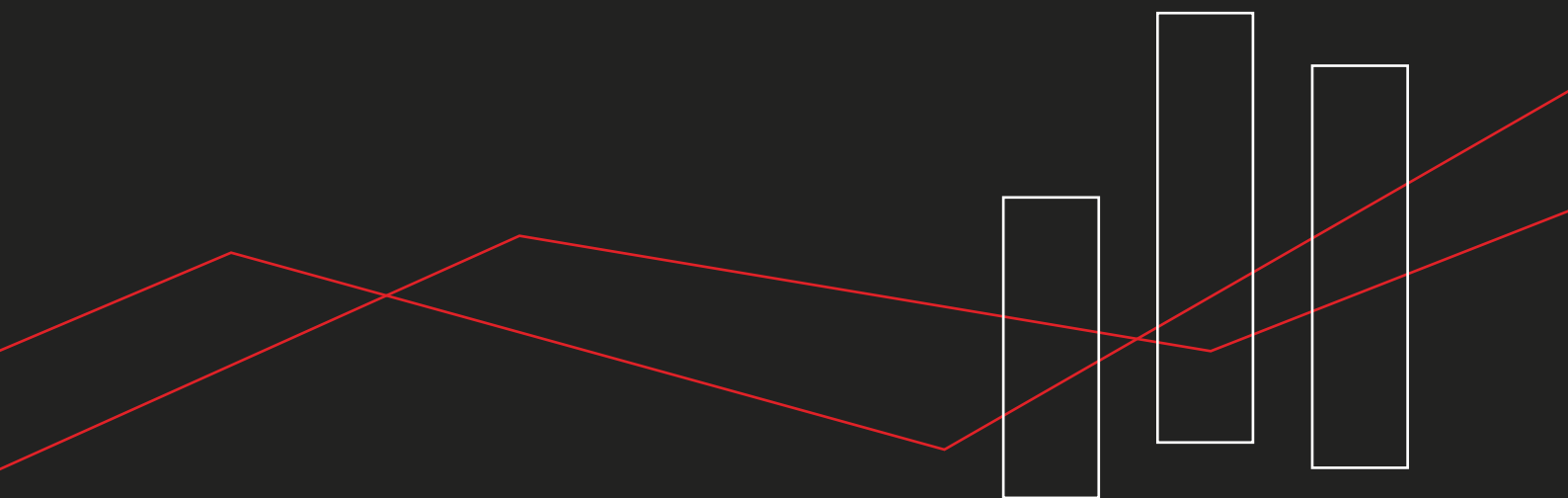


Что нужно знать о кредитных рейтингах

Справочник
для клиента



Содержание

Базовая информация.

Что нужно знать о кредитных рейтингах?

Что такое кредитный рейтинг?	2
Как появился кредитный рейтинг и почему он стал важен?	2
Регулирование рейтинговой отрасли в России. Роль и основные положения ФЗ-222	3

Из чего складывается кредитный рейтинг?

Что такое рейтинговая методология и зачем она нужна	4
На чем основывается агентство, присваивая рейтинг?	5
Что такое «рейтинговая шкала»?	5
Как связаны уровень кредитного рейтинга и вероятность дефолта компании?	6
Что такое «матрица дефолтов»?	6
Матрица дефолтов «Эксперт РА»	6
Что отражают буквы кредитного рейтинга?	7
Как читать рейтинги?	7
Масштаб бизнеса компании. Размер имеет значение?	8

Рейтинговый процесс: как это происходит?

Первичное получение рейтинга	9
Процесс присвоения кредитного рейтинга	9
Актуализация действующего рейтинга	10
Требования к предоставляемым данным: анкета – это не для галочки!	10
Рейтинговое интервью. Кто должен участвовать и в каком формате?	11
Кто отвечает за процесс присвоения рейтинга в агентстве и как с ним общаться?	12
Кто принимает решение о присвоенном рейтинге? Как устроен рейтинговый комитет?	13
Не согласны с уровнем рейтинга. Как подать апелляцию?	13
Публикация рейтинга и пресс-релиза	14
Мониторинг рейтинга	15

Базовая информация

Что нужно знать о кредитных рейтингах?

Что такое кредитный рейтинг?

Кредитный рейтинг — это **мнение** рейтингового агентства относительно общей кредитоспособности заемщика или кредитоспособности заемщика в отношении конкретных долговых обязательств, основанное на оценке рисков.



