

## Regulamin Konkursu Złota Strona Emitenta XIII

### § 1. ORGANIZATOR

Organizatorem Konkursu jest Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych z siedzibą przy ul. Nowy Świat 35 lok. 5A w Warszawie, zwane dalej SEG.

### § 2. CEL KONKURSU

Celem Konkursu jest wyłonienie najlepszych witryn internetowych spółek giełdowych w dwóch klasyfikacjach: Najlepszy serwis IR oraz Lider komunikacji online. W każdej klasyfikacji przewidziano następujące kategorie:

- Spółki duże (spółki należące do indeksów WIG20 i mWIG40);
- Spółki średnie (spółki należące do indeksu sWIG80);
- Spółki małe (spółki notowane na rynku regulowanym nienależące do indeksów WIG20, mWIG40 i sWIG80 oraz spółki notowane na ASO NewConnect).

### § 3. UCZESTNICTWO W KONKURSIE

1. Konkurs skierowany jest do spółek giełdowych, których akcje w dniu 30 sierpnia 2019 roku notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.
2. Postępowanie konkursowe dla obu klasyfikacji, poprzedzone będzie podziałem emitentów na trzy kategorie: „spółki duże”, „spółki średnie” i „spółki małe”.
3. Podstawą klasyfikacji spółek do każdej z kategorii, jest przynależność emitenta do określonego indeksu wg. stanu z dnia 30 sierpnia 2019 r.
4. Uczestnictwo w Konkursie w kategoriach: „spółki duże” i „spółki średnie” nie wymaga zgłoszenia. Badane będą wszystkie spółki notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie i należące do indeksów określonych w § 2.
5. Uczestnictwo w Konkursie w kategorii „spółki małe” wymaga mailowego zgłoszenia chęci udziału na adres: [zse@seg.org.pl](mailto:zse@seg.org.pl). Zgłoszenia przyjmowane będą do 30 listopada 2019 roku.
6. W przypadku zgłoszenia się niewystarczającej ilości spółek, Organizator zastrzega sobie prawo do odstąpienia kontynuowania Konkursu dla kategorii „spółki małe” w obu klasyfikacjach.

### § 4. ZASADY WYŁONIENIA NOMINATÓW I LAUREATÓW

1. Konkurs przeprowadzony będzie w trzech etapach.
2. Etap pierwszy przeprowadzony będzie przez pracowników Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych lub osoby wskazane przez Organizatora.
3. Etap pierwszy obejmuje ocenę spółek wg. formularzy zawierających określone kryteria dla danej klasyfikacji. Kryteria oceny opisane są w § 5, w nawiasach podane zostały maksymalne liczby punktów, które można uzyskać w danym kryterium.
4. W obu klasyfikacjach i w każdej z kategorii, etap pierwszy zakończony będzie wyborem 10 spółek, które uzyskały największą liczbę punktów w obszarze danej klasyfikacji i kategorii (łącznie 60 spółek). W sytuacji gdy najniższa liczba punktów kwalifikująca stronę do drugiego

