

Konkurs na najlepszą witrynę internetową spółki giełdowej Złota Strona Emitenta 2010

➤ **Spółki zostaną podzielone na 5 głównych kategorii konkursowych:**

- polskie spółki giełdowe należące do indeksów WIG20 i mWIG40
- polskie spółki należące do sWIG80
- polskie spółki notowane na GPW nie należące do w/w indeksów
- polskie spółki notowane na rynku alternatywnym NewConnect
- wszystkie spółki zagraniczne notowane na GPW w Warszawie (w tym na rynku Ne

W pierwszym etapie Konkursu można uzyskać maksymalnie 50 pkt.

Etap I

1. Jak szybko spółka odpowiada merytorycznie na zapytanie dotyczące relacji inwestorskich przekazane za pomocą strony internetowej? (18)

Sprawdzany jest czas odpowiedzi merytorycznej na zapytania fikcyjnych inwestorów. Zapytania zostaną skierowane do spółek kilkakrotnie w okresie od 1 maja do 3 sierpnia.

Aby uniknąć wzmożonej czujności spółek w bieżącej edycji Konkursu zostaną wysłane 4 maile od fikcyjnych inwestorów. Analiza komunikacji pomiędzy spółką a inwestorem rozpocznie się w dniu 10 maja wysłaniem poprzedzającego Konkurs maila pilotażowego, który nie będzie podlegał ocenie. Oznacza to, że spółki nie otrzymają punktacji za odpowiedź. Mail ma jedynie pokazać jak wygląda komunikacja spółki z inwestorem przed rozpoczęciem rywalizacji w Konkursie. Maile będą wysyłane według bazy przygotowanej zgodnie z informacjami kontaktowymi podawanymi przez spółki na stronach www na dzień 1 lipca 2010 roku w przypadku 3 wysyłek podlegających ocenie.

Procedura wysyłki mailowej będzie przebiegała następująco:

- Zapytanie kierowane jest kolejno poprzez pocztę elektroniczną /formularz.
- Wybór maili dokonywany jest według poniższego klucza.

1.1 Podstrona poświęcona Relacjom Inwestorskim

- Adres email znajdujący się na podstronie Relacji Inwestorskich
- Adres email znajdujący się dziale relacji inwestorskich/zakładka spółka/kontakt
- Adres email znajdujący się w zakładce „Kontakt” w dziale Relacji Inwestorskich
- Formularz znajdujący się w innej zakładce/podstronie Relacji Inwestorskich

1.2. Strona główna spółki lub podstrona, której nazwa wskazuje na zawartość poszukiwanych treści np. Kontakt

- Adres email umieszczony na stronie ogólnej wskazujący na relacje

inwestorskie

- Adres email umieszczony na stronie ogólnej wskazujący na pr/marketing
- W przypadku braku maili wskazujących na dany dział, na email główny spółki
- Formularz kontaktowy w przypadku braku wszystkich w/w adresów email

Po zaakceptowaniu treści przez pracownika biura SEG wyznaczonego do obsługi Konkursu, zostaje przygotowany klucz oceny potencjalnych odpowiedzi, które zostaną otrzymane od spółek giełdowych. Procedura oceny zapytań mailowych musi każdorazowo podlegać analizie i akceptacji pracownika biura SEG wyznaczonego do obsługi Konkursu.

W przypadku pojawienia się wariantów odpowiedzi, które nie są uwzględnione w procedurze, wszelkie przypadki wątpliwe będą rozstrzygane przez biuro SEG.

