



Associazione Italiana Investor Relations

SURVEY AIR 2015

*STRUTTURA E FUNZIONI DEI TEAM IR
NELL'ORGANIZZAZIONE DELLE SOCIETA' QUOTATE*

Cristiana Brocchetti

Milano, 17 giugno 2015

OBIETTIVO DEL SONDAGGIO

- *MIGLIORARE LA CONOSCENZA DIRETTA CHE GLI IRO HANNO DEI LORO STESSI PEER*
- *OFFRIRE AGLI IRO UN' OPPORTUNITA' DI ENGAGEMENT INTERNAMENTE ALLA PROPRIA STRUTTURA*
- *MIGLIORARE I SERVIZI OFFERTI E L'ATTIVITA' EDUCATIVA DELL'ASSOCIAZIONE, SECONDO LE ESIGENZE E LE PROPOSTE DIRETTE DEGLI IRO...*

CAMPIONE D'INDAGINE



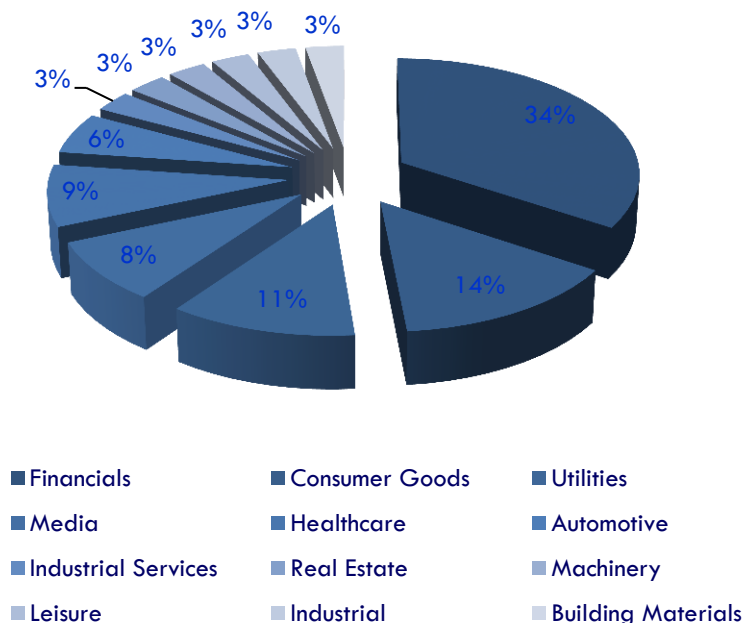
- Circa **276** società quotate in Italia, di cui 68 allo STAR e 65 all'AIM
- **34** le società che hanno risposto al sondaggio AIR, rappresentando
 - il **30%** della capitalizzazione di mercato
 - **35 individui**: 22 di questi associati ad AIR, pari al 63% dei rispondenti
 - **91** persone che operano nell'attività di Investor Relations

| Mkt Cap | Nr rispondenti | % | Nr Ir in Team | Nr medio IR per azienda |
|-----------------|----------------|-------|---------------|-------------------------|
| x>5 bln | 4 | 11,5% | 35 | 8,75 |
| 500m<x<5bl n | 23 | 65,7% | 45 | 1,96 |
| x<500mln | 8 | 22,8% | 11 | 1,375 |

A minore capitalizzazione corrispondono proporzionalmente minori risorse destinate all'attività IR: per 1 persona nelle small cap sono presenti in media quasi 2 unità nelle mid cap e 8,75 nelle blue chips

NB: l'8,75 nelle blue chip si paragona con il 4,7 di 5 anni fa (il campione di riferimento non è però sovrapponibile al 100%)

Segmentazione settoriale del campione



INDIVIDUI PER DIPARTIMENTO

| Mkt Cap | Nr IR per Team | Nr corporate | % % % |
|-----------------------------|----------------|--------------|-------|
| min. € 81mln - max € 4,3bln | 1 / 2 | 24 | 70,6% |
| min. € 3,7bln - max € 9 bln | 3 / 6 | 7 | 20,6% |
| mkt cap > € 9 bln | > 7 | 3 | 8,8% |

| Cambi nel numero di persone nel team ultimi 3 anni? | Nr corporate | % % % |
|---|--------------|-------|
| N | 24 | 70,6% |
| S | 10 | 29,4% |

| | | |
|-------------|---|-------|
| Incremento | 7 | 29,2% |
| Diminuzione | 3 | 12,5% |