- etapu zostanie przyznana większej liczbie ocenianych stron, do drugiego etapu przechodzą wszystkie strony, które uzyskały najwyższą liczbę punktów kwalifikującą stronę do II etapu.
5. Etap drugi polegać będzie na wyłonieniu trzech nominatów dla obu klasyfikacji i każdej z kategorii (łącznie 18 spółek).
  6. Wyłonienia nominatów dokonuje Jury Konkursowe, złożone ze specjalistów z różnych dziedzin. Wyboru składu Jury dokonuje Organizator. Każdy z zespołu Jury ocenia spółki wg. kryterium zgodnego z własną specjalnością, przypisując jej ocenę punktową (0-10 pkt.).
  7. W drugim etapie, w ramach obu klasyfikacji i każdej z kategorii, spółka może zdobyć maksymalnie 40 punktów (po 10 punktów w każdym z kryteriów). Liczba uzyskanych punktów w danym kryterium to średnia arytmetyczna ocen wszystkich Jurorów danego kryterium. Kryteria oceny opisane są w § 6
  8. Etap trzeci polegać będzie na wyłonieniu Laureatów Konkursu, jeden Laureat w każdej kategorii, w obu klasyfikacjach (łącznie 6 Laureatów). Dokona tego Kapituła Konkursowa, wyboru składu Kapituły dokonuje Organizator.
  9. Po zakończeniu pierwszego i drugiego etapu, każda oceniana spółka ma możliwość otrzymania nieodpłatnej ekspertyzy wskazującej indywidualny rezultat w określonym etapie. Dana spółka ma prawo zgłoszenia uwag do otrzymanej ekspertyzy. Prośby dotyczące przygotowania powyższej analizy, Organizator przyjmuje w wyznaczonych terminach:
    - 17-28 lutego 2020 - ekspertyzy oceny w I etapie;
    - 4-22 maja 2020 - ekspertyzy oceny w II etapie.
  10. Po upływie powyższych terminów, prośby o przygotowanie ekspertyzy nie będą przyjmowane, a uwagi spółek dotyczące wyniku oceny nie będą uwzględniane.
  11. Czas przygotowania ekspertyzy wskazuje Organizator.

## **§ 5. KRYTERIA OCENY W PIERWSZYM ETAPIE KONKURSU**

### **I. Klasyfikacja „Najlepszy serwis IR”(39)**

#### **I.1. Zawartość strony (22)**

Czy na stronie są zamieszczone:

- a) podstawowe dokumenty korporacyjne, zwłaszcza statut i regulaminy organów spółki (1);
- b) życiorysy zawodowe członków organów spółki (1);
- c) raporty bieżące (1);
- d) raporty okresowe (1);
- e) roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej (1);
- f) informacja o strukturze akcjonariatu (1);
- g) kalendarium wydarzeń korporacyjnych (1);
- h) podstawowe wskaźniki finansowe spółki (1);
- i) aktualności i komunikaty prasowe (1);
- j) opinia Biegłego Rewidenta (1);
- k) szczegółowe dane o ostatnim przeprowadzonym Walnym Zgromadzeniu Akcjonariuszy (1);
- l) wykres notowań spółki (1);
- m) informacje o polityce dywidendowej i/lub wypłaconych historycznie dywidendach (1);
- n) podstawowe dane na temat akcji spółki (kod ISIN, ticker, przynależność do indeksów) (1);

- o) odnośniki do stron innych instytucji rynku kapitałowego: KNF, GPW, SEG, SII (2);
- p) plik xlsx z danymi (3)
  - plik zaawansowany (plik zawierający poza danymi finansowymi dane operacyjne lub dane finansowe w podziale na segmenty; dane za min. 4 okresy sprawozdawcze) (3);
  - plik podstawowy (plik zawierający wyłącznie dane finansowe w podziale na segmenty lub plik z danymi finansowymi i operacyjnymi, ale bez historycznych danych) (1);
  - brak (0).
- q) pliki audio lub wideo (pliki streamowane, do pobrania, w formie embedu lub linku do zewnętrznego serwisu, np. YouTube) (2)
  - tak, przy czym w serwisie są dostępne co najmniej 4 nagrania dotyczące wyników okresowych lub innych zdarzeń z ostatniego roku (2);
  - tak, przy czym na stronie są mniej niż 4 nagrania dotyczące wyników finansowych lub innych zdarzeń z ostatniego roku (1);
  - nie (0).
- r) factsheet (rozumiany jako dokument o objętości nie większej niż dwustronne A4) (1).

Użyte w tym kryterium dane dotyczące oceny factsheet pochodzić będą z odrębnego badania prezentacji inwestorskich prowadzonego pod patronatem SEG.

Poszczególne elementy będą sprawdzane w serwisie/sekcji inwestorskiej spółki. Jeśli elementy te nie zostaną znalezione w sekcji inwestorskiej serwisu, wówczas będą sprawdzane w wybranych sekcjach ogólnego serwisu korporacyjnego, np. „o spółce”, „ład korporacyjny”, „centrum prasowe”, „CSR”.