ВАЖНО! В обиходной речи под рейтингами часто понимают список объектов или явлений, расположенных по уровню сверху вниз – от лучшего к худшему – на основании какого-то одного или нескольких показателей. Многие путают так называемые рейтинги самых надежных банков или рейтинги лучших компаний, которые составляет пресса, с кредитными рейтингами, присвоенными рейтинговыми агентствами.

СМИ не оценивают уровень кредитоспособности компаний и банков. Это не входит в их профессиональные компетенции и не является обязательной частью функционала. Как правило, издания пользуются достаточно простым набором элементарных критериев, которые применяют к участникам своих рейтингов в лоб, не оперируя никакими математическими моделями и другими профессиональными методами. Такие рейтинги носят, скорее, маркетинговый и развлекательный характер. Они не играют важной роли в бизнесе их участников. Сравнить такой продукт с продуктами специализированных профессиональных институтов – кредитных рейтинговых агентств – нельзя. Это разные сущности.

Как появился кредитный рейтинг и почему он стал важен?

Первый кредитный рейтинг был присвоен в США в 1909 году Джоном Муди, основателем агентства Moody's. Появление института рейтингов было обусловлено потребностью в независимой оценке кредитоспособности американских железнодорожных компаний. В конце XIX века США переживали бум развития железных дорог, строительство нуждалось в финансировании – задействованные в нем частные компании продавали огромный объем своих облигаций частным инвесторам. Информации об этих компаниях и их финансовом состоянии практически не было. В условиях информационного голода бюро, занимавшиеся поиском и публикацией таких данных, очень быстро завоевали рынок. Они и стали прототипом современных рейтинговых агентств.

Институт успешно развивался, и к 1970-м годам рейтинговые агентства стали

неотъемлемой частью глобальной финансовой системы. Кредитные рейтинги независимых агентств вошли в практику регулирования, в т. ч. и международного. Оценки кредитных рейтинговых агентств стали оказывать (и продолжают до сих пор) существенное влияние и на стоимость привлечения заемного капитала, и на спрос со стороны крупнейших инвесторов.

В России с 90-х до 2016 года рынок был представлен «большой тройкой» международных рейтинговых агентств – S&P, Moody's и Fitch, а также несколькими национальными агентствами. После реформы рейтинговой деятельности, проходившей на протяжении 2015–2017 годов, рынок сформирован только российскими игроками, старейшим и крупнейшим из которых является «Эксперт РА».

Регулирование рейтинговой отрасли в России. Роль и основные положения ФЗ-222

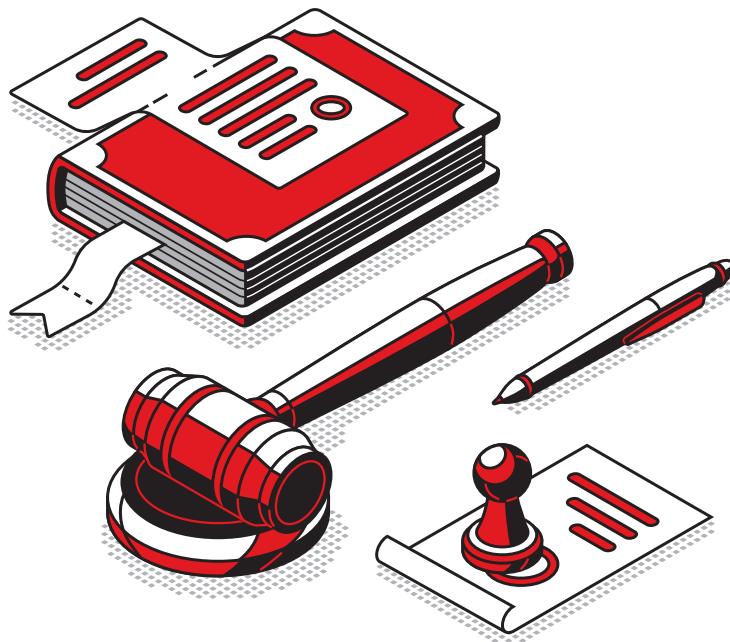
Рейтинговая отрасль в России работает в соответствии со специализированным законодательством (222-ФЗ «О деятельности кредитных рейтинговых агентств в Российской Федерации»). Этот закон защищает

права рейтингуемых лиц и пользователей кредитных рейтингов (включая кредиторов и инвесторов), обеспечивает прозрачность и независимость деятельности кредитных рейтинговых агентств.