- E' stata privilegiata una segmentazione per numero di appartenenti al team, piuttosto che per mkt cap
- Rispetto al survey precedente (2010), sono nettamente incrementati i team con soli 1 o 2 individui, indipendentemente dalla capitalizzazione small o mid cap: significa che i team delle nuove società quotate sono di dimensione inferiore rispetto ai peers di pari dimensioni
- Restano invece abbastanza invariati i team delle blue chip che mantengono un numero di membri nei team IR superiori a 7, nonostante una diminuzione del numero complessivo degli appartenenti al team sia talvolta avvenuta
- Dal campione risulta che solo 3 team abbiano riportato diminuzioni nel numero dei componenti, mentre...
- ... la maggior parte dei team ha avuto un numero di persone stabile, riportando al massimo sostituzioni
- Gli incrementi nel numero di componenti, invece, non fanno rilevare una segmentazione né per settore né per dimensione

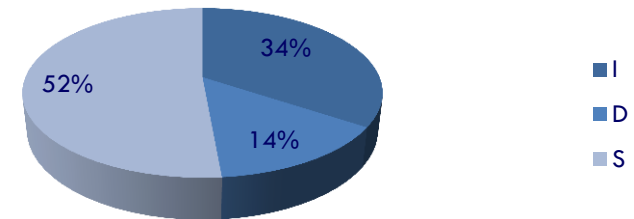
ETA', REMUNERAZIONE, BUDGET



- 33 rispondenti su 35 hanno dichiarato l'età media del proprio dipartimento.
- L' **età media** di un IR italiano è di **40 anni**. Questo riflette un incremento e un riconoscimento del valore di questa professione, che richiede una professionalità molto completa e diversificata, non adatta ad un profilo junior.
- Solo 12 su 35 hanno dichiarato la **remunerazione media**, c. 30%: **€ 71k**.

NB: solo 3 > 100k, ma si chiede la remunerazione media per team. Si ipotizza che la remunerazione media di un Responsabile del Team sia superiore a questo livello

Variazione del budget attribuito ai Team IR negli ultimi 3 anni

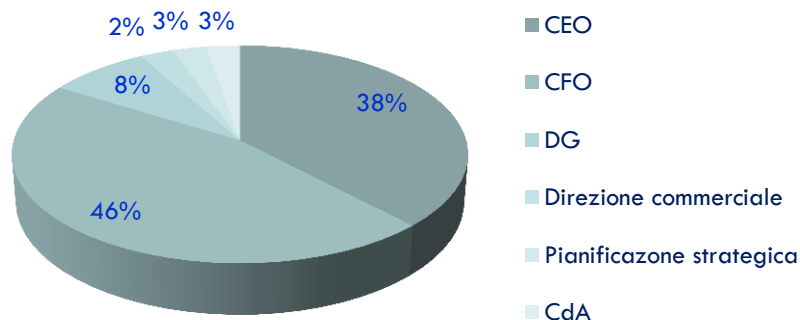


- Rispetto agli ultimi 3 anni, il **budget** a disposizione dei Team IR è **incrementato solo nel 34%** dei casi, indipendentemente dal settore o dalla capitalizzazione di mercato, mentre solo il **14%** del campione di riferimento ha segnalato una **diminuzione** delle risorse finanziarie a disposizione
- Questo sembra in linea con il fatto che il 32% dei team ha visto un incremento del numero di persone nei team, ma soltanto 1/3 di coloro che hanno registrato incrementi di risorse per il proprio team hanno anche avuto un incremento parallelo nel personale

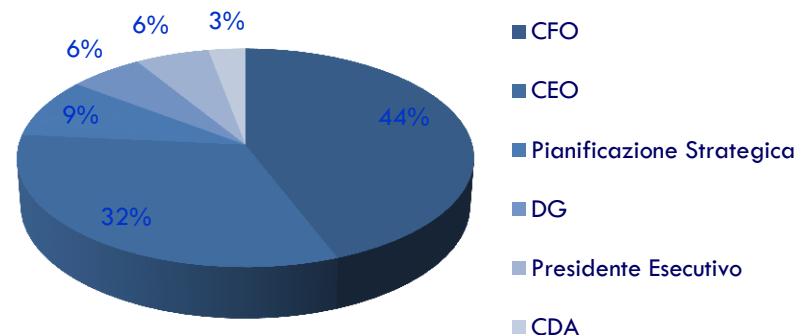
DA CHI DIPENDE IL DIPARTIMENTO IR?

