

ИРО: ОПТИМИЗМ просыпается

Российский рынок ИРО переживает, пожалуй, самую неоднозначную ситуацию за всю историю своего существования. Пыл интереса к публичному размещению и прогнозов аналитиков о новой волне ИРО заметно остыл во время весенней лихорадки на мировых рынках. Часть эмитентов разместилась по нижней границе, другие вовсе отказались от выхода на биржу. Теперь эмитенты и инвесторы полны новых ожиданий.

Текст: Артемий Александров

Как и полагается в моменты восстановления экономики после кризиса, 2010 год начался с оптимистичных прогнозов и планов. В ходе IV ежегодной совместной конференции Лондонской фондовой биржи и группы ММВБ «Инвестиционный климат и IPO», прошедшей в феврале 2010 года, президент ММВБ Константин Корищенко заявил, что нас может ожидать большая волна первичных размещений, поскольку на рынке наметилось «окно» для выхода на биржу. По оценкам экспертов, участниками этой волны в 2010–2011 годах должны были стать около 25–30 компаний преимущественно из нефтегазовой и телекоммуникационной отраслей, сектора финансовых услуг и розничной торговли, а общий объем привлеченного капитала — составить \$15–20 млрд.

Непосредственно о «буме» никто не говорил. Это слово было модным в 2006 году, когда IPO провели 15 российских компаний, а общий объем сделок увеличился по сравнению с предыдущим годом в четыре раза и достиг почти \$18 млрд. Правда, более половины этого объема обеспечил гигант «Роснефть» (\$10,42 млрд). В 2007 году IPO провели уже 24 компании. Впрочем, сравнивая отечественный рынок с другими странами, даже в 2006–2007 годах говорить о буме IPO, мягко говоря, было не совсем корректно. Например, в Индии в начале 1990-х проходило по 50 размещений в месяц, а в отдельные месяцы и по 200, и так — на протяжении трех лет... Кризис же полностью заглушил российский и без того глуховатый «бум»: в 2008 году состоялось всего два IPO (на биржу вышли компании Globaltrans и ТГК-13), а объем отложенных размещений, по данным ММВБ, составил \$25–28 млрд. В 2009 году состоялось единственное IPO: в декабре «Институт стволовых клеток человека» привлек \$4,8 млн.

Все приведенные цифры касаются именно «чистых» IPO, то есть первичных размеще-

ний акций: нередко данные включают в себя статистику и по SPO (очередному публичному размещению основного выпуска акций), и follow-on (предложению дополнительного выпуска акций). Но даже с учетом последних показатели 2009 года оказались минимальными за последние пять лет, вернув российский рынок публичных размещений к ориентирам 2004–2005 годов, когда он только зарождался.

ПО НИЖНЕЙ ГРАНИЦЕ

В 2010 году рынок IPO открыла компания «РУСАЛ», разместившись первой в российской практике на Гонконгской фондовой бирже. Прошло уже полгода, а результаты этого противоречивого IPO никак не дают успокоиться аналитикам. Спрос на бумаги «РУСАЛа» оказался достаточно серьезным со стороны азиатских, европейских и американских инвесторов. Но почти сразу после размещения акции компании серьезно упали в цене и в течение месяца уходили в минус на 30% и более; в мае они были все еще на 13% ниже цены размещения. Эксперты до сих пор опасаются, что это может отпугнуть зарубежных инвесторов от российского бизнеса.

Спрос на бумаги «РУСАЛа» оказался достаточно серьезным со стороны азиатских, европейских и американских инвесторов

Тем не менее «РУСАЛ» привлек довольно серьезную сумму в \$2,24 млрд, которая остается рекордной среди состоявшихся в этом году размещений. Как заверили WB в дирекции по стратегии и корпоративному развитию «РУСАЛа», компания смогла выгодно разместить акции, в частности, благодаря тому, что в беспрецедентно короткие сроки



На 18 «дочек»

Советом директоров ОАО «Российские железные дороги» предварительно одобрены сделки по продаже в 2010–2011 годах акций 18 дочерних и зависимых обществ компании на общую сумму около 92 млрд рублей. В частности, в зависимости от рыночной конъюнктуры до конца 2010 года российским и иностранным инвесторам планируется предложить до 35% акций ОАО «Трансконтейнер».

