

Variasjoner mellom bransjer

I vår analyse har vi klassifisert de 50 største norske virksomhetene i en tilhørende bransje basert på Kapitals liste, og vurdert disse mot det totale utvalget. Det er her verdt å merke seg at utvalget ikke er statisk, da noen av de mindre virksomhetene i utvalget har falt ut av listen mens andre har kommet inn.

Vi ser at det også i år er store variasjoner mellom bransjene. Bank og finans, samt olje, gass og kraft kommer best ut. For begge bransjene har rapporteringskvaliteten blitt bedre sammenlignet med fjoråret.

Fellesnevneren for disse bransjene er at de aller beste virksomhetene er flinke til å beskrive de identifiserte vesentlige forholdene og knytte disse opp mot både organisasjonen, dens eksterne omgivelser og fremtidsutsikter. Fem av de ti største norske selskapene tilhører bank og finans eller olje, gass og kraft.

Integrert rapportering

Selv om ikke alle virksomheter forholder seg til integrert rapportering som et rammeverk, mener vi at prinsippene og elementene i integrert rapportering gir en god indikasjon på hvor modne de er i sin helhetlige rapportering av ikke-finansielle og finansielle resultater. Integrert rapportering-rammeverket, utviklet av International Integrated Reporting Council (IIRC), er ment å veilede virksomheter i rapporteringen av finansiell og ikke-finansiell verdiskaping over tid. Integrert rapportering defineres som «konsis informasjon og kommunikasjon om hvordan organisasjonens strategi, styringsmodeller, finansielle og ikke-finansielle resultater og fremtidsutsikter legger til rette for verdiskaping på kort, mellomlang og lang sikt».

Verdien av ikke-finansiell rapportering

I takt med at verden endrer seg, endres også interessenters behov for informasjon. Vi ser utvikling i at de moderne kapitalmarkedene krever mer langsiktig informasjon og stiller høyere krav til selskapers måling og rapportering. Ikke-finansiell rapportering blir stadig viktigere for selskaper.



Siviløkonom, MA i Økonomi og administrasjon
Marte H. Stabbetorp
Senior konsulent, EY

På EYs årlige Børs- og IFRS-konferanse var årsrapporten som kommunikasjonsverktøy et av hovedtemaene, og det ble stilt tre påstander om beslutningsrelevant informasjon i moderne kapitalmarkeder:

1. Dagens rapportering dekker ikke interessentenes langsiktige informasjonsbehov.

2. Måling og rapportering av verdi i finansregnskapet reflekterer ikke hvordan denne skapes.
3. Verdi er i større grad påvirket av forhold rundt eierstyring, selskapsledelse og samfunnsansvar.

Påstandene ble stilt med bakgrunn i International Accounting Standards Board (IASB) sin «Better communications»-agenda. Finansregnskapet har tradisjonelt hatt én interessent å forholde seg til – investoren. Bærekraftsrapportene derimot, har hatt utfordringen med at de har for mange inter-

essenter. Når investorer nå i økende grad er opptatte av ikke-finansiell informasjon, både fordi klimarisiko blir mer sentralt og kundenes kunder etterspør ikke-finansiell informasjon, minsker gapet mellom rapporttypenes interessenthensyn. For å fortsatt være relevant har IASB nå tatt hensyn til denne utviklingen. Det samme gjelder også for selskaper og deres rapportering. Nedenfor går vi gjennom de ulike påstandene i IASBs agenda i en diskusjon om verdien av ikke-finansiell rapportering.

Langsiktig informasjonsbehov

Selskapenes rapportering må tilfreds- stille informasjonsbehovet som er skapt ute i markedet. Når investorer vurderer en aksje, ser de fremover. En måte å definere dette på, kan være å dele selskapets verdi inn i finansielle verdier (årets og fjorårets), strategiske verdier (typisk 5–10 år) og langsiktig bærekraft i et enda lengre perspektiv (10–20 år). Hvordan verdiene til selskaper er fordelt over disse kategoriene, kan sees på som tre variabler (finansielle verdier, strategiske verdier, langsiktig bærekraft) i en verdiskapningsformel. Hvordan investorer vil vektlegge de ulike input-faktorene i formelen for sin investeringsstrategi, vil variere fra investor til investor.

Den årlige rapporteringen gir ledelsen og styret muligheten til selv å presentere sin visjon for langsiktig verdiskapning og slik påvirke ordsiftet om eget selskap. Teknologi, geopolittikk, sosiale kontrakter, bedriftskulturer og ikke minst klimaendringer vil påvirke selskapene på lang sikt, noe som gjør det viktig for interessenter å forstå hvordan strategiske beslutninger tar hensyn til disse X-faktorene. Hvordan selskapet allokere sin kapital og hvilke strategiske signaler de sender gjennom årsbonus til ledelse og styre, kan også være andre måter å kommunisere den langsiktige verdien i selskapet på. Sagt på en annen måte, selskapet må forstå hvordan de påvirkes av omgivelsene, og hvordan selskapet selv påvirker omgivelsene.