- Il CFO è la figura di riferimento principale per il Team IR, dipendendo in genere egli stesso dal CEO: valore confermato più o meno stabile dal 2010 ad oggi. Questo è valido principalmente per le Società Industriali e «di Prodotto» in generale.
- Il CEO è l'altra figura di riferimento dal quale dipende c. 1/3 dei team IR in Italia, dato in linea con il 2010, in leggera flessione, ma dipende dal campionamento.
- Le altre figure di Top Management da cui dipende il Team IR – sempre figure chiavi esecutive – variano in base al tipo di settore e di organigramma aziendale: i.e. la linea di reporting dal DG o dalla Pianificazione strategica è più frequente nel settore finanziario e molto meno presente tra aziende industriali.

Linea di Reporting Interna Team IR in Italia



2010



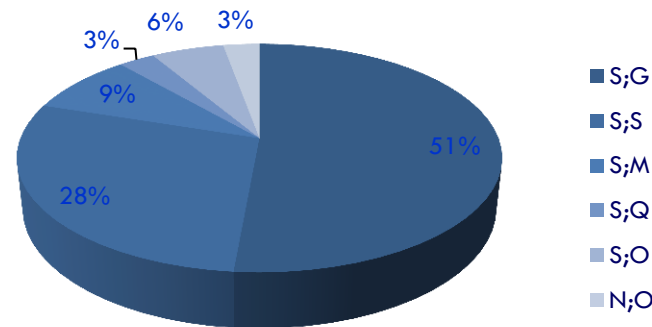
2015

INQUADRAMENTO E COMUNICAZIONE INTERNA



- La **metà** del campione intervistato dichiara di avere un rapporto **giornaliero** con la propria linea di reporting interna e/o con altre figure chiave del top management aziendale.
- Il **28%** ha un confronto **settimanale**, mentre il restante 32% ha un rapporto mensile ed oltre, talvolta soltanto occasionale.

Frequenza Comunicazione Interna

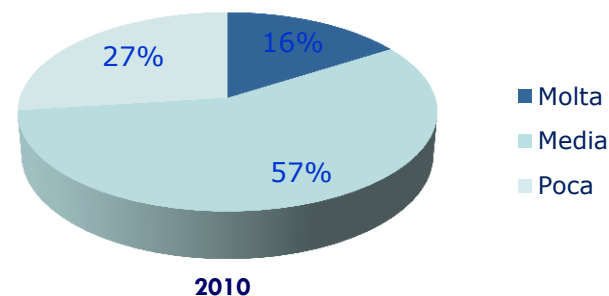
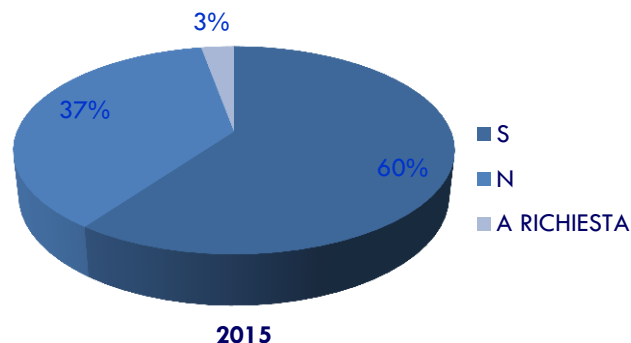


- **Inquadramento Responsabile del Team:** 26 su 35 Dirigenti (74%); 4 quadri; 3 impiegati; 2 diversi inquadramenti che dipendono dal contratto di settore e dell'organizzazione aziendale – idealmente funzionari o dirigenti;
- La maggioranza dei dirigenti e l'età media confermano entrambe che la figura professionale dell'IR sta crescendo di importanza all'interno delle aziende, mentre la remunerazione media dovrebbe adattarsi ai punti precedenti e porta un livello di dispersione ampio, con valori che variano tra min. € 30k a max € 125k.