Самые важные тезисы 222-ФЗ:

- полномочия по регулированию и надзору в сфере деятельности кредитных рейтинговых агентств осуществляет Банк России;
- агентство должно быть создано в форме российского хозяйственного общества и внесено Банком России в реестр кредитных рейтинговых агентств;
- для российских объектов рейтинга в регуляторных целях применяются только те рейтинги, которые присвоены по национальной шкале агентствами, внесенными в реестр;
- аккредитованным агентствам запрещается отзывать кредитные рейтинги, присвоенные по национальной рейтинговой шкале для РФ, в связи с решениями органов власти иностранных государств, то есть не по экономическим причинам (например, из-за введения санкций);
- национальная рейтинговая шкала – рейтинговая шкала, обеспечивающая возможность исключительно внутригосударственного сопоставления кредитных рейтингов, присвоенных кредитным рейтинговым агентством.



Из чего складывается кредитный рейтинг?

Что такое рейтинговая методология и зачем она нужна

Рейтинговая методология – это разработанная рейтинговым агентством система оценки кредитного качества эмитентов: банков, компаний и т. д. В методологии описаны количественные и качественные факторы, которые влияют (способны повлиять)

на кредитоспособность рейтингуемого лица. Так, в методологии агентства «Эксперт РА», применяемой при рейтинговании нефинансовых компаний (корпоративных участников рынка), эти факторы разведены по трем основным блокам:

Блок 1. Бизнес-риски.

Сюда входят такие показатели, как риск-профиль отрасли, рыночные и конкурентные позиции (доля продукции с высокой добавленной стоимостью; износ основных средств; контрактная база; модель владения инфраструктурой; позиции на рынках сбыта; продуктовая диверсификация; ресурсная база; рынок сбыта; себестоимость; степень вертикальной интеграции; тарифный риск), концентрация бизнеса (диверсификация продаж; зависимость от труднозаменяемого поставщика/подрядчика; концентрация активов).

Блок 2. Финансовые риски.

Включает параметры: ликвидность, прогнозная ликвидность, долговая нагрузка, рентабельность, подверженность рыночным рискам.

Блок 3. Корпоративные риски.

В этом блоке описывается подход к анализу таких показателей, как структура собственности и структура группы, качество управления, степень прозрачности, стратегическое обеспечение, качество риск-менеджмента.



Каждый из факторов имеет определенный вес (степень влияния) в общей рейтинговой оценке, которая принимается за 100%. Так, наибольший вес – 50% – у показателей из блока финансовых рисков, причем 32% приходится на показатель долговой нагрузки. Второй по значимости – блок бизнес-рисков, на который приходится 40%. Наиболее весомым здесь является риск-профиль отрасли, включенный в этот блок, – на него приходится 20%.

При определении итогового уровня рейтинга также оцениваются стресс-факторы и факторы поддержки.

Внутренние стресс-факторы и факторы поддержки.

К внутренним стресс-факторам относятся: деловая репутация, концентрация бизнеса, прогнозная ликвидность, долговая нагрузка, рыночные риски.

Внешние стресс-факторы и факторы поддержки –

негативные действия со стороны собственников или, напротив, поддержка со стороны собственников и/или государства.

В методологиях также перечислены источники информации, которые используются в рейтинговом анализе, описаны структура анализа и методы расчетов, подробно раскрыт сущностный смысл каждого показателя и перевода каждой его составляющей в баллы, приведены бенчмарки, с которыми эти баллы сравниваются.

Рейтинговые агентства публично раскрывают методологии и все изменения, которые в них вносятся.

Каждый может узнать, каким образом аналитики пришли к той или иной оценке кредитоспособности своего клиента. Методологии присвоения кредитных рейтингов проходят согласование в ЦБ РФ, так что их релевантность и валидность признана на уровне государства. Требования к методологиям содержатся в профильном законе отрасли – Законе «О деятельности кредитных рейтинговых агентств» № 222-ФЗ.

На чем основывается агентство, присваивая рейтинг?