РАЗМЕЩЕНИЯ РОССИЙСКИХ ЭМИТЕНТОВ В 2009–2010 ГОДАХ

Компания	Дата размещения	Доля размещаемых акций, %	Цена размещения за акцию, \$	Цена размещения за акцию, руб.	Площадка	Объем IPO, \$ млн	Объем IPO, млн руб.
2009							
РусГидро (SPO в пользу государства)	февраль	н/д	0,02	0,625	ММВБ, РТС	744	23 064
Alliance Oil (SPO)	июнь	н/д	н/д	н/д	LSE	125	3 875
Банк Москвы (SPO в пользу государства)	июль	н/д	23	703	ММВБ, РТС	635	19 685
ФСК (SPO в пользу государства)	июль	н/д	0,008	0,24	ММВБ, РТС	1 046	32 426
Евраз (SPO)	июль	н/д	н/д	н/д	LSE	300	9 300
Интегра (SPO)	сентябрь	н/д	н/д	н/д	LSE	95	2 945
ВТБ (SPO)	сентябрь	н/д	0,0016	0,0482	ММВБ, РТС	5 714	177 134
Синергия (SPO)	октябрь	25	20	600	ММВБ, РТС	80	2 480
Магнит (SPO)	октябрь	8,5	65	1 950	ММВБ, LSE	500	15 500
Globaltrans (GDR)	декабрь	11,8	8,5	255	LSE	159	4 929
ИСКЧ (IPO)	декабрь	30	0,3	9,5	ММВБ, РТС	5	149
Итого						9 403	291 481
2010							
РУСАЛ	январь	10,64	1,38	41,58	HSE	2 240	67 200
Русское море	апрель	27,3	6	180	ММВБ, РТС	90	2 700
Протек	апрель	25	3,5	105	ММВБ, РТС	400	12 000
Кузбасская топливная компания	апрель	25	6,5	195	ММВБ, РТС	168	5 040
ЛСР (SPO)	апрель	10	42,5	1 275	ММВБ, LSE	398	11 940
Уралхим (отменено)	апрель	42,3	н/д	н/д	LSE	600	18 000
Русагро (отменено)	май	25	н/д	н/д	LSE	250	7 500
Итого						3 296	98 880

Источник: ФБ ММВБ.



Потенциальные эмитенты

По оценке руководителя управления корпоративных финансов ИК «Финам» Алексея Курасова, на сегодняшний день в России существует около 200 непубличных компаний с капитализацией более \$500 млн каждая, которые потенциально могут выйти на рынок IPO.

подготовила необходимые документы и получила разрешение на листинг, как только возобновилась активность на рынках капитала. «Падение акций после размещения — результат коррекции рынка после подъема. Негативное влияние на акции компании также оказывали падение цены на алюминий и общая ситуация на рынке ценных бумаг», — подчеркивают в «РУСАЛе».

Следующие месяцы преподнесли эмитентам и инвесторам массу сюрпризов, спутав

радужные планы начала года. Транспортный коллапс в Европе, проблемы у глобального банка Goldman Sachs, возможный дефолт Греции, обвал индекса Dow Jones — все это вновь привело только начавший выздоравливать рынок в состояние стресса. В этой нервной атмосфере, в апреле IPO провели сразу три российские компании: ГК «Русское море», первой среди коллег вышедшая на биржу, крупнейший российский оптовый продавец лекарств «Протек» и Кузбасская топливная

компания. Еще три компании провели SPO: нефтегазовая Eurasia Drilling, агропромышленная группа «Черкизово» и строительная группа ЛСР. В итоге почти все сделки не оправдали ожиданий эмитентов: были снижены ценовые диапазоны и сокращены объемы предложений. Чуть выше нижней границы диапазона удалось разместиться «Протеку», который привлек \$400 млн. В целом, по оценкам аналитиков, в ходе проходивших на тот момент IPO и SPO, компании привлекли порядка \$1,3 млрд вместо ожидавшихся \$3,8 млрд.