FORMAZIONE PROFESSIONALE



Tempo e risorse per formazione



In base al campione di riferimento, ben il 37% degli intervistati lamentano una mancanza di attenzione alla formazione dei propri IR, mentre nel 2010 soltanto il 27% aveva identificato poca o scarsa attenzione a questo tema.

In merito al 37% che non riceve formazione, solo il 7.7% ha avuto un calo nel budget a disposizione del proprio dipartimento, che spiegherebbe un taglio a questo tipo di attività, mentre in realtà la parte restante dei rispondenti ha avuto un budget comunque in aumento o stabile, che fa riflettere invece come la formazione stessa sia stata un'area di scarsa attenzione interna o da tagliare

Al fine di allocare diversamente lo stesso tipo di risorse.

Alternativamente, possiamo interpretarlo come una scarsa percezione della qualità dei corsi di formazione svolti

| No formazione in relazione alla variazione del budget | % |
|---|-------|
| Incremento | 30,8% |
| Stabile | 61,5% |
| Diminuzione | 7,7% |

MIGLIORAMENTI RICHIESTI



Più tempo per l'attività di IR

Maggior budget a disposizione del Team

Più tempo per attività di comunicazione esterna e roadshow

Maggior coinvolgimento del business, attività di pianificazione e accesso a, condivisione di informazioni

Partecipazione ai Comitati

Riconoscimenti economici

Formazione internazionale

Maggiori risorse umane, in alcuni casi con padronanza lingua inglese

11,4% non ha nulla da richiedere

Bloomberg / Thomson Reuters

Crescita e formazione professionale

FUNZIONI OPERATIVE DEL TEAM IR



| | Relazione investitori e analisti | Collaborazione con altri team aziendali | CSR | Aggiornamento tool comunicazione finanziaria | Altro |
|----|----------------------------------|---|-------|--|--------|
| Sì | 100% | 94% | 65,7% | 66,5% | 51,4%* |
| No | 0% | 6% | 34,3% | 23,5% | 48,6% |

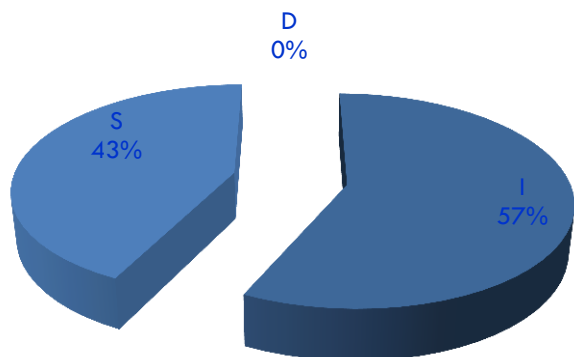
- Viene **confermata**, come nel survey precedente, la tipica funzione del Team IR di mantenere la **relazione con tutti gli stakeholder finanziari, sia buy-side che sell-side**.
- A questo fine, la **collaborazione con altri team aziendali**, dal legale all'M&A a titolo di esempio, risulta **essenziale ed imprescindibile** in quasi tutte le corporate.
- Il Team IR, che ha l'obiettivo di provvedere un'immagine chiara, trasparente e facilmente comprensibile della realtà aziendale in cui si opera, si avvale di varie **funzioni accessorie**, in base alla propria organizzazione interna.
- I **tool di comunicazione finanziaria**, come vedremo, sono i principali strumenti utilizzati e gestiti spesso all'interno del TEAM, per c. i **2/3 dei casi**.
- Diversamente invece dal 2010 e dal 2011, ha assunto una **rilevanza sempre maggiore** la gestione della **CSR**, anch'essa ormai **più che raddoppiata** come sylos rispetto a 5-6 anni fa.