Рейтинговое агентство анализирует как финансовые, так и нефинансовые показатели, отраженные в отчетности, других публичных и непубличных источниках, внутренних нормативных документах. Важно, что учитываются данные не только за текущий, но и за прошлый и даже будущие

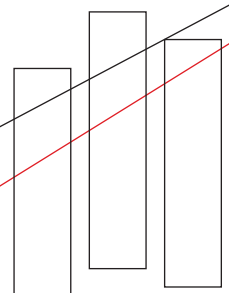
периоды. Проводится оценка возможностей компании обслуживать взятые на себя финансовые обязательства с учетом объема этих обязательств в рамках действующих методологий. Рейтинг присваивается в рамках рейтинговой шкалы.

Что такое «рейтинговая шкала»?

Это система рейтинговых категорий, применяемая для классификации уровней кредитного рейтинга. Такая система позволяет сравнивать компании между собой по степени кредитоспособности.

Международная шкала учитывает страновой риск, то есть кредитные рейтинги компаний по международной шкале не могут быть выше кредитного рейтинга страны. Международная шкала применяется для сравнения между собой компаний из разных стран.

Национальная российская рейтинговая шкала обеспечивает возможность внутригосударственного сопоставления кредитных рейтингов. Страновой риск она не учитывает. Российские рейтинговые агентства используют национальные рейтинговые шкалы. То есть компании выстраиваются относительно российских эмитентов наивысшего кредитного качества, получающих самые высокие рейтинговые оценки.



Как связаны уровень кредитного рейтинга и вероятность дефолта компании?

Кредитный рейтинг по национальной шкале для РФ отражает относительную вероятность дефолта эмитента или его финансового инструмента.

Почему относительную? Потому что кредитный рейтинг не указывает на то, что компания рискует допустить на горизонте одного года дефолт с конкретной вероятностью (например, 10, 20 или 50%), как многие думают. Это мнение ошибочно.

Рейтинг – инструмент ранжирования компаний по кредитному качеству

или риску неисполнения долговых обязательств друг относительно друга. Фактически отражение того положения, которое занимает компания в ряду сопоставимых с ней участников рынка. То есть на определенном временном горизонте дефолт компании с рейтингом ruA значительно менее вероятен, чем дефолт компании с рейтингом ruB.

Исторические данные о дефолтности компаний в тех или иных рейтинговых категориях отражены в матрице дефолтов.

Что такое «матрица дефолтов»?

Матрица дефолтов – инструмент, позволяющий сопоставить рейтинговую категорию и историческую частоту дефолтов компаний, находящихся в этой категории. Матрица дефолтов работает на ретроспективе, на накопленной за предыдущие годы статистике. Чем дольше работает агентство, чем больше кредитных рейтингов оно присваивает, тем точнее его матрица дефолтов отражает экономическую реальность.

Частоты дефолтов в матрице отличаются во временном разрезе: на горизонте одного года или трех лет вероятности, выраженные в процентах, будут отличаться друг от друга. Вообще матрица дефолтов – сущность нестатичная. Время идет, данные накапливаются, частоты дефолтов изменяются. Матрицы дефолтов за 1-е и 2-е полугодие одного и того же года, например, могут значительно отличаться.

Матрица дефолтов «Эксперт РА» (на 01.01.2023 г.)*

Рейтинговая категория	Частота дефолтов на горизонте 1 года	Частота дефолтов на горизонте 2 лет	Частота дефолтов на горизонте 3 лет
AAA	–	–	–
AA	0,23%	0,57%	0,91%
A	0,75%	1,95%	2,85%
BBB	1,87%	5,08%	8,40%
BB	3,88%	10,10%	14,88%
B	7,86%	14,44%	21,28%
CCC	21,21%	33,33%	34,85%
CC	36,36%	54,55%	63,64%
C	–	–	–
RD	–	–	–
D	–	–	–

* российская национальная рейтинговая шкала

Что отражают буквы кредитного рейтинга?

Буквы – первый уровень информации о кредитном риске эмитента или его ценной бумаги. Буквенное отображение рейтинга помогает быстро сориентироваться, какое место в общем ряду компаний занимает конкретный участник рынка.

Вверху рейтинговой шкалы находятся лучшие из лучших – крупнейшие системообразующие предприятия с хорошими финансовыми показателями, высоким потенциалом поддержки со стороны государства или акционеров. Максимальный уровень кредитного качества таких компаний и их финансовых инструментов подтвержден рейтингом ruAAA.

Как читать рейтинги?

1. По буквам.

Чем выше рейтинг, тем ближе к началу алфавита его буква.

