

PODPORA NOVÝCH IPO V ČR /Business-to-Business/

SHRNUTÍ PROJEKTU

Více než roční osvětový program cílený na úspěšné české podniky, které by mohly být typickými kandidáty pro IPO (Initial Public Offering) na pražské burze byl součástí dlouhodobého konceptu podpory rozvoje českého kapitálového trhu, který byl financován právě Burzou cenných papírů Praha (Prague Stock Exchange). Na burze v ČR dlouhodobě chyběl dostatek likvidních emisí, což tvořilo významnou překážku pro lákání dalších investorů, jak retailových, tak portfoliových. Od vzniku burzy do roku 2005 se na Pražské burze obchodovaly jen akcie, které na její trh byly umístěny v rámci transformace ekonomiky (kupónová privatizace). Jediná původní emise umístěná v rámci veřejného úpisu (IPO), byla na trh uvedena v roce 2004. Burze chyběly původní emise, které by oživily zájem investorů i veřejnosti o kapitálový trh.

Výsledkem komunikačního programu, zahájeného na podzim roku 2005 a pokračujícího po dobu celého roku 2006, byl přímý vstup dvou nových českých emitentů na pražskou burzu v prosinci roku 2006 (ECM, Pegas Nonwovens), ohlášení dalších 4 emisí pro rok 2007 (CTP, AAA, NWR, CS Cargo) a tržní očekávání dalších více než 10 společností, které se na IPO začaly systematicky připravovat.

KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI X RIZIKA

Příležitost spočívala v přilákání dalších investorů a zatraktivnění kapitálového trhu

Záměrem Burzy bylo za pomoci komunikační kampaně zvýšit růst objemu obchodů, zatraktivnit kapitálový trh pro větší okruh investorů a přilákat další firmy k získávání kapitálu na další rozvoj prostřednictvím vstupu na kapitálový trh.

Pražská burza představuje vysoce likvidní trh s velmi malým počtem titulů. Pro zachování vysoké likvidity a atraktivnosti trhu zejména pro retailové investory je nutné podporovat vstup dalších společností na kapitálový trh a rozšiřovat tak nabídku titulů. Podpora IPO je tedy nezbytnou součástí uceleného obchodního modelu pražské burzy, jehož jednotlivé složky se vzájemně podmiňují.

Riziko představovala především komplikovanost tématu kapitálového trhu celkově

Kritický problém představovala především komplikovanost tématu kapitálového trhu celkově, kombinovaná s přežívající nepříznivou image, kterou si trh i burza jako taková vydobily v polovině 90. let, charakterizovanou krachy bank, obchodníků a vytunelovanými investičními fondy.

STRATEGICKÝ POSTUP

Cílem projektu bylo objasnit firmám – potenciálním novým emitentům na pražské burze – princip získávání prostředků na burzovním trhu; popularizovat pojem IPO, vysvětlit postup, průběh, výhody i rizika tohoto kroku. Vzbudit zájem o IPO a směřovat firmy k samotnému provedení. Souběžným cílem bylo prosadit téma IPO do médií.

Projekt byl navržen v několika souběžných liniích:

- otevřít téma oživení kapitálového trhu v médiích a rozpoutat odbornou diskusi o příčinách nezájmu českých firem vstupovat na burzu
- vytvořit sérii informačních zdrojů objasňujících populárními formami problematiku IPO a dosažitelnost tohoto nástroje získávání kapitálu i pro středně velké firmy / publikace, webová prezentace, multimediální prezentace

- **přímou komunikací** (tiskoviny, regionální akce, newsletter) s potenciálními kandidáty na IPO získat jejich zájem a navázat trvalejší komunikační linku

FÁZE A AKTIVITY PROJEKTU

Nastolení tématu nutnosti oživení akciového trhu médiím a odborné veřejnosti

Toho bylo dosaženo **sérií komunikačních aktivit**, jejichž těžištěm se stala **mezinárodní odborná konference** pořádaná pražskou burzou. Na ní zástupci zahraničních trhů prezentovali jejich přístup k přivádění nových emitentů na kapitálové trhy a ukazovali přínosy funkčního kapitálového trhu pro ekonomický růst. Zájem o téma byl podpořen **cílenou inzercí** v tiskových médiích a na internetu.

Distribuce speciálního newsletteru

Obsah přednášek a diskusí z odborné konference byl několikanásobně medializován jednak samotnými novináři přítomnými na **oficiálních i společenských akcích** spojených s tématem, jednak pomocí zvláštní **tematické přílohy** vkládané do několika tiskových médií s vysokou afinitou na cílovou skupinu, a konečně přímou distribucí speciálního **newsletteru** na široký rozsah kontaktů v odborné a mediální sféře.