ДО ЛУЧШИХ ВРЕМЕН

Как подчеркивает Алексей Курасов, руководитель управления корпоративных финансов ИК «Финам», выход компании на биржу обусловлен желанием менеджмента воспользоваться преимуществами повышенного оптимизма растущих рынков и разместить акции по максимально возможной цене. Неудивительно, что компании, не пожелавшие снижать цены, решили отказаться от размещения до лучших времен. Первой об этом заявил химический холдинг «Уралхим», отказавшийся от IPO на Лондонской фондовой бирже. Председатель совета директоров Uralchem Holding P.L.C. Дмитрий Мазепин так прокомментировал решение: «Наше предложение вызвало значительный интерес международных институциональных инвесторов. Тем не менее мы решили отложить IPO, так как не удовлетворены оценкой, которая могла быть получена в текущих рыночных условиях». До улучшения рыночных условий отложила IPO в Гонконге и компания Strikeforce Mining and Resources, входящая в холдинг «Базовый элемент» бизнесмена Олега Дерипаски и планировавшая привлечь \$150–200 млн. В мае об отказе от IPO заявил один из крупнейших российских производителей сахара — группа «Русагро», планировавшая привлечь \$245,5–309,2 млн. В качестве причин отказа группа объявила «волатильность фондовых рынков, наблюдающуюся в последнее время», а также тот факт, что «текущие ценовые уровни не отражают справедливой стоимости компании».

Таким образом, основной причиной отказа потенциальных эмитентов от IPO стало

IPO В ДЕТАЛЯХ

ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ПУБЛИЧНОСТИ

- ➔ Привлечение долгосрочного капитала для развития компании;
 - ➔ получение справедливой оценки стоимости бизнеса;
 - ➔ появление «валюты» для проведения слияний и поглощений;
 - ➔ возможность «выхода» из бизнеса для ключевых собственников компании;
 - ➔ улучшение имиджа, повышение прозрачности, улучшение корпоративного управления.
- ⊖ Значительные временные и денежные затраты на проведение IPO;
 - ⊖ более жесткие требования к отчетности и раскрытию информации;
 - ⊖ информация о бизнесе компании становится доступна всем, в том числе конкурентам.

ЦЕЛИ И МОТИВЫ IPO

- ✔ Получение «учредительской прибыли» (прибыли, получаемой учредителями акционерных обществ в виде разницы между суммой от продажи выпущенных акций и капиталом, действительно вложенным ими в акционерное предприятие);
- ✔ привлечение финансовых ресурсов;
- ✔ доступ к источнику долгосрочного финансирования;
- ✔ снижение стоимости кредитных ресурсов;
- ✔ акции как залог при получении кредитов/займов;
- ✔ инструмент для рынка слияний и поглощений;
- ✔ получение рыночной оценки;
- ✔ статус, рейтинги, репутация;
- ✔ PR и реклама;
- ✔ обеспечение гибкой структуры капитала;
- ✔ снижение стоимости капитала;
- ✔ привлечение дешевых заемных ресурсов;
- ✔ максимизация стоимости компании;
- ✔ обеспечение ликвидности компании для акционеров.

РИСКИ IPO

- ⚠ Издержки публичности (миноритарии, пресса);
- ⚠ стоимость инструмента и его ограниченность;
- ⚠ затраты на проведение (временные, материальные и нематериальные);
- ⚠ снижение экономической безопасности;
- ⚠ претензии миноритариев (суды и иски);
- ⚠ зависимость от фондового рынка;
- ⚠ необходимость проводить реструктуризацию бизнеса и выстраивать прозрачную корпоративную структуру;
- ⚠ налоговые и юридические риски.

КОМУ ИНТЕРЕСНО IPO?

- ⊕ Крупным госкомпаниям, которые преследуют цель переложить часть необходимых инвестиций в модернизацию на частных инвесторов;
- ⊕ небольшим динамично развивающимся компаниям, которым необходимы средства для дальнейшего развития;
- ⊕ компаниям, которые оказались в ситуации, когда IPO является фактически единственным механизмом реструктуризации высокой долговой нагрузки.



Пионеры IPO

Первой российской компанией, проводившей IPO, стало ОАО «ВымпелКом». В 1996 году оно разместило акции на фондовой бирже Нью-Йорка (NYSE). Первое IPO в России состоялось в 2002 году — его провела компания «РБК Информационные системы», которая разместила на ММВБ и РТС 16% уставного капитала общей стоимостью \$13,3 млн.

несоответствие ценовых ожиданий продавцов бумаг и потенциальных инвесторов, что, в свою очередь, было вызвано нестабильностью рынков и общей «нервозностью». «„Уралхим“ не смог собрать и половины заявок в планируемом коридоре, — рассказывает Алексей Курасов. — Причина понятна — нет покупателей. В условиях существенного снижения практически всех фондовых рынков инвесторы не видят смысла в покупке бумаг новых эмитентов».

Но дело не только в этом. «Мировая конъюнктура, когда в условиях нестабильности сложно прогнозировать спрос в ходе размещения, особенно со стороны западных инвесторов, является одним из основных препятствий к массовому выходу российских компаний на публичный рынок, но далеко не

ния акционеров по оценке, но и недостижение озвученных целей по финансовым показателям, спад или нестабильность на основном рынке деятельности компании и другое».