A – самая высокая рейтинговая категория, лучший уровень кредитного качества;

B – отображает уровень кредитного качества от умеренного до низкого;

C – отображает очень низкий уровень кредитного качества;

D – дефолтная категория.

2. По количеству букв.

В рамках одной рейтинговой категории (например, A) – чем больше букв, тем выше уровень рейтинга. AAA выше, чем AA; AA выше, чем A.

3. По наличию дополнительных знаков.

Знак «плюс» указывает на дополнительное преимущество. Рейтинг AA+ выше, чем просто AA.

Знак «минус», напротив, отражает наличие некоторых рисков: AA- ниже, чем просто AA. Это справедливо для рейтингов в одной рейтинговой категории и с одинаковым количеством букв (AA и AA+, BB и BB+ и т.д.)

«Ru» в буквенной формуле означает, что рейтинг присвоен по национальной рейтинговой шкале для России.

Прогноз по рейтингу. Отражает мнение агентства о том, каким будет рейтинг компании/ценной бумаги на горизонте одного года.

Рейтинговый пресс-релиз. Документ, сопровождающий рейтинговое действие. В нем содержится подробное описание оснований, на которых базируется мнение агентства в рамках рейтингового действия. В релизе описываются как положительно влияющие на рейтинговую оценку факторы, так и факторы риска.



Масштаб бизнеса компании. Размер имеет значение?

Кредитный рейтинг может получить любая компания. Главным условием является добрая воля ее владельцев, наличие у них финансовых ресурсов для обеспечения процесса, а также готовности раскрыть агентству всю необходимую информацию вовремя и без искажений.

Для рейтингового анализа необходима качественно выполненная отчетность, заверенная профессиональным аудитором с хорошей репутацией. К сожалению, небольшие компании на этом часто экономят. Для корпоративных участников нет требования выполнять

отчеты по стандартам МСФО и раскрывать их с определенной периодичностью, что обязательно для банков и финансовых компаний. Это затрудняет работу рейтинговых аналитиков.

Другой распространенной проблемой небольших бизнесов является отсутствие моральной готовности к получению невысоких уровней рейтинга. Но если компания все же полностью готова к переходу на новый уровень прозрачности, получив кредитный рейтинг, она может это сделать. Размер тут не имеет значения.



КОГДА РАЗМЕР КОМПАНИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖЕН?

Случается, что компании считают себя лучшими в отрасли и на этом основании претендуют на самые высокие уровни рейтинга. А когда не получают желаемого, разочаровываются.

Это фундаментальная ошибка. Кредитный рейтинг – относительный показатель. Он действует для всех компаний всех отраслей в масштабах целой страны. Небольшой по размеру бизнес – будь компания даже лидером отдельной отрасли – как правило, не может приравняться к супергигантам в силу большей зависимости от узкого сегмента рынка, в то время как крупнейшие компании зачастую более диверсифицированы, аккумулируют передовые практики управления, а также обладают системной значимостью для экономики.



Рейтинговый процесс: как это происходит?

Первичное получение рейтинга

Процесс включает следующие этапы:

- Заключение договора об оказании рейтинговых услуг.
- Запрос аналитиками данных для анализа.
- Подготовка предварительных расчетов, которые в дальнейшем будут использованы на рейтинговом комитете.
- Проверка расчетов проверяющим рейтинговым аналитиком.
- Формирование перечня уточняющих вопросов, которые направляются компании по электронной почте.
- Составление списка вопросов, которые будут обсуждаться в ходе рейтингового интервью с топ-менеджментом компании.
- Проведение рейтингового интервью.
- Проведение рейтингового комитета, принятие решения о присвоенном рейтинге.
- Дополнительно (в случае, если рейтингуемое лицо не согласно с решением комитета): подготовка апелляции и ее рассмотрение рейтинговым комитетом.
- Ознакомление с пресс-релизом о рейтинговом действии и публикация.

Обычно цикл присвоения рейтинга составляет 1,5-2 месяца с момента получения стандартного комплекта данных для анализа.



ВАЖНО! Сроки во многом зависят от готовности компании действовать оперативно. Процесс значительно ускоряется, когда компания обеспечивает быструю коммуникацию по предоставлению дополнительных данных, организации рейтингового интервью и согласованию пресс-релиза. В большинстве таких случаев присвоение рейтинга происходит заметно быстрее сроков, обозначенных в договоре.