2. Czy na stronie są zamieszczone: (10)

- a) podstawowe dokumenty korporacyjne, a w szczególności statut i regulaminy organów spółki (1)**

(Wymagane : Statut oraz Regulamin Zarządu lub Regulamin RN lub Regulamin WZA) umiejscowione – w zakładce: Spółka/Nazwa spółki I, Ład korporacyjny

- b) życiorysy zawodowe członków organów spółki (1)**

zamieszczony w zakładkach: Spółka/Nazwa spółki (np.Ciech) Informacje o spółce/ informacje o firmie; ład korporacyjny

- c) raporty bieżące (1)**

(Wymagane: raporty bieżące za rok 2010 zamieszczone w zakładce raporty (lub pokrewnej) czy też dane finansowe/informacje finansowe

- d) raporty okresowe (1)**

Wymagane: raporty okresowe za ostatni rok -2009 i I kwartał 2010 zamieszczone w zakładce raporty (lub pokrewnej) czy też dane finansowe/informacje finansowe

e) roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej (1)

(Spółka/ Dokumenty spółki, Ład korporacyjny)

f) informacja o strukturze akcjonariatu oraz dane akcjonariusza dominującego lub akcjonariuszy znaczących (1)

(Pełna nazwa akcjonariusza instytucjonalnego lub w przypadku osób fizycznych pełne dane osobowe) w formie wykresu bądź tabelki. Zamieszczone z zakładce Spółka/Nazwa spółki, Informacje o spółce/ informacje o firmie; lub stronie głównej RI

g) kalendarium wydarzeń korporacyjnych (1)

(minimum: raporty okresowe, termin WZA) Wyznaczona część strony RI, zakładka Kalendarium; część strony głównej

h) podstawowe wskaźniki finansowe spółki (1)

(przychody, zysk, liczba akcji) Podstrona RI - Informacje finansowe, dane finansowe lub zakładka na stronie głównej lub głównej RI np. dane finansowe spółki, informacje finansowe

i) informacja nt. sposobu zawiadamiania przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej o udzieleniu pełnomocnictwa w postaci elektronicznej – Art. 412¹ § 4 ksh (1)

(Regulamin WZA, pisemna informacja Zarządu o sposobie zawiadomienia o udzieleniu elektronicznego pełnomocnictwa zamieszczona w sekcji Dokumenty spółki lub Ład korporacyjny).

Na stronie RI - zakładka - Dokumenty Spółki lub Ład korporacyjny lub na stronie głównej zakładka Dokumenty Spółki

j) transmisje video z wydarzeń korporacyjnych lub link do stron internetowych, które je zamieszczają (1)

Odnośniki do transmisji powinny się znajdować w miejscu wyraźnie widocznym lub na osobnej podstronie. Odnośniki będą sprawdzane w kolejności:

- *Strona główna działu relacji inwestorskich - okno, baner, link*
- *Podstrona „Prezentacje”*

- *Wydzielona strona (linki, odnośniki, filmy, prezentacje, video itp.)*
- *strona główna portalu*

3. Czy na stronie jest działająca wyszukiwarka treści zawartych na stronie? (5)

Wyszukiwarka będzie sprawdzana na podstawie pięciu słów testowych związanych z relacjami inwestorskimi. Pozytywny wynik wyszukiwania na jakiegokolwiek słowo kluczowe zalicza 5 pkt.

Kluczowe słowa:

- raport
- przychody
- sprawozdanie
- akcjonariusze
- WZA

Wyszukiwarka powinna znajdować się na stronie głównej lub na podstronie relacji inwestorskich. Wyszukiwarki, które są widoczne na innych podstronach i nie mają odpowiednika na stronie głównej lub na podstronie relacji inwestorskich nie są brane pod uwagę.

4. Czy na stronie zamieszczono odnośniki do stron innych instytucji rynku kapitałowego (np. KNF, GPW, SEG) (3)

Przydzielany jest :

- 1 pkt za obecność linku do strony KNF.
- 1 pkt za obecność linku do strony GPW.
- 1 pkt za obecność linku do strony SEG.

Odnośniki do instytucji rynku kapitałowego powinny się znajdować w miejscu wyraźnie widocznym lub w osobnej podstronie. Jeżeli na stronie podane są odnośniki do trzech instytucji spośród podanych zostaną przyznane 3 punkty. Odnośniki będą sprawdzane w kolejności:

- *Strona główna działu relacji inwestorskich*
- *Strona główna portalu*
- *Wydzielona strona (linki, odnośniki, ciekawe linki itp.)*

Odnośniki powinny być widoczne w formie logo + link lub sam link. Za każdy link przyznawany jest 1 pkt. łącznie max. 3 pkt.