ЭМИТЕНТЫ ДОВОЛЬНЫ

Тем не менее сами эмитенты, вышедшие в этом году на биржу, остались довольны результатами размещения, пусть даже не совсем оправдавшими их ожидания.

«Несмотря на то что сумма в \$90 млн, которую мы привлекли в ходе IPO, несколько меньше изначально запланированной, мы позитивно оцениваем итоги, — говорит WB Дмитрий Дангауэр, генеральный директор группы компаний „Русское море“. — На эти ресурсы можно реализовать многие из амбициозных планов развития группы. Затраты на IPO оправдались». Среди направлений вложения полученных средств — инвестиции в производственные мощности, сокращение долговой нагрузки, увеличение оборотного капитала, развитие аквакультуры. Наибольшее количество инвесторов удалось привлечь как раз из традиционно «рыбных стран» Скандинавии.

Опрошенные WB эксперты также высоко оценивают результаты недавних IPO: компании успешно завершили сделки по публичному размещению ценных бумаг, полностью или частично выполнив задачу по привлечению дополнительного финансирования с фондового рынка. «И это в очередной раз

Основной причиной отказов потенциальных эмитентов от IPO стало несоответствие ценовых ожиданий продавцов бумаг и потенциальных инвесторов

единственным, — отмечает заместитель директора департамента листинга ФБ ММВБ Денис Пряничников. — Отказ от проведения IPO зачастую связан с внутренними причинами, среди которых не только завышенные ожида-

ОПЫТ КОМПАНИЙ: КТО ГДЕ

26 января 2010 года на Гонконгской бирже (HSE) ОК «РУСАЛ» разместила 10,64% акций по цене \$1,38 (41,58 рублей) за штуку и привлекла \$2,24 млрд.



Олег Мухамедшин, директор по рынкам капитала ОК «РУСАЛ»:

— Мы выбрали для первичного размещения Гонконгскую биржу по нескольким причинам. После кризиса первыми начали восстанавливаться именно азиатские рынки. В 2009 году Гонконг занял первое место по объему привлеченных через IPO средств. Китай для нас — одно из самых перспективных направлений сбыта. На сегодняшний день 20% наших продаж приходится на Азию, и мы планируем увеличивать эту долю. Размещение в Гонконге стало важным стратегическим шагом, приблизившим нас к нашим потребителям. А одновременное размещение на бирже NYSE Euronext в Париже дало нам возможность торговаться в разных часовых поясах и получить доступ к инвесторам всего мира.

СОВЕТЫ ЭМИТЕНТАМ

доказывает, что при всем многообразии технологий и способов привлечения акционерного капитала разумное и выгодное решение найдется для любого эмитента, — говорит директор департамента листинга и внебиржевого рынка ФБ РТС Оксана Деришева. — Ряд компаний отложили IPO, но не отказались от выхода на публичный рынок. Тем более, что юридически они полностью готовы к сделкам и знакомы инвесторам». Другой хороший показатель, который отмечают эксперты, — эмитенты проявляют смелость выходить на рынок даже во время «шторма».

ДУБЛЬ-БУМ

Сегодня на рынок вернулся оптимизм: многие из компаний, отложивших планы по IPO на неопределенный срок, вновь начинают к ним возвращаться. Появляются и новые эмитенты. Так, 23 июня в секторе «Рынок инноваций и инвестиций» на ММВБ должно состояться IPO фармакологической компании «Диод» (инвесторам предложат до 25% акций, планируется привлечь \$90–120 млн). Также в 2010 году IPO могут провести «Восточный экспресс банк», «Ильюшин финанс», «Алроса», «ЭМАльянс», «Трансаэро», «СУЭК» и др.; в 2011-м — «Вертолеты России», «ЛенСпецСМУ», «Металлинвест», «Евросеть» и др.

Эксперты не предрекают рынку IPO бурного всплеска во второй половине 2010 года, однако полагают, что условия для этого есть. «Сейчас

✓ Быть готовым к тому, что руководителям всех подразделений компании придется проделать огромную работу. Среди основных проблем непубличных компаний выделим: непрозрачность бизнеса, раздробленность на несколько фирм, между которыми поделены активы группы, и неотлаженность управленческих процессов. Выход на IPO предполагает консолидацию и полную прозрачность бизнеса.