Процесс присвоения кредитного рейтинга



Процесс присвоения кредитного рейтинга занимает **1,5 - 2 месяца**

Актуализация действующего рейтинга

Кредитный рейтинг должен пересматриваться (подтверждаться, меняться и т. д.) не реже, чем раз в год. Этого требует профильный для рейтингового рынка закон (222-ФЗ). Как это происходит?

- За три-четыре месяца до крайней даты выпуска нового рейтингового пресс-релиза мы запрашиваем у компании данные для планового пересмотра.
- В течение 1,5–2 месяцев после получения данных проводится рейтинговый анализ – по той же схеме, что и при

первичном присвоении рейтинга.

- По итогам работ мы присылаем компании пресс-релиз на ознакомление. Если у компании нет возражений и желания провести апелляцию, он будет опубликован в течение срока, не превышающего трех рабочих дней.
- Новый пресс-релиз по итогам планового пересмотра рейтинговой оценки публикуется на сайте агентства. Как правило, между публикацией первого пресс-релиза и последующего (по итогам планового пересмотра рейтинга) проходит чуть меньше года.



ВАЖНО! Если данные будут предоставлены слишком поздно (менее чем за 1,5 месяца до крайней даты выпуска пресс-релиза), на полноценный анализ не хватит времени. Поэтому мы будем вынуждены отозвать прежнюю рейтинговую оценку. Если окажется, что рейтинг компании по-прежнему нужен, ей придется проходить процедуру присвоения нового рейтинга. То есть все начинать заново. Такая ситуация чревата дезориентацией инвесторов. Лучше до нее не доводить.

Требования к предоставляемым данным: анкета – это не для галочки!

В рамках рейтинговой методологии мы оцениваем большое количество аспектов деятельности компании. Поэтому важно, чтобы все эти аспекты были раскрыты как можно более полно.

Для эффективного решения этой задачи мы разрабатываем специальные анкеты для клиентов. Результат рейтингового анализа во многом зависит от качества заполнения этих анкет.



ВАЖНО! Ответы на вопросы анкеты должны быть даны в полном объеме согласно форме. Отчетность с примечаниями, регламенты и стратегические документы должны быть также предоставлены в том объеме, в котором мы их запрашиваем.

Почему это необходимо?

- Потому что выявление пробелов в анкетных данных или сопутствующей документации замедляет процесс: эту информацию аналитик будет вынужден запрашивать отдельно, время на коммуникацию приплюсуется к общему сроку проведения работ.
- Потому что отсутствие необходимых данных негативно повлияет на итоговую рейтинговую оценку – аналитик будет вынужден оценивать связанные с этой информацией параметры более консервативно.

Типичные ошибки компаний при предоставлении данных:

- предоставлена отчетность не за тот период, который запрашивался;
- отсутствуют фактические данные за последний отчетный период;
- отсутствуют все необходимые формы отчетности, предоставлены только частично;
- отсутствуют необходимые примечания аудитора к отчетности;
- данные в анкете, модели и фактической отчетности различаются;
- не представлены полные, развернутые ответы на вопросы агентства и т. п.



Мы постарались сформулировать вопросы анкеты максимально конкретно и снабдили их комментариями там, где у наших клиентов чаще всего возникают затруднения. Что-то все равно осталось непонятным? Ничего страшного. Если требуются дополнительные пояснения, за ними всегда можно обратиться к ведущему рейтинговому аналитику.

Рейтинговое интервью. Кто должен участвовать и в каком формате?

Рейтинговое интервью – это тематическая встреча первых лиц компании с рейтинговыми аналитиками, по формату напоминающая деловые переговоры.

Интервью – это возможность задать все интересующие обе стороны вопросы в живом общении. Представители рейтингового агентства (аналитики, руководители профильных отделов рейтинговой службы и директор по рейтинговой деятельности) и рейтингуемой компании (члены правления, генеральный директор, менеджеры, курирующие работу соответствующих направлений) встречаются или на территории компании, или в офисе рейтингового агентства, или же при помощи цифровых сервисов (звонка или видеоконференции) проводят беседу удаленно. Компания может пригласить на интервью рейтинговых консультантов, бенефициаров и представителей материнских структур. Генеральный директор рейтингового агентства принимать участия в мероприятии не может (как, впрочем, и в других этапах процесса присвоения или поддержания рейтинга). Руководитель агентства является лицом, допущенным к коммерческой информации, поэтому его участие в рейтинговом процессе исключается во избежание возникновения конфликта интересов.