5. Czy spółka w prowadzeniu relacji inwestorskich wykorzystuje nowoczesne sposoby komunikacji z inwestorami: (2)

a) czat, blog korporacyjny (1)

b) blogi, fora eksperckie (1) (Goldenline, Bankier, Money, StockWatch, itp.) **lub uczestnictwo w portalach społecznościowych** (Facebook, Blip, Tweeter, itp.)

Sprawdzenie czy spółka wykorzystuje nowoczesne sposoby komunikacji odbywa się poprzez odszukanie czy na stronie jest zamieszczona o tym informacja w postaci zakładki, linku, baneru, frazy z hiperłączem lub logo (blip, tweeter itp). Odnośniki będą sprawdzane w kolejności:

- strona główna portalu
- strona główna RI
- zakładka „czat”, „blog korporacyjny”, „blogi lub fora eksperckie”, „portale społecznościowe”

6. Czy strona dostępna jest w języku angielskim (5)

Sprawdzenie czy strona posiada wydzieloną podstronę w języku angielskim informującą o spółce oraz zawierającą informacje kontaktowe spółki.

Symbol prowadzący do wersji angielskiej strony www powinien być wyraźnie widoczny:

- w górnej części strony głównej lub w górnej części zakładki RI
- jako część menu głównego strony głównej lub menu głównego zakładki RI
- w dolnej części strony głównej lub w dolnej części zakładki RI

Chodzi o angielską wersję serwisu, a nie przetłumaczenie strony RI.

Wymagamy podstawowych danych spółki oraz informacji o kontakcie w zakładce Investor Relations lub pokrewnej.

7. Efektywność pozycjonowania strony www (5)

1. nazwa spółki (gpwinfostrefa)+ relacje inwestorskie

Punkty zostaną przyznane według kryteriów:

- pierwsze 3 pozycje na stronie www google.pl– 5 pkt.
- Pozycje 4 - 5 – 2 pkt
- pozycje 6 -10 - 1 pkt.

Kryterium polega na uplasowaniu informacji inwestorskich spółki na jak najwyższym miejscu na stronie wyszukiwarki. W ocenie bierzemy pod uwagę wyszukiwarkę google, jako najlepiej identyfikowaną przez użytkowników internetu.

Po wpisaniu frazy *spółka (krótka nazwa spółki) relacje inwestorskie* pojawi się oczekiwana strona, jednak na różnych pozycjach. Im wyższa pozycja tym większą mamy pewność, iż inwestor dotrze do poszukiwanych informacji. Dlatego też oceniamy umiejscowienie na stronie wg powyższych kryteriów, stosowanych w pozycjonowaniu.

8. Dostępność stron www wg systemu MONIT24 (2)

W powyższym kryterium będzie badany czas w jakim „ładuje się” strona spółki. Proces ten badany jest automatycznie przez system MONIT24. Przeprowadzone podczas ceny testy obejmują czas jaki jest potrzebny na pobranie kodu HTML witryny, rozpoczynając od zapytania DNS, poprzez nawiązanie połączenia i czas reakcji serwera, czas realizacji żądania i pobranie kodu. Badanie będzie przeprowadzane w okresie trwania I etapu.

W sytuacji gdy najniższa liczba punktów kwalifikująca stronę do II etapu zostanie przyznana większej liczbie ocenianych stron, do II etapu kwalifikują się w pierwszej kolejności te spółki spośród wszystkich o tej samej liczbie punktów, które odpowiedziały merytorycznie na wszystkie zapytania mailowe i uzyskały niższą średnią czasu odpowiedzi. Jeśli wśród tych stron żadna nie odpowiedziała w wyznaczonym czasie i nie zdobyła punktów w tej kategorii – do II etapu przechodzą strony, które uzyskały taką samą ocenę.