✓ Если «новая» публичная компания допустит хотя бы одну неточность в отчетах, налоговики немедленно предъявят к ней претензии.

✓ С высокой долей вероятности можно говорить о том, что с выходом компании на биржу появится ограничение в виде допуска только квалифицированных инвесторов к ряду проектов.

✓ Одна из особенностей современного фондового рынка — наличие повышенной чувствительности инвесторов к любому риску и их мгновенная реакция на негатив. Даже самое подготовленное IPO может быть поставлено под угрозу срыва в самый последний момент из-за возникновения негативных тенденций, вызванных факторами, которые до кризиса воспринимались инвесторами более спокойно.

✓ Ориентироваться на привлечение интереса к своим ценным бумагам максимального числа инвесторов — как розничных, так и институциональных. Это позволит обеспечить высокую ликвидность акций, позитивно отразится на деловой репутации.

✓ Внимательно изучить требования биржи, предоставить максимально полную информацию о компании и быть готовым оперативно реагировать на дополнительные запросы.



**Дмитрий Дангауэр, генеральный директор
ГК «Русское море»:**

— Наша компания — российская, и мы считаем, что бумаги компании должны торговаться на российских биржах. Конечно же, на Лондонской или Нью-Йоркской биржах объем доступных для эмитента средств гораздо выше. Но такие ресурсы нужны для крупных корпораций. Объем размещения нашей компании относительно небольшой, ликвидности российских площадок для него абсолютно достаточно.

**16 апреля 2010 года
на биржах ММВБ
и РТС ГК «Русское
море» разместила
27,3% акций по цене
\$6 (180 рублей)
за штуку и привлекла
\$90 млн.**

на рынке происходит сезонное затишье. Надемся, рынок активизируется осенью», — говорит Юрий Игнатишин, управляющий партнер проекта Offerings.ru. По его данным, до конца 2010 года IPO могут провести около 20 компаний; общий объем привлеченных средств может составить \$9,5 млрд.



Другие источники

Некоторые компании уже предпочли фондовому рынку другие источники финансирования. Так, медиахолдинг «Профмедиа» заморозил на неопределенный срок запланированное на весну IPO после получения кредитной линии Сбербанка. То же самое сделала розничная сеть «Виктория», объяснив, что нашла покупателей на долю в своей компании.

«В России сложилась благоприятная обстановка для быстрого роста рынка IPO, — уверен Денис Пряничников. — Создаются новые площадки, разрабатываются меры по поддержке компаний, которые готовятся к выходу на фондовый рынок, предлагаются льготные варианты выхода на биржу и т. п. По нашим оценкам, в ближайшие два года IPO и SPO могут провести порядка 40 компаний, почти половина из них — компании малой и средней капитализации».

«Рынок возрождается, — согласна Оксана Деришева. — Все больше компаний адаптируются к изменившимся внешним условиям и отдают предпочтение именно IPO и SPO. Потенциал рынка IPO велик, и в ближайшие

2–3 года, при благоприятной конъюнктуре рынка, большое количество компаний может воспользоваться именно этими инструментами. Уже при открытии следующего „окна“ может состояться размещение 3–5 компаний средней капитализации, которые ведут или уже провели подготовительные работы. Компании, у которых процесс подготовки идет медленнее или которые находятся в стадии принятия решения, могут разместиться после новогодних праздников».

По мнению Алексея Курасова, дополнительный импульс российскому рынку первичных размещений в 2010 году может придать приватизация: «Государство планирует продать через механизм IPO акции некоторых госпредприятий — „Совкомфлота“, „Первой грузовой компании“, „Росагролизинга“, „Трансконтейнера“ и др., которые являются лидерами или даже монополистами в своей отрасли, что привлечет многих инвесторов».

Однако о настоящем восстановлении и серьезном росте рынка IPO, по словам Юрия

СТАТИСТИКА IPO И SPO РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ СКЛАДЫВАЕТСЯ НЕ В ПОЛЬЗУ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ФОНДОВОГО РЫНКА. ПОЧЕМУ?



Оксана Деришева, директор департамента листинга и внебиржевого рынка ФБ РТС:

— Во-первых, имеет место тенденция «офшорных размещений», когда на международном рынке размещаются ценные бумаги офшорной компании, чьи активы сосредоточены в России. Во-вторых, до начала 2010 года компании были обязаны предложить на домашней площадке 30% от общего объема выпуска, а на зарубежных — 70% (по факту за рубежом могло быть продано и более 70% выпуска). С начала же 2010 года эмитент вправе продать за рубежом не более 50% от общего количества размещаемых акций. В-третьих, на международных рынках, как правило, проходят сделки с большим объемом привлекаемых средств, а в России — наоборот (до \$200 млн).



