrótszym czasie po zakończeniu okresu sprawozdawczego, publikując co najmniej wstępne szacunkowe wyniki finansowe.	I.R.4. Spółka powinna dokładać starań, w tym z odpowiednim wyprzedzeniem podejmować wszelkie czynności niezbędne dla sporządzenia raportu okresowego, by umożliwić inwestorom zapoznanie się z osiągniętymi przez nią wynikami finansowymi w możliwie najkrótszym czasie po zakończeniu okresu sprawozdawczego.	Intencją zasady 1.2 jest maksymalne przyspieszenie przez spółki giełdowe prac nad raportami okresowymi i udostępnianie ich inwestorom możliwie najszybciej po zakończeniu okresu sprawozdawczego. Jest to kluczowy czynnik, który pozwala ograniczyć niepewność inwestorów co do aktualnej sytuacji finansowej spółki. Pozwala też przyspieszyć inne działania, jak np. zwołanie zwyczajnego walnego zgromadzenia. Należy jednocześnie pamiętać, że w sytuacji gdy zakończono proces cyklicznego gromadzenia danych finansowych na potrzeby przygotowania jednostkowego sprawozdania finansowego spółki, lub też uzyskane informacje wskazują na istotne odchylenie od oczekiwań rynkowych, w każdym przypadku spółka musi dokonać oceny, czy powinna opublikować informację na ten temat w trybie i na warunkach określonych w art. 17 ust. 1 Rozporządzenia MAR. Rekomendowany zakres informacji, który powinien zostać opublikowany w szacunkowych lub wstępnych wynikach finansowych, to przychody ze sprzedaży, wynik brutto ze sprzedaży, EBITDA i wynik netto.
1.3. Spółka identyfikuje i opisuje w swojej strategii biznesowej:		
1.3.1. zagadnienia środowiskowe, obejmujące ryzyka związane ze zmianami klimatu i zagadnienia zrównoważonego rozwoju;		1.3.1. w swojej strategii biznesowej spółka musi opisać wpływ na klimat oraz kwestie zrównoważonego rozwoju

<p>1.3.2. sprawy społeczne i pracownicze, dotyczące m.in. podejmowanych i planowanych działań mających na celu zapewnienie równouprawnienia płci, należytych warunków pracy, poszanowania praw pracowników, dialogu ze społecznościami lokalnymi, relacji z konsumentami.</p>	<p>I.Z.1.15. informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek</p>	<p>1.3.2. w swojej strategii biznesowej spółka musi opisać sprawy społeczne i pracownicze, kwestie równouprawnienia oraz konsumenckie. Uwzględnienie wskazanych w punktach 1.3.1. i 1.3.2. zagadnień w strategii biznesowej spółki może polegać m.in. na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • opisie, w jaki sposób spółka korzysta z danego kapitału, • identyfikacji i opisie szkód, które spółka powoduje w środowisku naturalnym i społeczeństwie, • przedstawieniu działań minimalizujących te szkody, • opisie tego, w jaki sposób spółka przyczynia się do pomnażania danych rodzajów kapitału.
<p>1.4. Na stronie internetowej spółki powinny być dostępne informacje na temat założeń posiadanej strategii, mierzalnych celów, planowanych działań oraz postępów w jej realizacji wskazanych za pomocą mierników, w tym w jaki sposób w procesach podejmowania decyzji w spółce i podmiotach z jej grupy uwzględniane są kwestie związane ze zmianą klimatu.</p>		<p>1.4. Spółka na swojej stronie internetowej powinna umieścić informacje dotyczące : założeń strategii, mierzalnych celów oraz planowanych działań, biorąc pod uwagę kwestie zmiany klimatu.</p> <p>Inwestorzy i inni interesariusze spółki powinni mieć możliwość oceny strategii spółki. Potrzebują oni do tego odpowiednich informacji, w tym co najmniej:</p> <ul style="list-style-type: none"> • założeń strategii: opisu sytuacji wyjściowej, w której była ona tworzona, wraz z identyfikacją i analizą istotnych ryzyk (zarówno zagrożeń, jak i szans) oraz odniesieniem do publicznych polityk (np. międzynarodowych, unijnych, krajowych), które kształtują rzeczywistość, w której działa spółka; przykładami takich polityk są: Porozumienie Paryskie, Europejski Zielony Ład lub Polityka Energetyczna Polski; • mierzalnych celów: celom, które spółka stawia przed sobą do osiągnięcia, powinny towarzyszyć mierniki, dzięki którym możliwy będzie regularny monitoring stanu realizacji strategii; • planowanych działań: przedstawienie działań służących realizacji celów strategii pozwala na ocenę zamierzeń spółki; działania te powinny obejmować harmonogram realizacji i informacje o ich przewidywanych kosztach. <p>Regularnie przekazywana inwestorom i innym interesariuszom informacja na temat stanu realizacji strategii powinna obejmować mierniki i stan realizacji działań. Spółka powinna także opisać na stronie internetowej sposób zarządzania strategią, czyli którzy członkowie zarządu i w jaki sposób pełnią role określone w jej realizacji.</p>
<p>1.5. Spółka publikuje na swojej stronie internetowej wartość wskaźnika równości wynagrodzeń wypłacanych jej pracownikom, obliczanego jako procentowa różnica pomiędzy średnim miesięcznym wynagrodzeniem (z uwzględnieniem premii, nagród i innych dodatków) kobiet i mężczyzn za ostatni rok, oraz przedstawia informacje o działaniach podjętych w celu likwidacji nierówności w tym zakresie, wraz z horyzontem czasowym, w którym planowane jest doprowadzenie do równości.</p>		<p>1.5. Spółka publikuje na swojej stronie internetowej wartość wskaźnika równości wynagrodzeń i opisuje działania mające na celu pozbycie się nierówności. Wskaźnik równości wynagrodzeń (GPGR – Gender Pay Gap Ratio) powinien być obliczany wg następującego wzoru:</p> $GPGR = (PWK/PWM) - 1 $ <p>gdzie:</p> <p>PWK = Przeciętne miesięczne wynagrodzenie kobiety w spółce grupie kapitałowej PWL = Przeciętne miesięczne wynagrodzenie mężczyzny w spółce lub grupie kapitałowej</p>