*

- Aggiornamento sito web
- Relazioni finanziarie
- Benchmarking, peer analysis
- Analisi investimenti
- Strategic Planning
- IR compliance
- Relazioni con i media
- Relazione con agenzie di rating

FUNZIONI OPERATIVE DEL TEAM IR

Variatione nelle funzioni attribuite a Team IR



- Nel **57%** dei casi sono **incrementate**, negli ultimi 3 anni, le funzioni attribuite
- Ai team IR, **in nessun caso sono diminuite** le funzioni attribuite al team e nel **47%** del campione sono invece rimaste **stabili**
- Nella maggior parte dei casi a budget stabili fanno seguito funzioni operative stabili e nel **31,4%** dei casi a maggiori funzioni si affiancano anche maggiori disponibilità finanziarie per il team

| Budget | Variatione Funzione | % |
|--------|---------------------|-------|
| D | I | 2,9% |
| D | S | 11,4% |
| D | D | 0,0% |
| S | I | 22,9% |
| S | S | 28,6% |
| S | D | 0,0% |
| I | I | 31,4% |
| I | S | 2,9% |
| I | D | 0,0% |

COM'E' CAMBIATO IL MODO DI COMUNICARE?



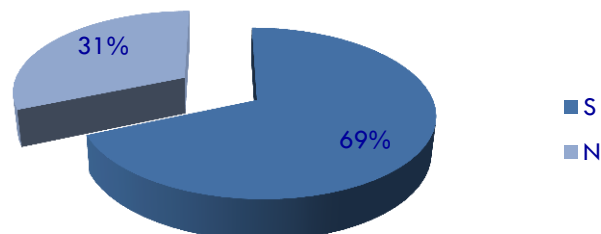
| E' variato il modo di comunicare negli ultimi 3 anni? | |
|---|-------|
| S | 42,9% |
| N | 57,1% |

Il 40% che dichiara di aver modificato il proprio modo di comunicare, evidenziano una o più tra le seguenti variazioni:

| Communication tool | % |
|--------------------|-----|
| Sito WEB | 40% |
| Social Network | 35% |
| App x investitori | 10% |
| Mobile site | 5% |
| Slide share | 5% |
| Bilancio online | 5% |
| Video | 0% |

PROBLEMI DI RELAZIONE CON SELL-SIDE

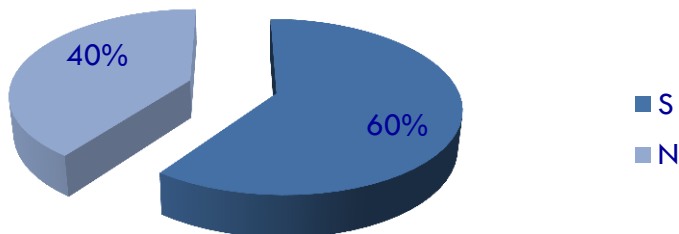
Problemi di relazione con sell-side



- Rigidità da parte dell'analista sulla sua view
 - Allineamento di view degli analisti globali
 - Nessuno o poco tempo per incontrare gli analisti esteri
 - Lentezza nelle risposte della controparte
 - Valutare la società senza valutare i peers
 - Errori fattuali nei report
 - Alto turnover analisti
 - Aumentare il coverage
 - Aggiornamento dei modelli degli analisti
 - Liquidità
 - Fatica a garantire accesso al top management
- Ancora poca conoscenza e comprensione del business / biz model
 - Più attenzione al breve che al lungo termine
 - Scarsa applicazione alla ricerca dell'informazione di dettaglio, normalmente reperibile nei bilanci o documenti societari
 - Contatto continuo solo con specialist e discontinuo con gli altri
 - Poca motivazione ad approfondire il business
 - Scarsa qualità ricerca
 - Mantenere una relazione continuativa effettiva e fattuale ed una conoscenza approfondita della Società'
 - Desiderio che l'azienda si esponesse di più sul futuro
 - Dover effettuare «eventi» con chi ha raccomandazioni negative