Vydání popularizační publikace „Proč ještě nejste na burze?“

V rámci konference byla také představena samostatná **popularizační publikace**, koncipovaná jako „průvodce emitenta procesem IPO“. Tato publikace (její název zní „Proč ještě nejste na burze?“) se stala následně předmětem cílené distribuce formou **direct mailu** a dále obohatila škálu standardních komunikačních materiálů Burzy.

Roadshow prezentací po regionech České republiky

Aby pozornost vyvolaná mediální kampaní byla využita k zaujetí konkrétních představitelů firem, nastartovala Burza ve spolupráci s vybranými

členskými bankami **roadshow prezentaci** po regionech České republiky. Při těchto prezentacích společně zástupci burzy a investičních bank přibližují možnosti spojené se vstupem na veřejné trhy představitelům významných českých podniků v jednotlivých regionech a zprostředkovávají jim další expertní informace a poradenství pro přípravu na IPO.

Speciální analýza vlivu kapitálového trhu na vývoj ukazatelů ekonomiky

K získání podpory pro zahájenou kampaň mezi širší odbornou veřejností nechala Burza zpracovat **speciální analýzu** vlivu funkce kapitálového trhu na vývoj ukazatelů ekonomiky, jejíž obsah se stal základem pro rozpracování do několikaúrovňové mediální kampaně – zčásti jako zdroj informací pro média, zčásti jako zdroj obsahu osvětové kampaně zpracované formou tematických advertorialů.



DOSAŽENÉ VÝSLEDKY

- Po prvním roce komunikačního programu se na burzovní trh rozhodli umístit své akcie dva čeští emitenti (do doby zahájení kampaně se na Pražské burze uskutečnila historicky jediná IPO).
- Současně se vstupem dvou nových emitentů na pražský akciový trh se v ekonomických rubrikách médií rozpoutal takřka „hon na emitenty“, jenž vyústil ve veřejné prohlášení pěti dalších společností, které potvrdily svůj záměr přivést své akcie na Pražskou burzu v roce příštím.
- Dle zpráv analytiků akciových trhů zároveň existuje na trhu nejméně dalších 12 konkrétních českých společností, jež zahájily kroky, jež jsou hodnoceny jako příprava firmy na proces IPO.

(3) Fotografie z roadshow v Ostravě



(4) Zvací dopis na roadshow v Ostravě



Praha 29. 08. 2006

Vážená pani ředitelko,

obracíme se na Vás jménem Burzy cenných papírů Praha a jednoho z jejích spoluzakladatelů a nejvýznamnějších členů, společnosti Česká spořitelna. Jakožto představitelé společnosti, které působí v samém centru dění kapitálového trhu, považujeme představitele podnikatelské špičky za své přirozené partnery, s nimiž je užitečné se pravidelně setkávat, vyměňovat si názory na chod ekonomiky i na kapitálový trh samotný, a od nichž jsme zvyklí čerpat postřehy a náměty pro naši práci.

Burza cenných papírů Praha je jedním z největších akciových trhů v regionu střední a východní Evropy, který se těší velkému zájmu investorů. Stejně jako ostatní vyspělé trhy se i pražská burza opírá o nejlepší domácí podniky, které jsou motorem hospodářského růstu země. Kapitálový trh byl vždy místem, které umožňovalo silným podnikům získávat kapitál pro jejich další růst a napomáhal jim tak v jejich cestě za další prosperitou.

Považujeme proto za čest Vás osobně pozvat na setkání představitelů nejvýznamnějších firem Moravskoslezského kraje, kde bychom Vám rádi osvětlili všechny aspekty, které s sebou vstup na kapitálový trh přináší.

O praktických otázkách primárních emisí budou hovořit JAN BRABEC, ředitel odboru kapitálové trhy a Finanční instituce České spořitelny, a PĚTR KOBLIČ, předseda burzovní komory a generální ředitel Burzy cenných papírů Praha. O právních aspektech IPO je připraven Vás informovat RADAN MÁREK, senior lawyer Burzy cenných papírů Praha.

Setkání proběhne 26. 09. 2006 od 15 hodin v prostorách restaurantu Legenda v Hotelu Imperial, Tyršova 6, Moravská Ostrava.

Těšíme se na setkání a diskusi s Vámi.

S úctou


PĚTR KOBLIČ
generální ředitel
a předseda burzovní komory


DANIEL HEJDA
člen představenstva
a náměstek generálního ředitele