

## OCENA I ETAPU KONKURSU ZSE 2009

Ocena witryn internetowych jest dokonywana przez pracowników Biura SEG oraz firmę Etendard Sp. z o.o. Postępowanie konkursowe będzie nadzorowane przez pracowników Biura SEG.

Ocena witryn internetowych spółek będzie dokonywana w kolejności losowej. Data oraz godzina oceny zostanie zarejestrowana w mechanizmie przygotowanym do oceny konkursowej.

Oceniana będzie komunikacja w języku polskim.

Pierwszy etap oceny będzie się odbywał według formularza zawierającego 6 pytań zamkniętych (TAK/NIE), którym przypisano następujące wagi:

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

Sprawdzany jest czas odpowiedzi merytorycznej na zapytanie. Jeżeli odpowiedź nadejdzie w ciągu jednego dnia roboczego zostaje przyznanych 100% punktów, jeżeli nadejdzie w ciągu dwóch dni roboczych zostaje przyznanych 50% punktów. W przypadku gdy odpowiedź nadejdzie po dwóch dniach roboczych punkty nie zostają przyznane. Liczba sprawdzeń podana zostanie po zakończeniu I etapu.

Zapytanie kierowane jest poprzez pocztę elektroniczną /formularz w kolejności:

a) Podstrona poświęcona Relacjom Inwestorskim

- Adres email znajdujący się na podstronie Relacji Inwestorskich
- Adres email znajdujący się w dziale Relacji Inwestorskich/zakładka Spółka/Kontakt
- Adres email znajdujący się w zakładce „Kontakt” w dziale Relacji Inwestorskich
- Formularz zgłoszeniowy na stronie Relacji Inwestorskich

b) Strona główna spółki lub podstrona „Kontakt”,

- Adres email umieszczony na stronie ogólnej wskazujący na relacje inwestorskie
- W przypadku braku email główny spółki
- Formularz kontaktowy w przypadku braku w/w adresów email

c) W przypadku braku możliwości kontaktu poprzez email/formularz stronie zostanie przyznane 0 pkt.

d) Gdy adres e-mail jest podany w sposób niepoprawny lub wystąpiły błędy na stronie w formularzu kontaktowym zostanie przyznane 0 pkt.

Rozsyłka maili z zapytaniem odbędzie się w różne dni robocze w godzinach funkcjonowania przedsiębiorstw.

- **Czy na stronie są zamieszczone:**

- 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: o spółce, ład korporacyjny, relacje inwestorskie*

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

*Zamieszczone w rubrykach: Spółka/Nazwa spółki, Informacje o spółce/informacje o firmie, ład korporacyjny*

- c) raporty bieżące (1)**

*Wymagane: raporty bieżące za rok 2009 zamieszczone w zakładce raporty (lub pokrewnej) czy też dane finansowe/informacje finansowe*

- d) raporty okresowe (1)**

*Wymagane: raporty okresowe za ostatni rok 2008 i I kwartał 2009 zamieszczone w zakładce raporty (lub pokrewnej) czy też dane/informacje finansowe*

- e) roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej (1)**

*Zamieszczone w rubryce: spółka/ dokumenty spółki, ład korporacyjny, raporty*

- 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 przedstawione w formie tabeli lub wykresu*

- g) kalendarium wydarzeń korporacyjnych (1)**

*Wyznaczona część strony RI lub strony głównej; minimum: harmonogram przesyłania raportów okresowych, termin WZA*

- h) podstawowe wskaźniki finansowe spółki (1)**

*Wymagane: przychody, zysk, liczba akcji; umiejscowione na stronie relacji inwestorskich lub w zakładce na stronie głównej np. dane finansowe spółki*

- **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.

- **Czy na stronie zamieszczono odnośniki do stron innych instytucji rynku kapitałowego (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*
- *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.*

- **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 przetłumaczoną stronę RI.

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

- **Efektywność pozycjonowania strony (5)**

**nazwa spółki (np. z gpwinfostrefa lub gpw) + relacje inwestorskie**

Punkty zostaną przyznane według kryteriów:

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

*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 wszystkie strony, które uzyskały taką samą ocenę.*