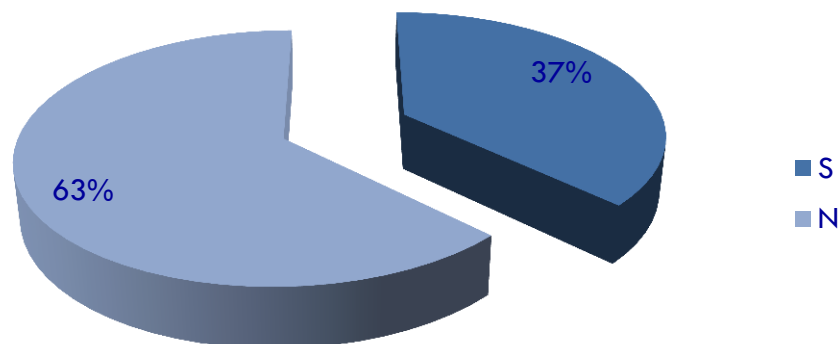
PROBLEMI DI RELAZIONE CON BUY-SIDE

Problemi di relazione con buy-side



- Non danno un feedback
 - Scarsa comprensione del business model
 - Difficoltà a far capire peculiarità business
 - Poco tempo per incontrare gli investitori esteri
 - Trasmettere specificità italiane a persone con view globale
 - La necessità di fornire informazioni con la necessaria puntualità e trasparenza
 - Poco tempo da dedicare allo studio del titolo
 - Confusione sui driver di crescita
 - Poco focalizzati
 - Relazione non continua
 - Con i generalisti, c'è l'esigenza di semplificare e omologare i dati anche ai più disparati settori perché comprendano le potenzialità di crescita
- In genere ottimi rapporti e molto costruttivi. A volte eccessiva attenzione da parte dei gestori esteri a possibili modifiche del quadro regolatorio fin dai primi rumours su nuove norme o leggi ancora ben lontane da promulgazione o applicazione effettiva.
 - Trasparenza sulle assunzioni base dei loro modelli di valutazione
 - Non sempre chiari nell'espone la loro posizione nei riguardi dei messaggi veicolati
 - Ancora preoccupazioni per rischio Paese
 - Comunicare una strategia di crescita "controllata"
 - Liquidità
 - Approccio short term a volte
 - Talvolta spiegazione da zero
 - Difficolta' a relazionarsi

Importanza azionariato retail



Da notare l'elevata propensione degli investitori retail ad investire nel settore finanziario italiano

Esiste una diversa sensibilità in merito alla rilevanza o meno dell'azionariato retail che, ovviamente, è più significativo per società finanziarie, istituti di credito e per aziende che abbiano partecipazione di uno o più enti pubblici.

L'importanza della componente retail emerge anche in funzione del flottante che, in Italia, per le società industriali è inferiore rispetto ai peer europei.

In generale, dal sondaggio è stato identificato come rilevante un azionariato superiore al 20-25%, mentre in tanti altri casi anche una quota del 10-15% di azionariato retail non è stata considerata significativa. Solo in un caso è stata ritenuta significativa una quota di azionariato retail attorno al 13%.

PROVIDER ESTERNI



Quanti utilizzano provider esterni?

2010

2015

| Sì | No |
|-----|-----|
| 70% | 30% |

| Sì | No |
|-------|-------|
| 85,7% | 14,3% |

Rispetto al 2010, la percentuale di utilizzatori di provider esterni è molto aumentata. Solo il 14,3% non utilizza o non dichiara di utilizzare provider esterni.

Soprattutto, è molto più diversificata rispetto al mero ruolo delle agenzie di comunicazione e broker che era stato citato nel survey 2010, nel quale non furono invece citati né gli studi legali, né le agenzie di rating, né le società di revisione.

Alcune attività sono state internalizzate ai Team IR, nel senso che sono state attribuite negli organigrammi aziendali al dipartimento IR, cosa che ha comportato una maggior domanda di consulenti esterni per motivi differenti, dal supporto operativo, alla consulenza, alla necessità di riscontri esterni oggettivi. Resta evidente anche in questo sondaggio che le responsabilità ed i compiti assegnati ai dipartimenti IR sono via via in crescita, rendendo questi team sempre di maggior rilevanza per la definizione delle strategie aziendali.

QUALITA' DEI PROVIDER ESTERNI



| | Agenzie di Comunicazione | Broker | Agenzie di Rating | Società di Revisione | Legali e Altro |
|----------------|--------------------------|--------|-------------------|----------------------|----------------|
| Risposte | 42,9% | 68,6% | 22,9% | 37,1% | 42,9% |
| N/A | 57,1% | 31,4% | 77,1% | 62,9% | 57,1% |
| Media Lorda | 1,3 | 2,5 | 0,6 | 1,2 | 1,4 |
| Media Risposte | 2,9 | 3,6 | 2,6 | 3,2 | 3,3 |

Valutazione da 1 a 5, dove 1 è la valutazione minima e 5 quella massima; valore 0 dove non è stata fornita risposta

Solo in un caso per broker, società di revisione e legal è stato dato un voto pari a 5

I broker restano sempre i principali provider esterni e i principali stakeholder, ma anche coloro che sono meglio percepiti e valorizzati in termini di qualità del servizio – fatto che contrasta un po' con i giudizi della slide 13.