Важно понимать:

- Рейтинговое интервью – это не допрос. Это конструктивное взаимовыгодное общение. Стратегию win-win наилучшим образом обеспечивают обоюдные открытость и искренность. Мы ничего не скрываем от наших клиентов и ждем, что они будут так же открыты по отношению к нам.
- Подловить на слове или загнать в ловушку – это не то, чего мы добиваемся на рейтинговых интервью. Компании заранее получают список вопросов, которые агентство хотело бы обсудить на интервью. Ответы можно (и нужно!) подготовить до мероприятия. На это будет достаточно времени.



Мы стремимся проводить интервью по каждому действующему рейтингу не реже одного раза в 12 месяцев. При возникновении факторов, которые могут потенциально влиять на уровень рейтинга, агентство может предложить компании организовать внеплановые встречи или звонки.

Кто отвечает за процесс присвоения рейтинга в агентстве и как с ним общаться?

За проведение основного объема работ по рейтингу и коммуникацию с компанией на всех этапах присвоения и поддержания рейтинга отвечает ведущий рейтинговый аналитик (ВРА).

Проверяющий рейтинговый аналитик (ПРА) выполняет проверку расчетов ВРА

и может подменять ВРА, если тот отсутствует на рабочем месте.

Решение относительно рейтинговой оценки принимает **рейтинговый комитет**. До его проведения аналитики не озвучивают компании предварительные ожидания по рейтингу.



ВАЖНО! Аналитики согласно требованиям законодательства, не могут консультировать компанию, советовать, что предпринять для улучшения рейтинговой оценки. Кроме того, во избежание конфликта интересов аналитики не имеют доступа к коммерческой информации и документации по рейтингу, поэтому не могут консультировать компанию по коммерческой части, обеспечивать коммерческий документооборот и т. д. Подобные вопросы решает коммерческая служба агентства.

Кто принимает решение о присвоенном рейтинге? Как устроен рейтинговый комитет?

Такое право есть только у рейтингового комитета агентства.

Рейтинговый комитет состоит из председателя комитета, ведущего рейтингового аналитика (ВРА), представителей профильного и одного из непрофильных рейтинговых подразделений. Также в рейтинговом комитете может принимать участие директор по рейтинговой деятельности агентства.

Как выглядит процесс работы комитета?

- ВРА озвучивает ключевые факторы, повлиявшие на рейтинговую оценку, комментирует произведенные им расчеты, описывает стратегические перспективы компании и освещает основные темы, которые были затронуты в ходе рейтингового интервью.
- Члены комитета могут предлагать корректировки к расчетам и задавать вопросы ВРА.
- Вес голоса каждого члена рейтингового комитета одинаков, решение на рейтинговом комитете принимается простым большинством голосов.

Не согласны с уровнем рейтинга. Как подать апелляцию?

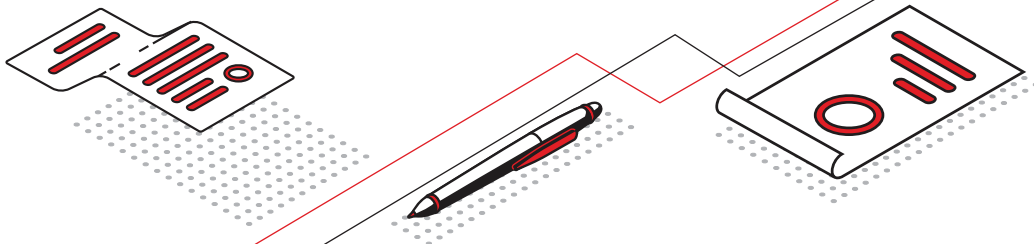
Не согласны с присвоенным рейтингом – можете в отведенные после рейтингового комитета сроки (обычно один–три дня) подать письменную апелляцию на его решение.

Подача апелляции имеет смысл только в случае, если в ней будут содержаться аргументированные замечания к факторам, приведенным

в тексте пресс-релиза и/или дополнительная, не озвученная агентству ранее информация, которая может позитивно отразиться на рейтинговой оценке.

В ходе подготовки к рассмотрению апелляции по инициативе любой из сторон могут проводиться дополнительные переговоры.

