



The Future of Corporate Reporting 2014

THE FUTURE OF CORPORATE REPORTING 2014



Wat zijn de nieuwste ontwikkelingen rondom corporate reporting? Wat doen toonaangevende bedrijven, en wat is het geheim achter het winnen van de Sijthoff-prijs? Tijdens de tweede Future of Corporate Reporting delen Ivar Smits van AkzoNobel, Carine Brouwers van Nutreco en Mark Brand van de International Integrated Reporting Council (IIRC) hun ervaringen.

Tekst: Danielle Gruijs

De deelnemers aan de sessie zijn een gemêleerd gezelschap. Niet alleen financials, maar ook vanuit het communicatievak en de sustainabilityhoek. "Een mooi voorbeeld van integrated thinking," trapt Swayambhu Djwalapersad van Finext Performance Management af. "De volgende stap rondom corporate reporting, waarbij alle facetten van het bedrijf samen tot één uiting komen."

IS HET RELEVANT?

"Rapporten worden steeds dikker, maar meer data is niet altijd duidelijker," vertelt Mark Brand van IIRC. Hij schetst de ontwikkelingen sinds de vorige Future of Corporate Reporting. "Het uitgangspunt zou moeten zijn 'Wat is relevant voor de lezer?', niet de eisen van regelgevers of de accountant." Zelf van origine accountant, ziet Mark dat de eisen steeds complexer worden, waarbij steeds meer aannames uitgewerkt worden. "Maar helpt dit om te begrijpen wat je business doet? Het is veel relevanter om aan te geven wat je verwachtingen zijn voor de sector, wat je strategie betekent, en wat je als bedrijf doet om hier invulling aan te geven. Vertaal deze in doelen en KPI's, en vertel daardoor hoe ver je bent ten aanzien van dat toekomstbeeld."



Vlnr. Ivar Smits (AkzoNobel), Carine Brouwers (Nutreco) en Mark Brand (IIRC)

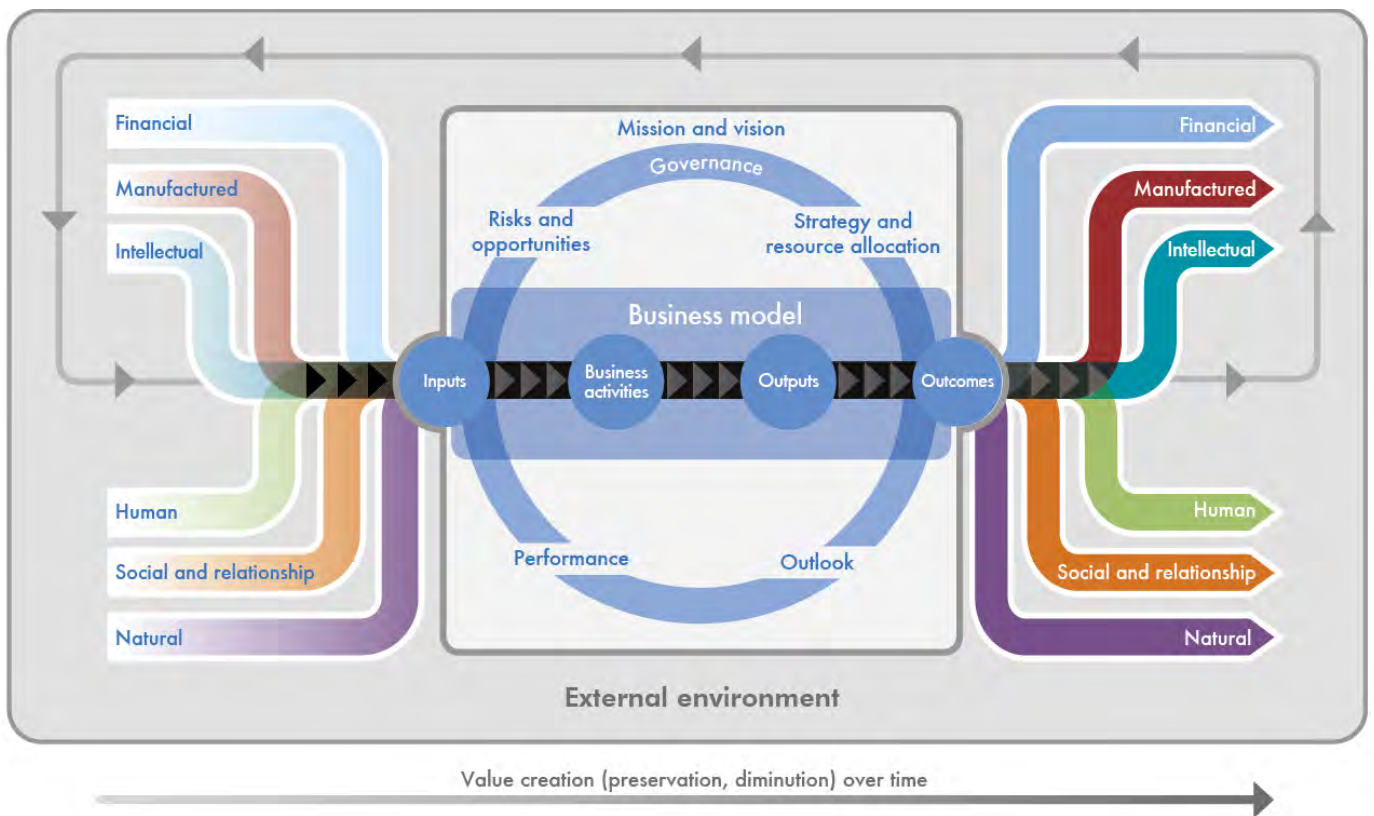
"Hierbij missen veel traditionele jaarverslagen een aantal belangrijke onderwerpen, die impact hebben op je organisatie," stelt Mark. "Denk aan intellectual value, maar ook bijvoorbeeld de vergrijzing. Dit heeft invloed op de manier waarop je waarde creëert, zeker bij arbeidsintensieve organisaties. Hoe ga je hiermee om? Dat is interessant voor de stakeholders."