<p>1.6. Spółka ujawnia w rocznym sprawozdaniu z działalności wydatki ponoszone przez nią lub jej grupę na wspieranie kultury, sportu, instytucji charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych itp. Jeżeli w roku obrotowym objętym sprawozdaniem spółka lub jej grupa ponosiły wydatki na tego rodzaju cele, informacja zawiera ich szczegółowe zestawienie.</p>	<p>I.R.2. Jeżeli spółka prowadzi działalność sponsoringową, charytatywną lub inną o zbliżonym charakterze, zamieszcza w rocznym sprawozdaniu z działalności informację na temat prowadzonej polityki w tym zakresie.</p>	<p>1.6. Spółka ujawnia w rocznym sprawozdaniu nakłady poniesione na wspieranie kultury oraz działalność charytatywną. Celem zasady 1.6 jest informowanie przez spółkę rynku, jakie nakłady poniosła ona na cele inne niż podstawowa działalność. Wydatki, o których tu mowa, są oceniane przez radę nadzorczą spółki (zasada 2.11.3). Zatem to rada nadzorcza rozstrzygnie ewentualne wątpliwości, czy konkretne wydatki spółki lub spółek jej grupy poniesione zostały na działalność podstawową, jak marketing i public relations, czy na sport lub kulturę; na reklamę, czy na wspieranie mediów o profilu pozbawionym związku z działalnością spółki; na instytucje prowadzące działalność dobroczynną, czy na podmioty bez związku z dobroczynnością, itp.</p>
<p>1.7. W miarę możliwości raz na kwartał, jednak nie rzadziej niż raz w roku, spółka organizuje spotkanie dla inwestorów, zapraszając na nie w szczególności akcjonariuszy, analityków, ekspertów branżowych i przedstawicieli mediów. Podczas spotkania spółka prezentuje i komentuje przyjętą strategię i jej realizację, wyniki finansowe spółki i jej grupy kapitałowej, a także najważniejsze wydarzenia mające wpływ na działalność spółki i jej grupy kapitałowej, osiągnięte wyniki i perspektywy na przyszłość. Podczas organizowanych spotkań spółka publicznie udziela odpowiedzi i wyjaśnień na zadawane pytania.</p>	<p>I.R.3. Spółka powinna umożliwić inwestorom i analitykom zadawanie pytań i uzyskiwanie – z uwzględnieniem zakazów wynikających z obowiązujących przepisów prawa – wyjaśnień na tematy będące przedmiotem zainteresowania tych osób. Realizacja tej rekomendacji może odbywać się w formule otwartych spotkań z inwestorami i analitykami lub w innej formie przewidzianej przez spółkę.</p>	<p>1.7. Raz na kwartał, nie rzadziej niż raz w roku, spółka organizuje spotkanie dla inwestorów – lepszy kontakt z inwestorami. Za najlepszy standard rynkowy, oczekiwany zwłaszcza przez inwestorów indywidualnych, uznaje się spotkanie z inwestorami po publikacji raportów okresowych, a więc w rezultacie raz na kwartał. Spotkania mogą odbywać się zarówno w formie stacjonarnej, jak i zdalnej, jednak z zastrzeżeniem, że w przypadku zdalnego spotkania spółka powinna za każdym razem zapewnić możliwość obustronnej komunikacji.</p>
<p>1.8. W przypadku zgłoszenia przez inwestora żądania udzielenia informacji na temat spółki, nie później niż w terminie 14 dni zarząd spółki jest obowiązany udzielić odpowiedzi na żądanie akcjonariusza.</p>		<p>1.8. Na żądanie akcjonariusza spółka jest zobowiązana udzielić odpowiedzi na zadane pytanie w ciągu 14 dni. Spółka giełdowa powinna komunikować się ze swoimi akcjonariuszami nie tylko w trybach formalnych przewidzianych prawem, jak np. wykonywanie obowiązków informacyjnych, czy też poprzez udzielanie odpowiedzi na pytania akcjonariuszy w trakcie walnego zgromadzenia lub poza nim (art. 428 ksh). Budowa relacji pomiędzy spółką a jej interesariuszami odbywa się także w formie bieżącej gotowości spółki do udzielania odpowiedzi na zadawane pytania. Wyjaśniana zasada 1.8 jest regulacją niezależną od obowiązujących przepisów prawa, w tym w szczególności art. 428 § 1 i 5 ksh, nie jest ich rozwinięciem ani uzupełnieniem. Przedmiotowa zasada nakazuje ponadto spółce giełdowej ustanowić i korzystać z bieżącego kanału komunikacji z akcjonariuszami, oprócz tych wymaganych przepisami prawa. W ramach stałej komunikacji, odpowiadając na poszczególne pytania, spółka powinna oczywiście ocenić możliwość udzielenia odpowiedzi na konkretne pytanie pod względem ochrony tajemnic spółki, braku konfliktu z obowiązującymi przepisami prawa, a także ocenić wagę pytania i do niej dostosować szybkość i szczegółowość wyjaśnień. W żadnym razie jednak spółka nie powinna w udzielanych odpowiedziach z lekceważeniem podchodzić do problemu lub pytającego. Czas odpowiedzi może w danym momencie być uzależniony od bieżącego zaangażowania spółki w prowadzenie jej normalnej działalności, jednak nigdy też spółka nie powinna zwlekać z udzieleniem odpowiedzi. Sposób i forma odpowiedzi winny</p>