□ ○ + ○ + □ ○ □ ○ + ○ + ○ □ ○ + ○ + ○ □ ○
○ + □ + □ + ○ + □ ○ + □ + ○ + □ □ +



Публикация рейтинга и пресс-релиза

Для чего нужен пресс-релиз?

В пресс-релизе отражена фактическая база, на которой основано мнение агентства о кредитоспособности компании, выраженное в том или ином уровне рейтинга. Это важный документ, которым инвесторы руководствуются при принятии инвестиционных решений.

Может ли компания вносить изменения в рейтинговый пресс-релиз?

Нет! Большое заблуждение думать, что пресс-релиз, приходящий от рейтингового агентства на ознакомление, можно править и переписывать по собственному усмотрению. Его нельзя менять в маркетинговых или рекламных целях. Профильный закон (222-ФЗ) разрешает эмитенту только корректировку фактических ошибок и исключение из текста конфиденциальной информации.

В какие сроки после принятия решения о рейтинге публикуется пресс-релиз?

Компания получит текст на согласование не позднее следующего рабочего дня после проведения рейтингового комитета. На ознакомление с пресс-релизом отводится от одного до трех рабочих дней.

Может ли рейтинг быть непубличным?

Нет. Агентство не поддерживает непубличные кредитные рейтинги.

В случае отказа Компании от поддержания публичного рейтинга, компания вправе расторгнуть договор об оказании услуг по присвоению и/или актуализации кредитного рейтинга до истечения его срока. При этом присвоенный кредитный рейтинг отзывается.



ВАЖНО! Не позднее третьего рабочего дня после завершения срока ознакомления с пресс-релизом документ должен быть опубликован! Таковы согласованные с Банком России требования агентства. Поэтому крайне нежелательно затягивать сроки согласования.

Мониторинг рейтинга

На протяжении действия договора рейтинговое агентство осуществляет мониторинг компании – следит за событиями, которые могут повлиять на текущий уровень ее рейтинга.

Как это делается? Во-первых, агентство аккумулирует публичные сведения о компании из СМИ. Во-вторых, с определенной периодичностью (раз в месяц или раз в квартал) направляет компании запросы данных для мониторинга. Этим занимается ведущий рейтинговый аналитик.



ВАЖНО! Нельзя игнорировать запросы данных, которые агентство направляет в период мониторинга. Это является нарушением условий договора о рейтинговых услугах и может повлечь за собой **отзыв рейтинга**.

В договоре также есть список значимых событий (например, изменения в структуре собственности), о которых компания обязана уведомить рейтинговое агентство. В таких случаях не нужно ожидать запросов от агентства, ответственность за своевременную передачу информации несет сам эмитент.

В случае выявления факторов, которые могут оказать влияние на уровень рейтинга, собирается внеплановый рейтинговый комитет, рассматривающий произошедшие изменения.



ВАЖНО! При позитивных изменениях в деятельности, произошедших с момента последнего обсуждения на рейтинговом комитете, компания может сама инициировать внеплановое рассмотрение.

Рейтинги, которым доверяют

Об агентстве

Кредитное рейтинговое агентство «Эксперт РА» основано в 1997 году и на сегодняшний день является старейшим и крупнейшим российским рейтинговым агентством, входящим в реестр кредитных рейтинговых агентств Банка России.

Аналитическая экспертиза агентства покрывает все ключевые отрасли. Мы ежегодно публикуем более 50 публичных исследований и отраслевых обзоров по макроэкономике, страхованию, банковскому сектору, управлению активами, лизингу и другим отраслям экономики.

Наши контакты

АО «Эксперт РА»
Москва, ул. Николоямская, дом 13, стр. 2

+7 (495) 225 34 44
www.raexpert.ru

По коммерческим вопросам

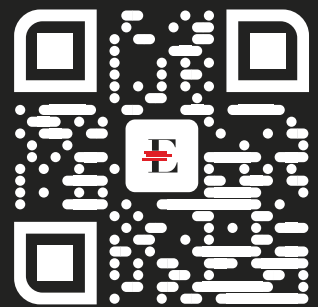
Роман Ерофеев,
коммерческий директор –
член правления

erofeev@raexpert.ru

По вопросам информационного сотрудничества

Сергей Михеев,
руководитель отдела
по связям с общественностью

mikheev@raexpert.ru



Следите за нашими
новостями в Telegram



[@expert_ra](https://t.me/expert_ra)