Andere relevante onderwerpen zijn het effect van IT-ontwikkelingen en de schaarste van grondstoffen. "Ook bij het rapporteren over duurzaamheid is de relevantie van belang. Zegt het iets over de manier waarop je waarde creëert? Als een consultancyorganisatie groene stroom en elektrisch vervoer gebruikt, is dat heel positief maar hoeft dat geen invloed te hebben op de manier waarop zij waarde creëert. Als AkzoNobel een innovatief duurzaam product lanceert wel."

DEFINITIEF FRAMEWORK MET 6 'CAPITALS'

De IIRC heeft een definitief framework voor Integrated Reporting (<IR>) uitgebracht. "Het is zeker geen 'invuloefening', maar 30 pagina's waarin je als organisatie veel ruimte hebt om je eigen verhaal te vertellen," legt Mark uit. "Een goede financiële performance en continuïteit van de organisatie blijven belangrijk. Maar er zijn tegenwoordig meerdere factoren die hier invloed op hebben."

Zo kent het framework 6 'capitals': intellectual, social & relationship, human, natural, financial en manufactured. "Ga voor de volledigheid uit van deze 6 capitals, maar rapporteer alleen over die capitals die impact hebben op de waarde van de organisatie," adviseert Mark Brand. "Zo laat je zien waar je als organisatie mee bezig bent en hoe je voorsorteert op de toekomst."



INTEGRATED THINKING IN DE PRAKTIJK

"In ons jaarverslag combineren we finance, duurzaamheid en communicatie," vertelt Ivar Smits, Manager Sustainability Reporting bij AkzoNobel. De organisatie staat al negen jaar in de top 3 van de Dow Jones Sustainability Index, waarvan de laatste twee jaar op nummer 1. Het wereldwijde bedrijf, met bijna 50.000 werknemers, introduceerde het Planet Possible programma om met minder grondstoffen meer waarde te creëren. Het doel is tweeledig: meer klantwaarde creëren en tegelijkertijd de grondstoffen toekomstbestendig maken. "Grofweg 50% van onze omzet wordt besteed aan grondstoffen en energie. Groene energie en vermindering van uitstoot van CO2 zijn belangrijk, en worden in de toekomst nog belangrijker," zegt Ivar. "We richten ons daarbij op alledrie de schakels in de waardeketen: de grondstoffen, onze eigen operatie inclusief energiegebruik en hoe onze klanten de producten gebruiken."

FINANCIËLE EN DUURZAME DOELEN

Bij het implementeren van integrated thinking hanteert AkzoNobel een combinatie van financiële en duurzame doelen. Er zijn 3 duurzaamheidsdoelen. "In 2020 komt 20% van de omzet van producten die duurzamer zijn dan die van de concurrent, in 2020 is 25-30% van onze CO2 footprint in de hele waardeketen verkleind ten opzichte van 2012 en tot slot willen we de Resource Efficiency Index verbeteren." Dit is een recent toegevoegd doel, waarbij de gecreëerde financiële waarde - de brutowinst - wordt afgezet tegen de gebruikte grondstoffen en energie - de CO2 voetafdruk in de hele waardeketen.

"Bij de duurzaamheidsdoelen kijken we breder dan onze eigen organisatie, bijvoorbeeld naar de hele waardeketen. En ons doel rondom omzet uit duurzame producten is een 'moving target'; we willen dat onze producten duurzamer zijn dan die van onze concurrenten," vertelt Ivar. "De financiële doelen, zoals het verbeteren van de return on sales en de return on investment, zorgen ervoor dat de financiële continuïteit van het bedrijf gewaarborgd is. Deze worden ondersteund door het behalen van de duurzaamheidsdoelstellingen."