		zostać dostosowane do zwyczajów obowiązujących w spółce w tym zakresie, uwzględniających jej organizacyjne i finansowe możliwości.
	I.Z.2. Spółka, której akcje zakwalifikowane są do indeksów giełdowych WIG20 lub mWIG40, zapewnia dostępność swojej strony internetowej również w języku angielskim, przynajmniej w zakresie wskazanym w zasadzie I.Z.1. Niniejszą zasadę powinny stosować również spółki spoza powyższych indeksów, jeżeli przemawia za tym struktura ich akcjonariatu lub charakter i zakres prowadzonej działalności.	
<p>* I.Z.1.1. podstawowe dokumenty korporacyjne, w szczególności statut spółki, I.Z.1.2. skład zarządu i rady nadzorczej spółki oraz życiorysy zawodowe członków tych organów wraz z informacją na temat spełniania przez członków rady nadzorczej kryteriów niezależności,</p>		
<p>I.Z.1.3. schemat podziału zadań i odpowiedzialności pomiędzy członków zarządu, sporządzony zgodnie z zasadą II.Z.1, I.Z.1.4. aktualną strukturę akcjonariatu, ze wskazaniem akcjonariuszy posiadających co najmniej 5% ogólnej liczby głosów w spółce – na podstawie informacji przekazanych spółce przez akcjonariuszy zgodnie z obowiązującymi przepisami, I.Z.1.5. raporty bieżące i okresowe oraz prospekty emisyjne i memoranda informacyjne wraz z aneksami, opublikowane przez spółkę w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, I.Z.1.6. kalendarz zdarzeń korporacyjnych skutkujących nabyciem lub ograniczeniem praw po stronie akcjonariusza, kalendarz publikacji raportów finansowych oraz innych wydarzeń istotnych z punktu widzenia inwestorów – w terminie umożliwiającym podjęcie przez inwestorów decyzji inwestycyjnych,</p>		
<p>I.Z.1.7. opublikowane przez spółkę materiały informacyjne na temat strategii spółki oraz jej wyników finansowych, I.Z.1.8. zestawienia wybranych danych finansowych spółki za ostatnie 5 lat działalności, w formie umożliwiającym przetwarzanie tych danych przez ich odbiorców, I.Z.1.9. informacje na temat planowanej dywidendy oraz dywidendy wypłaconej przez spółkę w okresie ostatnich 5 lat obrotowych, zawierające dane na temat dnia dywidendy, terminów wypłat oraz wysokości dywidend – łącznie oraz w przeliczeniu na jedną akcję,</p>		
<p>I.Z.1.10. prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji – opublikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji, I.Z.1.11. informację o treści obowiązującej w spółce reguły dotyczącej zmieniania podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych, bądź też o braku takiej reguły, I.Z.1.12. zamieszczone w ostatnim opublikowanym raporcie rocznym oświadczenie spółki o stosowaniu ładu korporacyjnego, I.Z.1.13. informację na temat stanu stosowania przez spółkę rekomendacji i zasad zawartych w niniejszym dokumencie, spójną z informacjami, które w tym zakresie spółka powinna przekazać na podstawie odpowiednich przepisów,</p>		
<p>I.Z.1.14. materiały przekazywane walnemu zgromadzeniu, w tym oceny, sprawozdania i stanowiska wskazane w zasadzie II.Z.10, przedkładane walnemu zgromadzeniu przez radę nadzorczą, I.Z.1.15. informację zawierającą opis stosowanej przez spółkę polityki różnorodności w odniesieniu do władz spółki oraz jej kluczowych menedżerów; opis powinien uwzględniać takie elementy polityki różnorodności, jak płeć, kierunek wykształcenia, wiek, doświadczenie zawodowe, a także wskazywać cele stosowanej polityki różnorodności i sposób jej realizacji w danym okresie sprawozdawczym; jeżeli spółka nie opracowała i nie realizuje polityki różnorodności, zamieszcza na swojej stronie internetowej wyjaśnienie takiej decyzji,</p>		