Z uwagi na fakt, iż technologia Flash jest wycofywana z użycia, zwracamy uwagę, że serwisy, które wykorzystują tę technologię nie uzyskują punktów za elementy wykorzystujące tę technologię (np. w przypadku wykresu kursu i notowań).

## I.2. Użyteczność serwisu (17)

### a) pozycjonowanie strony (6)

Na jakiej pozycji w Google pojawiają się następujące odnośniki do strony internetowej spółki:

- „nazwa spółki”
- „nazwa spółki wyniki”
- „nazwa spółki inwestorzy”

W przypadku każdego z trzech wyszukiwań, spółka może uzyskać następującą liczbę punktów:

- odnośnik na miejscu 1 (2)
- odnośnik na miejscu 2-10 (1)
- odnośnik na dalszym miejscu (0)

### b) wyszukiwarka na stronie (3)

- działająca wyszukiwarka (3);
- brak wyszukiwarki lub nie działająca wyszukiwarka (0).

Test wyszukiwarki na stronie polega na próbie wyszukania w niej następujących haseł:

- raporty
- przychody
- sprawozdanie
- akcjonariusze/akcjonariat
- WZA/Walne Zgromadzenie

Wyszukiwarka jest uznana za działającą, jeśli zwróci min. 3 z 5 powyższych wyników, przy czym wyniki aktualne będą prezentowane na górze listy wyników.

### c) RSS (1);

- d) czy dostęp do strony jest zabezpieczony certyfikatem SSL (1);
- e) czy strona jest responsywna (3);
- f) jaki wynik osiąga strona w teście mobilności Google (3)

<https://testmysite.withgoogle.com/intl/en-gb>

- Excellent (3)
- Good (2)
- Fair (1)
- Poor (0)

## II. Klasyfikacja „Lider komunikacji online” (26)

### II.1. Komunikacja mailowa (6)

- a) jak szybko spółka odpowiada merytorycznie na pytania dotyczące relacji inwestorskich przekazane mailowo. Zostaną wysłane trzy zapytania mailowe od fikcyjnego inwestora. Punktacja w przypadku każdego maila:

- merytoryczna odpowiedź w ciągu 24h (2);
- merytoryczna odpowiedź w ciągu 24-48h (1);
- merytoryczna odpowiedź później niż 48h lub brak odpowiedzi (0).

### II.2. Komunikacja z inwestorami po angielsku (5)

- rozbudowana treść w j. angielskim (w tym raporty bieżące i okresowe) (5);
- podstawowe treści w j. angielskim (1);
- brak wersji angielskiej (0).

### II.3. Komunikacja za pomocą innych kanałów i narzędzi (15)

- a) czy spółka organizuje czaty dla inwestorów (na stronie jest zapis lub link do strony z zapisem czatu nie starszego niż 1 rok) (1);
- b) czy na stronie spółki jest kontakt dla inwestorów (1);
- c) czy spółka udostępnia newsletter dla inwestorów (2);
  - tak, newsletter jest wysłany min. 1x w czasie trwania I etapu konkursu (2);
  - tak, ale w czasie trwania I etapu konkursu nie dotarł newsletter (1);
  - nie (0).
- d) czy spółka korzysta z mediów społecznościowych w komunikacji z inwestorami (6);
  - spółka prowadzi konto w serwisie społecznościowym, publikuje w nim treści użyteczne dla inwestorów oraz wchodzi w relacje z innymi użytkownikami (3);
  - spółka prowadzi konto w serwisie społecznościowym i publikuje w nim treści użyteczne dla inwestorów (1);
  - brak kont w serwisach społecznościowych (0).

Punkty można uzyskać za więcej niż jeden serwis społecznościowy, ale z ograniczeniem możliwości zdobycia maksimum 6 punktów. Punkty przyznawane są tylko wtedy, gdy spółka umieszcza na stronie ikony danych serwisów społecznościowych.