FRAMEWORK IIRC ALS BASIS

AkzoNobel gebruikte het framework van de IIRC als basis voor het vernieuwde jaarverslag. "Wat is de input en wat komt er aan waarde uit? Hoe meet en rapporteer je dat? Leiden veranderingen daadwerkelijk tot verbeteringen in waarde? In ons jaarverslag rapporteren we over de in- en output van de 6 capitals uit het framework," vertelt Ivar.

Om integrated thinking te communiceren aan de stakeholders, hanteert AkzoNobel een multimediale aanpak rondom haar jaarverslag. "Er is een uitgebreide webversie met infographics en films. Hierin wordt de waardeketen als 'landing page' centraal gesteld: eerst de input, met energie, CO2 en grondstoffen. Daarna de organisatie, met de divisies, assets, mensen, risk management, afvalstromen en R&D. Tot slot de output; de klantwaarde, de financiële KPI's en de maatschappelijke waarde. Naast de uitgebreide website is er een papieren versie, daar blijft - weliswaar in steeds kleinere oplagen - behoefte aan."

GEEN WETTELIJKE VERPLICHTING, MAAR COMMUNICATIEMIDDEL

Een andere toonaangevende organisatie op het gebied van corporate reporting is Nutreco. In 2013 won de multinational de Sijthoff-prijs voor beste financiële verslaglegging.

Nutreco is producent van vis- en veevoer. Door de groei en de toenemende welvaart van de wereldbevolking willen steeds meer mensen vlees, vis, zuivel en eieren eten. "In 2050 leven er zo'n 9 miljard mensen op deze aarde," zegt Carine Brouwers van Nutreco. "Onze sector moet tegen die tijd bijna dubbel zoveel produceren als nu, maar tegelijkertijd de footprint met de helft reduceren. Om dit te realiseren is innovatie nodig." Een voorbeeld is MicroBalance, een product dat vismeel vervangt. "In veel visvoer zit vismeel, afkomstig van in het wild gevangen vis. Overbevissing is een reëel gevaar. We hebben een product geïntroduceerd dat vismeel vervangt, waardoor in plaats van 35% vismeel, nog slechts 5 tot 10% nodig is."

HET GEHEIM ACHTER HET WINNEN VAN DE SIJTHOFF-PRIJS

"We zien het jaarverslag niet als een wettelijke verplichting, maar als een communicatiemiddel. Eén keer per jaar zetten we voor onze stakeholders op papier hoe het bedrijf in elkaar steekt. Daarmee sluiten we op een natuurlijke manier aan bij de Sijthoff-prijs." Het FD introduceerde in 1954 de prijs om de informatieverstrekking te verbeteren. "Het is een felbegeerde waardering voor financials."

"De jury kijkt niet alleen naar het gedrukte jaarverslag, maar ook naar de website en de persberichtgeving," vertelt Carine. "De Sijthoff criteria staan beschreven in de juryrapporten. Neem deze goed door, bekijk ook de best practices uit het verleden. Integrated reporting wordt zeer gewaardeerd, de jury ziet graag dat je meegaat in de laatste ontwikkelingen. Volg de aanbevelingen van belangengroepen als Eumedion, de Vereniging van Effectenbezitters (VEB), de Vereniging van Beleggers voor Duurzame Ontwikkeling (VBDO) en de Autoriteit Financiële Markten (AFM) zoveel mogelijk op."

Uit de ervaringen van de drie sprekers blijkt een duidelijke rode draad in de ontwikkelingen rondom corporate reporting. Integrated thinking is de toekomst.

MEER WETEN?

Benieuwd naar wat de volgende stap in corporate reporting voor jouw organisatie kan zijn? Neem contact op met Wesley Schulte via wesley.schulte@finext.nl of via 070-300 3000.

FUTURE OF CORPORATE REPORTING

Finext Performance Management organiseert regelmatig kennissessies rondom het vakgebied. Zo zijn er naast de Future of Corporate Reporting ook Close Up – sessies, waarin de laatste ontwikkelingen rondom performance managementapplicaties centraal staan. Oplossingen die zorgen voor een verbetering van het rapportageproces en ook Integrated Reporting beter mogelijk maken.

Interesse? Meld je dan nu aan voor de [Cognos Close Up](#) (13 mei), de [SAP Close Up](#) (14 mei) of de [Hyperion Close Up](#) (15 mei).

OVER FINEXT PERFORMANCE MANAGEMENT

Finext Performance Management helpt bij het creëren van transparantie, zodat jouw organisatie tijdig kan sturen. Wij richten ons op het adviseren en implementeren van Enterprise Performance Management oplossingen bij Nederlandse organisaties.

Creatief, betrokken en ondernemend. Dat typeert onze mensen en onze organisatie. Onze mensen waarderen de ruimte om het beste uit zichzelf te halen. En onze klanten waarderen de kracht van oplossingen gecreëerd door de samenwerking met echte vakmensen.

Finext Performance Management
Park de Werve 1, 2274 ES Voorburg
Postbus 81, 2270 AB Voorburg
Tel: +31(0)70 300 3000
Fax: +31 (0)70 300 3003
performancemanagement.finext.nl