*I.Z.1.16. informację na temat planowanej transmisji obrad walnego zgromadzenia – nie później niż w terminie 7 dni przed datą walnego zgromadzenia,
I.Z.1.17. uzasadnienia do projektów uchwał walnego zgromadzenia dotyczących spraw i rozstrzygnięć istotnych lub mogących budzić wątpliwości akcjonariuszy – w terminie umożliwiającym uczestnikom walnego zgromadzenia zapoznanie się z nimi oraz podjęcie uchwały z należyтым rozeznaniem,
I.Z.1.18. informację na temat powodów odwołania walnego zgromadzenia, zmiany terminu lub porządku obrad, a także informację o przerwie w obradach walnego zgromadzenia i powodach zarządzenia przerwy,*

I.Z.1.19. pytania akcjonariuszy skierowane do zarządu w trybie art. 428 § 1 lub § 6 Kodeksu spółek handlowych, wraz z odpowiedziami zarządu na zadane pytania, bądź też szczegółowe wskazanie przyczyn nieudzielenia odpowiedzi, zgodnie z zasadą IV.Z.13,

I.Z.1.20. zapis przebiegu obrad walnego zgromadzenia, w formie audio lub video,

I.Z.1.21. dane kontaktowe do osób odpowiedzialnych w spółce za komunikację z inwestorami, ze wskazaniem imienia i nazwiska oraz adresu e-mail lub numeru telefonu.

* Komentarz za: *OBJAŚNIENIA DO WYBRANYCH ZASAD projektu „DOBRYCH PRAKTYK SPÓŁEK NOTOWANYCH NA GPW 2021”*
źródło: [https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/Objasnienia do wybranych zasad dpsn2021 .pdf](https://www.gpw.pl/pub/GPW/files/PDF/Objasnienia%20do%20wybranych%20zasad%20dpsn2021.pdf)