Måling og rapportering av verdiskapning

I takt med behovet for mer rapportering på langsiktig verdiskapning blir det også stadig viktigere for interessenter at informasjonen er relevant og effektivt formidlet. Konsistens, relevans og sammenlignbarhet er nøkkelord i rapportering av ikke-finansielle tall.

Konsistens fordi innholdet er viktig og må kunne verifiseres. Det er større usikkerhet knyttet til ikke-finansielle tall som må håndteres og kvaliteten må økes. *Relevans* handler om at sel-

skapene må rapportere på det som er relevant for selskapet. Ett eksempel kommer fra oppdrettsnæringen, som i mangel på troverdige indikatorer gikk sammen og etablerte Global Salmon Initiative med et felles sett med bransjerelevante indikatorer, nettopp for å få den relevansen som var nødvendig.

Sammenlignbarhet blir ofte sett på som den største utfordringen når det kommer til ikke-finansielle tall. Det må være mulig å sammenligne resultater på tvers av lignende selskapet, og her kommer standarder som Global Reporting Initiative (GRI) inn. GRI er omdiskutert fordi indikatorene er svært spesifiserte i måten de skal benyttes på og ikke alle selskapene ser verdien av å rapportere på indikatorene akkurat slik GRI krever. For sammenlignbarhetens skyld er derimot disse spesifikasjonene viktige. Det er i denne sammenhengen interessant å nevne at sammenlignbarhet ikke bare er en utfordring for ikke-finansielle tall, den samme utfordringen jobber IASB med når de ser på resultatoppstillingen fordi «operating profit» ikke rapporteres likt. Et annet forhold når det gjelder sammenlignbarhet, handler om tidsserier. Det er mer relevant for en interessent å se på utvikling over tid, i stedet for et enkelt tall.

Verdi er i større grad påvirket av forhold rundt eierstyring, selskapsledelse og samfunnsansvar

Et selskaps verdiskapning kan settes opp i en formel hvor finansiell verdi er startpunktet, deretter kan man legge til indirekte økonomisk påvirkning, miljømessig påvirkning og sosial påvirkning. Ser man på verdiskapning som en helhet på tvers av alle påvirkninger, er det mer naturlig å kreve at styret og ledelsen er delaktig i alle deler av selskapets påvirkning. I IFRS-regelverket jobbes det med hvordan dette skal gjøres gjennom «Better Communications»-initiativet. I regnskapsloven presenteres dette i §3.3 a og c. Ingen av disse er nevneverdig annerledes enn kravene om rapportering på ledelsestiltærning («Management approach») som stilles av GRI.

Kravet kan oppsummeres som fire spørsmål:

- Hvorfor er et tema viktig?
- Hva gjorde vi i året som gikk?
- Hvordan vurderer vi resultatene i året som gikk?
- Hva gjør vi fremover?

Videre er det viktig at selskapene er gode til å velge temaer som faktisk er viktige for selskapet på kort og lang sikt. Det handler om å etablere strategisk relevans og forankring i hele selskapet. På den måten kan man etablere mål, styringsmekanismer og rapportering som igjen bidrar i den langsiktige verdiskapningen i selskapet.

Utfordringer i rapporteringen

Det er utfordringer knyttet til rapportering av ikke-finansiell informasjon. Det er blant annet knyttet usikkerhet til den, en usikkerhet som kan reduseres etter hvert som rapporteringen blir mer moden. Noe informasjon er sensitiv, som for eksempel minoritetsbakgrunn, eller det kan være at selskapene ikke ønsker å rapportere om noe fordi det kan være ødeleggende for selskapets renommé. På samme måte som for alternative resultatmål (APM'er) i finansregnskapet, er det også et tillitsgap mellom selskapet og bruker, fordi selskapet har insentiver til kun å inkludere fordelaktige tall og mål. På samme måte som med alternative resultatmål vil det være viktig for selskapet å fjerne mest mulig mistanke om misbruk ved å være åpne om målemetoder og beregninger som er gjort. Ekstern verifisering kan også bidra med å tette tillitsgapet.

Selskapers rapportering er en mulighet for selskapene å dele med omverden hvordan de innretter seg etter klimaendringene, noe som gjør rapporteringen til en viktig arena for informasjonsutveksling og nye løsninger. Som Erik Mamelund, tidligere leder i EY i Norden uttalte det: «Jeg håper selskapene deler informasjonen om hvordan de innretter seg etter klimaendringene. Verden trenger informasjonen om hvordan de har tenkt – de er de smarreste og flinkeste på sine løsninger».