Денис Пряничников, заместитель директора департамента листинга ФБ ММВБ:

— Не думаю, что Гонконг в ближайшее время станет основной иностранной площадкой для российских компаний: многим сложно и непривычно проводить подготовку к IPO в соответствии с требованиями Гонконга. К тому же интерес азиатских инвесторов к российскому бизнесу в основном сконцентрирован на крупных ресурсных компаниях с узнаваемым брендом. А таких у нас совсем немного.

В т. ч. \$2,2 млрд
Гонконгская фондовая биржа (HSE)

В т. ч. \$0,5 млрд
Нью-Йоркская фондовая биржа (NYSE)

В т. ч.
\$36,6 млрд

Двойные размещения
(ММВБ, РТС, LSE)

\$6 млрд

привлекли российские эмитенты в рамках IPO

Игнатишина, можно будет говорить только после окончательного восстановления экономики, то есть через 2–3 года: для образования стабильного интереса компаний к IPO необходимо снижение волатильности на фондовом рынке, стабильный интерес со стороны западных инвесторов и понятные всем перспективы развития. «Пока же большинство инвесторов продолжают консервативно оценивать риски, но если ситуация на мировых рынках стабилизируется, выход российских компаний на рынок IPO приобретает взрывной характер», — подчеркивает Дмитрий Дангауэр.

РЫНОК ЖДЕТ...

Однако конъюнктура — не единственный залог успеха размещения бумаг эмитента. Самые важные факторы, определяющие возможность и успешность IPO, лежат в структуре бизнеса самой компании. «В России пока не так много компаний, готовых соответствовать требованиям, предъявляемым биржами и ин-

весторами, представлять аудированную отчетность по международным стандартам, вводить в состав совета директоров независимых членов и т. д., — делится мнением генеральный директор „Завода экологической техники и экопитания «Диод»“ Владимир Тихонов, который готовит сегодня свою компанию к выходу на биржу. — Важнейшим фактором неразвитости российского рынка IPO является неготовность многих компаний становиться публичными и проделывать ради этого колоссальную работу. Но нужно отметить, что в России созданы вполне комфортные условия для проведения IPO, наше законодательство дружелюбно по отношению к эмитенту. Поэтому самое сложное — сформулировать инвестиционную идею, четко показать перспективы роста компании и способность менеджмента реализовать эти перспективы. Все остальное — дело техники. Компания, которая работает на понятном рынке, имеет перспективы роста и сильную управленческую команду, всегда найдет своего инвестора».

В т. ч.
\$11,1
млрд
LSE, с учетом
сектора AIM

В т. ч. **\$0,3 млрд**
NASDAQ

В т. ч.
\$16,2
млрд
MMVB, PTC

Источник:
ФБ ММВБ,
расчеты WB.

ПЛЮСЫ ПРОВЕДЕНИЯ IPO НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

- + Меньшая стоимость: в РФ — от \$500 тыс., за рубежом — от \$1 млн; издержки могут отличаться в два и более раз;
- + более высокая оперативность: период подготовки и проведения размещения в РФ — от 3–4 до 6–12 месяцев; на LSE — от 7–8 до 18 месяцев, на NYSE (Нью-Йоркская фондовая биржа) — от 10–11 до 24 месяцев;
- + более лояльные требования к комплексу документов и раскрытию информации;
- + отличная возможность повысить узнаваемость компании или бренда на российском рынке;
- + большинство категорий зарубежных инвесторов имеют возможность приобретать бумаги российских эмитентов в России.

ПЛЮСЫ ПРОВЕДЕНИЯ IPO ЗА РУБЕЖОМ

- + Наличие крупного инвестиционного капитала, который может «переварить» любое размещение;
- + развитость фондового рынка, как следствие — высокая ликвидность российских ценных бумаг;
- + широкий круг инвесторов;
- + популяризация компании за рубежом;
- + возможность снижения стоимости дальнейшего привлечения средств на зарубежном долговом рынке;
- + лучшая ликвидность акций компании, которые можно использовать при расчетах, залогах и прочих операциях;
- + возможность перевода страновых рисков в международную плоскость.

6
рд

с 2001-го
по апрель
2010 года