

«Сталь и стиль»

Годовой отчет ММК превратился в привлекательный гляцевый журнал

ПО РОДУ своей журналистской деятельности мне приходится отслеживать на новостных лентах информацию, каким-либо образом связанную с Магнитогорском, с его людьми или предприятиями.

И вот в конце ноября проскочила короткая новость, тут же пересказанная и перепечатанная основными городскими средствами массовой информации.



А говорилось в сообщении, что годовой отчет ММК занял ряд призовых мест на федеральных конкурсах. Новость, на первый взгляд, из разряда не самых интересных для обывателя. Само слово «отчет» зачастую вызывает приступ зевоты – что может быть скучнее? Мне, как и большинству читателей, было не очень понятно, о чем идет речь. Профессия журналиста предполагает врожденное любопытство, и я решил выяснить, о чем идет речь...

Через несколько дней у меня образовалось немного свободного времени, и я решил прояснить для себя этот вопрос. Набрал в поисковой системе «ММК», вышел на сайт комбината и в разделе «акционерам и инвесторам» нашел интерактивную версию отчета и точно понял, что такого еще не видел...

Ведь только очень внимательно приглядевшись, можно понять, что смотришь на годовой отчет ММК, потому что внешне буклет выглядит как красивый гляцевый иллюстрированный журнал.

А пояснения мне удалось получить как ни странно в Челябинске, буквально через два дня и совершенно случайно. По заданию редакции я приехал собирать материалы о работе Законодательного собрания Челябинской области. Работа пишущего журналиста – это поиск интересных собеседников. И вот на выходе из зала заседаний вижу в очереди лиц знакомое лицо земляка – вице-президента ММК по финансам и экономике **Олега ФЕДОНИНА**, которого знаю уже несколько лет, так как неоднократно приходилось брать у него интервью.

Воспользовавшись знакомством, поздоровался, поздравил с избранием в областную Думу и попросил прокомментировать ход обсуждения проекта областного бюджета на 2010 год. А в конце короткой беседы рассказал о своем недавнем «открытии». Выяснилось, что мой собеседник очень хорошо осведомлен и в этом вопросе.

Чтобы ничего не напутать, я решил точно передать читателям нашу беседу, используя привычный для себя жанр интервью.

– Итак, Олег Владимирович, есть ли у металлургов Магнитки очередной повод для гордости?

– Конечно, есть. В конце ноября закончилось подведение последних итогов ежегодных конкурсов годовых отчетов российских компаний, проводимых профессиональными участниками финансового рынка. ММК получил в сумме четыре награды, а наш отчет занял ведущее место среди лучших годовых отчетов.

– А более точно можно определить участников пьедестала почета и место ММК на этом пьедестале?

– Легко. Если подробно, то картина следующая. Конкурсы, как и любые соревнования, имеют определенный рейтинг, как правило, определяемый статусом организатора, местом проведения, числом и уровнем участников, составом жюри.



По этому критерию только два конкурса имеют самый высокий и примерно равный статус: оба организованы ведущими фондовыми биржами России, оба проводятся в Москве – максимальное число участников, отсутствие коммерциализации, самое авторитетное жюри с участием как независимых, так и правительственных и регулирующих организаций. Это конкурс, проводимый медиагруппой РЦБ (Рынок ценных бумаг) совместно с группой ММВБ (Московская межбанковская валютная биржа), и конкурс, проводимый ОАО «Фондовая биржа РТС».

На первом победило ОАО «ММК», на втором – ОАО «ЛУКОЙЛ». Вот она, двойка лидеров. Причем на втором ММК тоже победил в двух номинациях – стал лучшим в металлургии и лучшим в Уральском федеральном округе.

На Международном инвестиционном форуме «Сочи-2010» победил отчет Сбербанка, а отчет ММК стал лучшим в номинации «Дизайн и идея».

– Победа особенно ценна, когда вырывается ее у достойных соперников, поэтому закономерен вопрос: «А кто рядом, кто еще из известных компаний в первой десятке?»

– Кроме перечисленных лидеров, это ОАО «Газпром», ОАО «Уралкалий», ОАО «НЛМК», ряд энергетических и телекоммуникационных компаний, из банков ближе всего еще ОАО «ВТБ» и ОАО «Газпромбанк».

– Соперники более чем достойные, из тех, кого называют «голубые фишки». А каковы критерии оценки? Как организованы эти конкурсы, насколько объективны результаты?

– Номинации делятся по отраслям, федеральным округам, величине компаний, есть номинации для госкорпораций и тому подобное, в последнее время все больше внимания уделяется интерактивным версиям и сайтам.

Если обобщить, то критериев оценки только два – это уровень раскрытия информации и дизайн.