SMALL CAPS

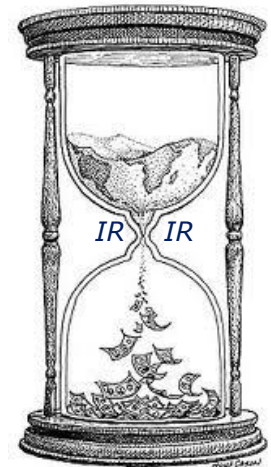


il **26,5%** del campione di riferimento è rappresentato da società small cap, ossia con capitalizzazione di mercato inferiore a € 500mln.

| Nr. analisti che coprono il titolo? | Coverage I/D/S rispetto a 3a fa? | Quanti roadshow all' anno? | Roadshow I/D/S rispetto a 3a fa? | Roadshow in Italia o anche all'estero? | Paghi una fee per l'organizzazione di un roadshow? |
|-------------------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------------|--|--|
| Media 4,1 | I 55,6% | Media 4 | I 55,6% | TUTTI Italia & Estero | Sì 22,2% |
| | S 33,3% | | S 33,3% | | No 55,6% |
| | D 11,1% | | D 11,1% | | A volte 22,2% |

CRITICITÀ E CONCLUSIONI

- La funzione di IR è diventata via via più importante nelle realtà aziendali italiane, confermato dai seguenti dati:
 - età media dei team (40)
 - l'incremento nelle funzioni attribuite al dipartimento
 - l'incremento del numero di persone medio soprattutto nelle blue chip
 - incremento dei budget a disposizione
 - maggior attenzione alla formazione
- Le risorse economiche a disposizione non incontrano sempre un incremento delle responsabilità aziendali e funzioni attribuite a questo dipartimento
- Tra le funzioni aggiuntive, ha raddoppiato lo score rispetto a 6 anni fa la CSR
- Il CFO è sempre la figura di riferimento chiave, seguita dal CEO, soprattutto nelle realtà industriali
- Rapporto di «amore-odio» con investment bank e broker in generale, criticate molto per la qualità e la costanza nel lavoro, ma comunque lo stakeholder principale per ogni corporate e il provider esterno con lo score maggiore: carenza di alternative? Omologazione del servizio? Scarsa percezione di come può essere utilizzato un broker? Fidelizzazione o paura di cambiare fornitore? Altre motivazioni corporate?



CRITICITÀ E CONCLUSIONI

- Il sito web è tuttora ad oggi il mezzo di comunicazione più utilizzato: è multifunzionale, versatile e consente una visione d'insieme dell'azienda. L'essere user friendly e completo sono le caratteristiche essenziali
- I social network non ancora ampiamente sfruttati
 - **NB** nessuna corporate ha citato Linked-In come Social network tool, mentre diversi che utilizzano queste piattaforme hanno invece segnalato Twitter. Questo fa riflettere perché si attribuisce al social network ancora un utilizzo originario al fine di coinvogliare notizie per il retail o stakeholder in generale, meno come un tool di business.
- In merito alle small cap, emerge da un primo check come vi siano ancora esternalità negative, probabilmente legate a una scarsa percezione del mercato in sé ed a ciò che offre, nonché ad una scarsa attribuzione di risorse alla attività IR.
- Da notare invece come oltre la metà delle small cap abbia registrato un incremento del coverage, ossia dell'attenzione sullo stock, da parte del sell side.
- Positivo inoltre il fatto che vengano effettuati da TUTTI roadshow in Italia ed estero.
- In conclusione, lo scenario di riferimento è migliorato rispetto a 6 anni fa, con maggiori persone in staff, maggior funzioni e maggiori risorse. Si tratta ora di continuare in questa direzione ed evolvere ulteriormente facendo comprendere meglio anche internamente il valore di questa professione, il ruolo chiave che ricopre per un emittente quotato e, soprattutto, l'esperienza e la versatilità che richiede.