- e) czy spółka udostępnia na stronie prezentacje inwestorskie i jaka jest ich zawartość (5)
  - regularnie publikowane prezentacje wynikowe (min. 4 prezentacje dotyczące wyników okresowych w ciągu ostatniego roku) (1);
  - prezentacja zawiera podsumowanie / executive summary (1);
  - prezentacja zawiera informacje na temat rynku, na którym działa spółka (1);
  - prezentacja zawiera omówienie realizowanych działań / inicjatyw / inwestycji (1);
  - prezentacja zawiera komentarze / omówienie wyników finansowych (1).

W zakresie dotyczącym zawartości prezentacji badana jest najnowsza prezentacja dotycząca wyników rocznych, a w przypadku jej braku najnowsza prezentacja dotycząca wyników kwartalnych. W przypadku braku jakiegokolwiek prezentacji z ostatnich 12 miesięcy spółka uzyskuje 0 punktów. Użyte w tym kryterium dane dotyczące oceny prezentacji pochodzą z odrębnego badania prezentacji inwestorskich prowadzonego pod patronatem SEG.

## **§ 6. KRYTERIA OCENY W DRUGIM ETAPIE KONKURSU**

### **I. Klasyfikacja „Najlepszy serwis IR” (40)**

1. Poprawność zastosowanych technologii i bezpieczeństwo serwisu (10).
2. Nawigacja i mobilność serwisu (10).
3. Design / wygląd serwisu (10).
4. Pogłębiona analiza zawartości serwisu (10).

### **II. Klasyfikacja „Lider komunikacji online” (40)**

1. Opinia inwestora instytucjonalnego / analityka (10).
2. Opinia inwestora indywidualnego (10).
3. Opinia dziennikarza (10).
4. Komunikacja telefoniczna i mailowa z inwestorami (10).

W przypadku, gdyby pełna ocena w którymkolwiek z kryteriów nie była możliwa, Organizator podejmie stosowne działania, mając na względzie konieczność zapewnienia sprawiedliwego rozstrzygnięcia.

## **§ 7. WYNIKI KONKURSU**

1. Laureaci Konkursu, o których mowa w § 4 pkt.8, otrzymają Statuetki „Złota Strona Emitenta”.
2. Laureaci Konkursu do czasu rozstrzygnięcia kolejnej edycji, mają prawo posługiwać się tytułem Laureata Konkursu we wszelkich materiałach informacyjnych i reklamowych.
3. Nominaci Konkursu, czyli spółki o których mowa w § 4 pkt.5, do czasu rozstrzygnięcia kolejnej edycji Konkursu, mają prawo posługiwania się tytułem Nominata Konkursu we wszelkich materiałach informacyjnych i reklamowych.
4. Kapituła zastrzega sobie prawo do nieprzyznania nagrody w obu klasyfikacjach, w każdej z trzech kategorii.
5. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania nagród indywidualnych lub wyróżnień.
6. Z zastrzeżeniem pkt. 1, Organizator nie przewiduje nagród o charakterze finansowym lub rzeczowym.
7. W szczególnych przypadkach, jeśli dana spółka wielokrotnie była laureatem Konkursu i od lat utrzymuje wysoki poziom internetowej komunikacji z inwestorami, Kapituła może przyznać tytuł „Złoty Laureat”. W takiej sytuacji nagrodzona spółka nie uczestniczy w rywalizacji” w ramach trzeciego etapu danej edycji konkursu.

**§ 8. TERMINY**

1. Etap pierwszy rozpoczyna się 2 września 2019 roku i trwa do 9 lutego 2020 roku.
2. Etap drugi rozpoczyna się 24 lutego 2020 roku i trwa do 26 kwietnia 2020 roku.
3. Etap trzeci rozpoczyna się 4 maja 2020 roku i trwa do dnia obrad Kapituły (Termin ustala Organizator z Członkami Kapituły).
4. Konkurs zakończony zostaje ogłoszeniem werdyktu w dniu 3 czerwca 2020 roku podczas XII Kongresu Relacji Inwestorskich Spółek Giełdowych SEG.
5. W uzasadnionych przypadkach Organizator ma prawo dokonać zmian w harmonogramie oraz regulaminie Konkursu.