Это же и две главные номинации, причем, поскольку речь идет об отчетах, то абсолютный победитель считается по номинации «Уровень раскрытия информации».

– Олег Владимирович, наверняка не все читатели ММК знают, что такое «Уровень раскрытия информации», поясните, пожалуйста.

– Тут надо коротко упомянуть о

цели годового отчета открытого акционерного общества. А цель простая: проинформировать акционеров, инвесторов, бизнес-партнеров, государство, общественные организации о результатах деятельности общества, о том, как оно управляется, какие задачи перед собой ставит.

И вот насколько полно отражена необходимая информация на страницах годового отчета, насколько это сделано понятно, и оценивают в номинации «Уровень раскрытия информации».

И здесь есть тоже объективный результат нашей работы. Одна из трех ведущих мировых рейтинговых компаний Standard & Poor's каждый год, как раз в рамках конкурса годовых отчетов, проводит исследование информационной прозрачности крупнейших российских компаний. Публикация результатов исследования также происходит в конце ноября. Так вот, в 2008 году ММК в этом рейтинге был на 13-м месте, в 2009 – на третьем, в этом году перешли на второе место. Как ни крути, опять в двойке лидеров.

– А кто же по уровню информационной прозрачности на первом месте?

– Второй год подряд это ОАО «Роснефть». Но по дизайну, стилю подачи материала, качеству текстов отчет Роснефти оказался, видно, слабее, поэтому по сумме баллов в победители конкурсов она не попала. Тем дороже для нас наша победа.

– Ну вот мы и подошли к так удивившему нас дизайну. Олег Владимирович, расскажите об этом аспекте подготовки отчетов.

– В 2008 году отчет ММК был посвящен нашей хоккейной команде. В 2009 году основной темой стала история Магнитки и в целом краеведение. Изюминкой этого года стал смелый и вызывающий дизайн – мы сделали отчет в виде гляцевого журнала под условным названием «Сталь и стиль», в английской версии издания Steel & Style игра слов тоже сохраняется. Яркие фотографии, живой язык, высокая информативность – вот те особенности, что дают возможность через наш отчет приобщиться к миру ММК не только профессионалам, но и любому читателю.

Наша идея оказалась востребована самим временем. Дело в том, что сейчас люди читают совсем не так, как тридцать лет назад. Резко возрос темп жизни, читать приходится в условиях жесткого дефицита времени, а значит, выборочно. Современное чтение не последовательно, а фрагментарно. Оно больше походит на поиск относительно небольшого объема необходимой информации, а не на последовательное усвоение всего текстового массива. Печатная индустрия, в свою очередь, позволяет читать быстро, вводя в текст навигационные компоненты, интуитивно понятные иллюстративные элементы, выделяя важные места. Специалисты считают, что работа с текстом превращается из простого восприятия в сложную интеллектуальную деятельность, построенную на обобщении разнородной графической, смысловой, схематической, пиктографической и имиджевой информации. Многие создатели годовых отчетов понимают это и предлагают читателям совершенно новые форматы работы с данными.

– Раньше говорили, что в жизни всегда есть место подвигу. Может быть, и лучше, что сейчас можно сказать, что в жизни всегда есть место творчеству?

– Согласен и хотел бы отметить еще один момент. Практически все наши соседи по призовым местам в конкурсах изготавляли свои годовые отчеты на аутсорсинге – т. е. привлекали для этого специализированные консалтинговые и дизайнерские компании, услуги которых стоят очень дорого. И тем более приятно, что наш отчет делали только работники ММК, различных его подразделений, среди которых хочу особенно отметить специалистов управления экономики, службы по связям с госорганами и отдела рекламы, на плечи которых легла основная доля работы и ответственности. Уже третий год подряд наши отчеты занимают ведущие места на федеральных конкурсах. Следующими шагами должны стать усиление интерактивной версии отчета, более полная интеграция ее в рамках сайта с другими презентациями комбината, и сам сайт, как наиболее современный и динамично развивающийся вид коммуникаций, должен получить другое лицо и содержание.

– Спасибо, Олег Владимирович, и теперь несколько слов в завершение нашей беседы, чтобы просуммировать сказанное, подвести итоги.

– Для ММК годовой отчет – это не просто набор финансовых данных и обязательной к раскрытию информации. Для нас годовой отчет – это возможность рассказать историю ММК. Историю, которая поможет соединить нас с аудиторией, разделить с ней наше видение прошлого, настоящего и будущего Магнитогорского металлургического комбината. Как и любая хорошая история, история, создаваемая нами, призвана воздействовать на аудиторию, побудить и помочь достигнуть нам нового уровня взаимопонимания.

СЕРГЕЙ КОРОЛЕВ